

Ansökan om stöd

1.1 Allmänna uppgifter

Projektnamn: LivsmedelsLYFTET

Ansökansid: 823884

Ärendeid: 20378782

Projektperiod: 2026-10-01 - 2029-09-30

Typ av finansiering: Regionalt projekt

Sista ansökningsdag: 2027-12-31

Ansvarig organisation: Region Gävleborg

1.2 Stödsökande

Namn: MatVärden ek. för.

ULVKISBOVÄGEN 45

811 98 ÖSTERFÄRNEBO

Sverige

Org.Nr: 769642-0640

Antal anställda: 19

Arbetsställe

Namn:

Postadress:

ULVKISBOVÄGEN 45

811 98 ÖSTERFÄRNEBO

Arb.ställenr.: 70757505

Besöksadress:

ULVKISBOVÄGEN 45

811 98 ÖSTERFÄRNEBO

Region: Sandviken

Är organisationen momsredovisningsskyldig för projektets verksamhet?

Nej

Omfattas organisationen av Lagen om offentlig upphandling (LOU) eller annan upphandlingslagstiftning, t.ex. LUF?

Ja

Hemsida

www.matvarden.se

1.3 Samverkanspart

1.4 Betalningssätt

Typ av konto: Bankgiro

Kontonummer: 351-4833

Detaljerad info:

1.5 Projektinformation

Vilket/vilka problem vill projektet lösa?

Gävleborg behöver ett mer hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv. Projektet ska bidra till att utveckla nya affärsmodeller, skapa bättre förutsättningar för företags tillväxt, främja grön omställning och öka företagets möjligheter till expansion, innovation och nyetablering. Vidare ska projektet bidra till att lösa utmaningen att små och medelstora företag i Norra Mellansverige behöver stärka sin konkurrenskraft, innovationsförmåga och omställningskapacitet. Projektet ska också möta behovet av ett mer samverkande och kapabelt företagsfrämjande system som kan erbjuda avancerade stödtjänster till företag i hela Gävleborg.

Sammanfattande beskrivning till Projektbanken

LivsmedelsLYFTET stärker små och medelstora livsmedelsföretag i Gävleborg genom rådgivning, digitala verktyg och utvecklingsinsatser som ökar deras konkurrenskraft och möjligheter att växa. Projektet hjälper producenter att utveckla sina produkter, affärsmodeller och marknadsföring, samtidigt som restauranger och offentliga kök får stöd i att öka inköp och användning av lokal mat. Genom att vidareutveckla Market och bygga en regional dataklient för livsmedelsstatistik skapas bättre digital infrastruktur, smidigare affärer och mer kunskap för företag, kommuner och beslutsfattare. Projektet bidrar till ett mer hållbart, robust och lokalt förankrat livsmedelssystem där fler aktörer kan samarbeta, hitta varandra och utvecklas tillsammans.

Vilken/vilka är projektets målgrupp(er)?

Primär målgrupp:

Små och medelstora företag

Sekundära målgrupper:

Akademi och forskningsaktörer

Offentliga organisationer

Vad förväntar ni er att projektets planerade aktiviteter ska leda till för målgruppen på kort sikt?

På kort sikt förväntas projektets aktiviteter ge målgruppen ökad kunskap, större trygghet i sina arbetssätt och bättre förutsättningar att utvecklas. Företag, restauranger och offentliga kök ska snabbt märka att de får stöd som gör vardagen enklare och mer strukturerad. De viktigaste kortsiktiga resultaten är:

1. Stärkt affärsförmåga hos små och medelstora livsmedelsföretag.
Företagen får konkreta verktyg för lönsamhetsberäkning, prissättning, produktutveckling och marknadsföring. Ett stort antal rådgivnings- och utvecklingsinsatser genomförs under projektet och redan tidigt ska företagen uppleva bättre koll på sin ekonomi, sina produkter och sina affärsmöjligheter.
2. Ökad digital kompetens och bättre användning av Market.
Genom onboarding, användarstöd och förbättrad funktionalitet ska fler producenter och köpare kunna arbeta smidigt i Market. De ska snabbare kunna lägga upp produkter, hantera beställningar och nå nya kunder. Detta ska märkas redan första året genom ökad aktivitet och fler registrerade användare.
3. Bättre matchning mellan producenter, restauranger och offentliga kök.
Genom matchmaking, produktdemo, studiebesök och testleveranser skapas fler kontakter och fler affärer. På kort sikt innebär det fler dialoger, fler provleveranser och fler restauranger och kök som börjar testa lokala produkter de inte använt tidigare.
4. Mer strukturerade arbetssätt i offentliga kök.
Offentliga kök får stöd i menyplanering, upphandlingsfrågor, testleveranser och säsonganpassning. På kort sikt innebär det att köken får ökad kunskap om råvaror, tydligare rutiner och en första plan för hur lokal mat kan integreras i deras ordinarie arbete.
5. Tydligare marknadsnärvaro för företagen.
Genom marknadsföringsstöd, storytelling, kampanjer och fotoinsatser får företag bättre synlighet och starkare varumärken. Kortsiktigt innebär det fler företag som syns i sociala medier, på Market och i MatVärdens övriga kanaler.
6. Första versionen av regional livsmedelsstatistik.
Tidigt i projektet görs målgruppsanalys, datainsamling och förankring. På kort sikt innebär detta att producenter, kök och offentliga aktörer får en första överblick av vilka data som kommer finnas och hur den kan användas för utveckling och planering.
7. Ökad motivation och delaktighet.

Genom workshops, nätverk, besök och dialogmöten får målgruppen större förståelse för varandras villkor och möjligheter. Kortsiktigt leder det till högre engagemang, fler samarbeten och ett mer samlat regionalt arbete.

Vilka effekter - hos målgruppen eller i samhället - förväntar ni er att projektet uppnår på lång sikt?

På lång sikt förväntas projektet leda till att livsmedelsföretag, restauranger och offentliga kök i Gävleborg arbetar mer affärsmässigt, hållbart och samordnat. Producenterna får stärkt lönsamhet, ökad förädlingsgrad och fler produkter som är anpassade till marknadens behov. De får även bättre möjligheter att nå kunder genom förbättrad digital närvaro, effektivare säljprocesser och mer utvecklade marknadskanaler. Detta gör företagen mer robusta, mindre sårbara och bättre rustade att växa.

Restauranger och offentliga kök får långsiktigt större trygghet i att köpa lokal mat och bättre kunskap om hur de kan arbeta med säsongsanpassning, planering och hållbar råvaruanvändning. Samarbetet mellan producenter och kök fördjupas, vilket skapar stabila affärsrelationer och mer förutsägbara flöden i hela regionens livsmedelssystem. Detta leder till ökad efterfrågan på lokala produkter, vilket i sin tur stärker producenternas marknad och bidrar till en mer robust livsmedelsförsörjning.

Market som digital handelsplats får en central roll som långsiktigt nav för lokala affärer. Plattformen gör det enklare att samordna transporter, få överblick över sortiment och skapa nya affärsmöjligheter. Det leder till effektivare flöden, kortare värdekedjor och minskad klimatpåverkan. Producenter och köpare får bättre verktyg att planera och samarbeta, vilket skapar mer hållbara och lönsamma affärer även efter projektets slut.

Datakunden för regional livsmedelsstatistik skapar långsiktiga effekter genom att regionen får ett gemensamt kunskapsunderlag för planering, uppföljning och beredskap. Företag kan fatta mer strategiska beslut om investeringar och produktutveckling, medan kommuner kan följa upp inköp, klimatmål och utvecklingen av lokal mat över tid. Detta stärker regionens förmåga att fatta informerade beslut och arbeta mer datadrivet med hållbar utveckling.

På samhällsnivå leder projektet till ett mer robust livsmedelssystem där allt fler råvaror produceras, förädlas och konsumeras lokalt. Det stärker sysselsättning, lokal ekonomi och livskraften i landsbygdsområden. Samtidigt minskar transporterna och värdekedjorna blir effektivare, vilket ger positiva effekter för klimatet.

Hur ska projektet organiseras och styras?

Projektet leds av MatVärden och har en struktur som säkerställer planering, kvalitet, uppföljning och delaktighet.

Styrgrupp

En styrgrupp skapas för att ge projektet vägledning och fatta strategiska beslut. I styrgruppen ingår projektledaren, projektadministratören, MatVärdens ordförande och ekonomiansvarig samt Region Gävleborgs strateg. En handläggare från Tillväxtverket deltar vid behov/möjlighet. Styrgruppen möts fyra gånger per år och följer upp ekonomi, resultat, aktiviteter och risker. Den säkerställer att projektet håller rätt inriktning och att arbetssätt och beslut ligger i linje med projektplanen.

Projektledning

Projektet leds av projektledare Nanna Jan-Ers som har ansvar för planering, genomförande, uppföljning, riskhantering och rapportering. Projektledaren samordnar arbetet mellan alla arbetspaket och ser till att projektet drivs framåt enligt tidsplanen.

Till projektledningen hör en projektadministratör, som ansvarar för löpande ekonomihantering, rapportering, dokumentation och kvalitetskontroll av kostnader. Projektadministratören stödjer också alla rådgivare och ansvariga i projektet.

Arbetspaketsansvariga

Projektet består av 6 arbetspaket. Varje arbetspaket har en egen ansvarig person som:

- Planerar och leder aktiviteterna
- Följer upp mål och resultat
- Samordnar rådgivare och experter
- Rapporterar till projektledningen

Rådgivare och säljutvecklare

Rådgivare inom affärsutveckling, marknadsföring, produktutveckling och digitala verktyg samt säljutvecklare utför de praktiska insatserna. Vid behov anlitas externa konsulter, exempelvis inom teknik, statistisk analys eller utvärdering.

Intern samordning och arbetsmöten

Projektpersonalen träffas varje vecka. På mötena går aktiviteter, utmaningar, tidsplaner och behov av samordning igenom. Detta gör att projektet snabbt kan lösa problem, justera aktiviteter och hålla hög kvalitet.

En gång i månaden genomförs personaldagar där teamet arbetar med gemensam planering, lärande och utveckling av metoder.

Utvärdering och kvalitetssäkring

Projektet följs upp genom både intern och extern utvärdering.

- Intern utvärdering görs varje kvartal av projektteamet.
- En extern konsult utvärderar projektet varje år.

Hur ska projektet avgränsas från ordinarie verksamhet?

Projektet LivsmedelsLYFTET är tydligt avgränsat från MatVärdens övriga verksamhet genom sitt syfte, sin finansiering och arbetsmetoder. Projektet innehåller aktiviteter, utvecklingsinsatser och digitala lösningar som inte genomförs i MatVärdens övriga verksamhet och som endast är möjliga tack vare extern finansiering.

I övrig projektverksamhet arbetar MatVärden med enklare nätverksträffar, kommunikation och löpande stöd till företag, detta avslutas i september 2026. Projektet går betydligt längre och omfattar strukturerade arbetspaket, utveckling av nya digitala verktyg, avancerad rådgivning, produktutveckling, logistikarbete, statistikupbyggnad och omfattande företagsstöd.

Projektet är också avgränsat genom en egen projektorganisation med projektledare, projektadministratör, arbetspaketsansvariga och externa konsulter. All rapportering, budgetuppföljning, resultatuppföljning och riskhantering sker i projektform och följer särskilda krav från Region Gävleborg och Tillväxtverket.

Projektets aktiviteter så som rådgivningsinsatser, utveckling av Market, framtagning av en regional dataklient, testleveranser, pilotkök, kompetensutveckling och produktutvecklingsstöd genomförs endast inom projektets tidsram och finansieras specifikt av projektmedlen. Dessa aktiviteter kommer inte att bedrivas på samma sätt eller i samma omfattning efter projektets slut utan annan extern finansiering.

Har projektet en koppling till den regionala utvecklingsstrategin?

Ja

Kommentar

Ja. Projektet har en tydlig koppling till den regionala utvecklingsstrategin eftersom det stärker små och medelstora företag, utvecklar lokal livsmedelsproduktion, förbättrar digital infrastruktur och bidrar till hållbar tillväxt, robusta värdekedjor och ökad regional beredskap. Det ligger i linje med RUS-målen om ett konkurrenskraftigt näringsliv, stärkt landsbygd, ökad samverkan och grön omställning.

Hur är hållbarhetsaspekter integrerade i projektet?

Hållbarhet är en central del av LivsmedelsLYFTET och finns med i alla delar av projektet. Målet är att stärka företag och offentliga aktörer så att de både kan utvecklas och bidra till ett mer robust och hållbart livsmedelssystem i Gävleborg.

Miljömässig hållbarhet

Projektet hjälper företag att arbeta mer resurseffektivt genom rådgivning inom exempelvis förpackningar, energianvändning och säsongsanpassning. Kortare och mer samordnade värdekedjor genom Market och förbättrad logistik minskar transportbehov och klimatpåverkan. Offentliga kök får stöd att planera menyer med mer lokal och säsongsanpassad mat, vilket minskar matsvinn och ökar användningen av råvaror som har kortare transportavstånd. Datakunden gör det dessutom möjligt att följa klimatrelaterade indikatorer som klimatpåverkan och resursanvändning.

Social hållbarhet

Projektet stärker lokala företag och deras möjligheter att fortsätta verka på landsbygden, vilket bidrar till levande samhällen och fler lokala arbetstillfällen. Offentliga kök får kunskap och verktyg för att kommunicera värdet av lokal mat till gäster och vårdnadshavare, vilket ökar engagemang och stolthet. Projektet arbetar inkluderande genom att anpassa insatser efter företagens olika förutsättningar, exempelvis tid, digital vana, språkbehov och geografiskt läge. Det gör det möjligt för fler aktörer: kvinnor och män, yngre och äldre, svensk- och utrikesfödda, att delta på lika villkor.

Ekonomisk hållbarhet

Ekonomisk hållbarhet ligger i projektets kärna. Genom affärsutveckling, lönsamhetsstöd, produktutveckling och marknadsföring får företag verktyg för att stärka sin ekonomi och skapa långsiktigt hållbara affärer. Producenter får stöd att nå nya marknader, restauranger får hjälp att kombinera lokal mat med god ekonomi och offentliga kök får stöd i hur lokal mat kan användas utan att kostnaderna ökar. Market och den regionala datakunden skapar dessutom bättre förutsättningar för planering, försäljning och investeringar.

Hållbarhet i projektets arbetssätt

Projektet arbetar aktivt med hållbarhet i själva genomförandet. Det innebär att projektet:

- Genomför digitala möten när det är möjligt för att minska resor
- Samordnar resor vid studiebesök och aktiviteter
- Kräver miljömässigt och socialt ansvar i upphandlingar
- Kontinuerligt följer upp hållbarhetsaspekter i utvärderingar

Långsiktig hållbarhet och struktur

Genom utvecklingen av Market och datakunden skapar projektet digitala verktyg som fortsätter att stödja hållbarhetsarbetet även efter projektets slut. Det ger regionen en långsiktig struktur för kunskap, statistik, beslutsstöd och samverkan.

Vilken/vilka kommuner eller län ska projektet omfatta? Valda län

Gävleborg

Vilken/vilka kommuner eller län ska projektet omfatta? Valda kommuner

Sandviken, Hudiksvall, Bollnäs, Söderhamn, Hofors, Ovanåker, Nordanstig, Ljusdal, Gävle, Ockelbo

1.6 Tid och aktivitetsplan

Övergripande projektsamordning

Arbetspaketet Övergripande projektsamordning har de strukturer och arbetssätt som gör att

projektets mål kan uppnås. Genom samlad projektledning, styrgruppsarbete och kontinuerlig planering säkerställs att alla arbetspaket följer samma målbild och att hållbarhet, cirkulära principer och projektets resultatkrav integreras i hela genomförandet. Projektledningen ansvarar för att hålla samman aktiviteterna, följa upp tidsplaner, ekonomi, delmål och indikatorer samt att snabbt identifiera och hantera risker eller flaskhalsar. Detta gör att målgruppen får tillgång till insatser som är samordnade, kvalitetssäkrade och anpassade efter behov. Arbetspaketet innehåller också intern och extern utvärdering, vilket ger projektet möjlighet att löpande förbättra sina insatser och säkerställa att de leder till faktisk kompetensutveckling och förändrat beteende hos målgruppen. Den kontinuerliga resultatspridningen via sociala medier, nyhetsbrev och rapporter gör att företag, restauranger och offentliga kök får syn på goda exempel och inspireras att ta del av projektets erbjudanden. Samordningen har även en viktig funktion i att integrera hållbarhet i upphandlingar, leverantörsval och eventplanering, vilket höjer kvaliteten på insatserna och stärker projektets långsiktiga effekter. Sammantaget bidrar arbetspaketet till att målgruppen får tydligare stöd, högre kvalitet i rådgivning och aktiviteter samt bättre förutsättningar att nå den konkurrenskraft och omställningsförmåga som projektet syftar till att skapa.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 3275153

Aktiviteter

Projektledning

Löpande projektplanering

Aktiviteten omfattar samordning av projektets alla delar: planering, resurssättning, koordinering av rådgivare och uppföljning av tidsplaner. Detta ger en stabil struktur som gör att producenter, restauranger och offentliga kök kan ta del av välorganiserade insatser som levereras i rätt ordning och med rätt kvalitet. Målgruppen stärks genom att projektet håller hög precision, att insatserna kopplas till deras faktiska behov och att aktiviteterna inte faller mellan stolarna. Aktiviteten bidrar till projektmålet genom att säkerställa att hela projektet drivs framåt mot ökad konkurrenskraft och robusthet i livsmedelssystemet.

Genomförs av projektledare och arbetspaketsansvariga på MatVärden.

Kommunikation och resultatspridning

Aktiviteten innebär löpande kommunikation om projektets erbjudanden, resultat och möjligheter via sociala medier, nyhetsbrev, utskick och rapporter. Detta gör att målgruppen får kontinuerlig information om aktiviteter, goda exempel och utvecklingsmöjligheter. Målgruppen stärks genom ökad synlighet av lokala företag, spridning av lärande och inspiration att utvecklas. Aktiviteten bidrar till projektmålet genom att fler aktörer nås, deltar och omsätter kunskaper i praktiken.

Genomförs av projektets kommunikationsansvariga och projektledare.

Löpande ekonomiuppföljning

Aktiviteten omfattar budgetuppföljning, kostnadskontroll och ekonomisk kvalitetssäkring. Detta gör att resurser används effektivt och att projektet kan hålla ett stabilt tempo, vilket gynnar målgruppens möjligheter att ta del av kontinuerliga insatser. Målgruppen stärks indirekt genom att projektet får långsiktig hållbarhet och kan genomföra planerade aktiviteter utan avbrott. Aktiviteten bidrar direkt till projektmålets genomförbarhet.

Genomförs av projektadministratör och ekonomifunktion.

Rapportering och redovisning

Aktiviteten innebär sammanställning av projektets resultat, ekonomi och indikatorer var tredje månad samt rapportering enligt finansiärernas krav. Detta ger stabil styrning och gör det möjligt att upptäcka behov, risker och förbättringar tidigt. Målgruppen stärks indirekt genom att projektet snabbt kan justera insatser och säkerställa att aktiviteterna

genomförs på ett sätt som möter deras behov. Rapporteringen bidrar till projektmålet genom att skapa transparens, kvalitet och kontinuitet.
Genomförs av projektledare och projektadministratör.

Kostnad: 2785762

Utvärdering

Extern utvärdering årsvis

Aktiviteten innebär att en extern konsult genomför en oberoende utvärdering av projektets samlade resultat, arbetssätt, målgruppsnytta och effekter. Konsulten analyserar projektets genomförande, målgruppens deltagande, kvaliteten i aktiviteterna och graden av målluppfyllelse. Detta ger projektet en professionell och objektiv bedömning som gör det möjligt att tidigt upptäcka brister, utvecklingsmöjligheter eller behov av förändrade arbetssätt. Målgruppen stärks genom att insatserna kontinuerligt förbättras och anpassas utifrån faktiska behov, vilket ger högre träffsäkerhet och bättre resultat över tid. Utvärderingen bidrar till projektmålet genom att säkerställa att projektet levererar de effekter som krävs för att öka konkurrenskraften hos producenter, restauranger och offentliga kök.

Aktiviteten genomförs av extern konsult tillsammans med projektledningen.

Intern utvärdering kvartalsvis

Den interna utvärderingen sker varje kvartal och genomförs av projektpersonalen. Aktiviteten omfattar löpande uppföljning av aktiviteter, deltagarstatistik, genomförandegrad, kvalitet, hållbarhetsintegration och målgruppens respons. Den interna utvärderingen gör att projektet snabbt kan justera insatser, metoder och tidsplaner för att möta målgruppens behov. Detta är särskilt viktigt eftersom målgruppen består av små företag, restauranger och offentliga kök som har varierande kapacitet, branschvillkor och säsongsvariationer. Målgruppen stärks genom att projektet kan skräddarsy insatser mer precist, reagera snabbare på nya behov och säkerställa att rätt grupper nås.

Aktiviteten bidrar till projektmålet genom att hålla ett kontinuerligt lärande igång och säkerställa att projektets stöd leder till reella beteendeförändringar och ökad förmåga inom affärsutveckling, logistik och hållbarhet.

Intern utvärdering genomförs av projektledare, rådgivare och arbetspaketsansvariga.

Samlad funktion

Med kombinationen av extern och intern utvärdering får projektet både strategiskt, oberoende perspektiv och en tät uppföljning som fångar detaljer i genomförandet. Det ska ge högre kvalitet i projektets insatser, ökad träffsäkerhet gentemot målgruppen och större möjlighet att uppnå projektmålet om stärkt konkurrenskraft i livsmedelssektorn. Utvärderingen stärker även projektets transparens, styrning och förmåga att uppfylla krav från finansiärer och samarbetspartners.

Kostnad: 489391

Stöd till företag - Producenter

Stöd till företag - producenter bidrar direkt till projektmålet genom att stärka små och medelstora livsmedelsföretags förmåga att växa, utveckla sina produkter och nå nya marknader. Insatserna utgår från en inledande behovsanalys där varje företag får stöd att identifiera sina utmaningar och utvecklingsområden. Därefter erbjuds affärscoaching, lönsamhetsstöd, säljstöd, marknadsföring, produktutveckling, förpackningsdesign och operativt stöd. Genom rådgivning inom prissättning, kostnadsberäkning och struktur får företagen verktyg för att fatta bättre ekonomiska beslut. Modeller som lönsamhetsmotorn ger

ökad förståelse för marginaler och utvecklingspotential. Det ska leda till att företagen arbetar mer strategiskt och får bättre kontroll över sin ekonomi. Produktutvecklingsinsatser gör att producenterna kan kvalitetssäkra sina produkter, anpassa dem till marknadens behov och öka förädlingsgraden. Förpackningsstöd ger dem lösningar som möter krav på hållbarhet, användarvänlighet och transport. Marknadsföringsstödet hjälper företagen att stärka sin digitala närvaro, utveckla kundkommunikation, bygga bildbanker, arbeta med kampanjer och hitta nya sätt att nå restauranger och offentliga kök. Säljstöd och produkt demonstrationer gör det lättare att skapa nya affärsrelationer och testa produkter i verkliga miljöer. Genom kopplingen till restauranger och offentliga kök via matchmaking skapas nya affärsflöden och kortare värdekedjor. Det stärker både producenternas konkurrenskraft och regionens livsmedelsberedskap. När arbetspaketet är genomfört har företagen fått tydligt höjd kompetens, fler marknadsanpassade produkter och bättre förutsättningar för ekonomisk tillväxt och hållbar utveckling. Insatserna i genomförs enligt prislistemodellen.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 8380810

Aktiviteter

Ansvarig AP Stöd till företag - producenter

Aktiviteten innebär att en ansvarig koordinator leder, planerar och följer upp hela arbetspaketet för producenter. Personen säkerställer att behovsanalyser genomförs, att rådgivare samordnas, att insatser genomförs i rätt ordning och att företagen får den hjälp som är mest relevant för deras utveckling. Arbetet omfattar löpande planering, kvalitetssäkring, metodutveckling och rapportering kopplat till Arbetspaketet.

Genom detta får målgruppen ett samlat och strukturerat stöd. Producenterna möter ofta brist på tid, verktyg och kompetens för att navigera komplexa frågor kring lönsamhet, marknadsföring, produktutveckling och logistik. En ansvarig funktion gör att insatserna blir samordnade, att företagen inte tappas bort i processerna och att rådgivningen anpassas efter behov och mognadsgrad. Detta stärker målgruppen genom att de får tillgång till en tydlig kontaktperson som följer deras utveckling, stöttar dem genom hela kedjan och ser till att insatserna landar på rätt nivå och i rätt tid.

Aktiviteten bidrar direkt till projektmålet genom att säkerställa att arbetspaketet skapar konkreta förbättringar i företagets förmåga att växa, utveckla sina produkter och delta i hållbara värdekedjor. Utan en ansvarig funktion riskerar insatserna att bli osammanhängande eller inte nå de företag som behöver stödet mest.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens koordinator för producenter, i nära dialog med projektledare och rådgivare inom affärsutveckling, marknadsföring och produktutveckling.

Kostnad:

755755

Affärsutveckling

Affärsutvecklingsaktiviteten stärker livsmedelsproducenternas konkurrenskraft genom individanpassat stöd inom ekonomi, försäljning, nya affärer och strategisk utveckling. Insatserna utgår från företagets mognad och behov och ges som kvalificerad rådgivning och operativt stöd.

Lönsamhetsmotorn

Företagen får stöd i att analysera ekonomi, prissättning och lönsamhet. Genomgången skapar förståelse för kostnadsstruktur, marginaler och prioriteringar och ligger till grund för mål och fortsatt utveckling. Detta möter ett grundläggande behov hos många

producenter som saknar verktyg för ekonomisk analys.

Genomförs av MatVärdens affärsrådgivare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 15 företag stöd till ett värde av 72 000 kr per företag.

Nya affärsförbindelser

Stöd för att hitta nya samarbeten, kundgrupper och geografiska affärsområden genom affärscoachning och strategiskt arbete. Insatsen minskar beroendet av enskilda kunder och stärker företagets stabilitet.

Genomförs av MatVärdens rådgivare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 5 företag stöd till ett värde av 135 000 kr per företag.

Säljstöd grundnivå

Grundläggande säljstöd genom föreläsning, uppföljning och kickstart. Fokus på säljtänk, kunddialog och struktur.

Genomförs av MatVärdens sälj- och affärsrådgivare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 18 000 kr per företag.

Säljstöd fördjupad

Fördjupat stöd inom säljstrategi, metodik, KPI:er och säljplanering, samt operativt stöd i genomförandet.

Genomförs av MatVärdens sälj- och affärsrådgivare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 24 företag stöd till ett värde av 90 000 kr per företag.

Produktdemo

Företag får möjlighet att demonstrera sina produkter i relevanta miljöer, få feedback och testa marknadsintroduktioner.

Genomförs av MatVärden i samverkan med företagen.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 24 företag stöd till ett värde av 36 000 kr per företag.

Coaching till affärsutveckling

Löpande coachning för att identifiera nya affärsområden och skapa fler ben att stå på, med fokus på minskad sårbarhet och långsiktig stabilitet.

Genomförs av MatVärdens rådgivare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 72 000 kr per företag.

Kostnad:

4085677

Marknadsföringsinsatser

Marknadsföringsinsatserna syftar till att stärka producenternas förmåga att nå ut med sina produkter, bygga varumärke och skapa efterfrågan hos restauranger och offentliga kök. Aktiviteten delas upp i tre delaktiviteter som anpassas efter företagets mognad, behov och kapacitet. Insatserna är praktiska och genomförs i nära samarbete med företagen.

Marknadsföringsstöd grundnivå

Denna delaktivitet ger företag en introduktion till marknadsföring och kommunikation.

Företagen får stöd i att förstå sin målgrupp, formulera sitt erbjudande och komma igång

med grundläggande digital marknadsföring. Insatsen kan bestå av rådgivning kring sociala medier, enklare kampanjer, innehållsstruktur och uppstart av kommunikationskanaler. Detta möter ett vanligt behov hos små producenter som saknar både tid och kunskap för att arbeta systematiskt med marknadsföring.

Målgruppen stärks genom ökad synlighet och bättre förståelse för hur de kan kommunicera sina produkter och värden. Aktiviteten bidrar till projektmålet genom att fler företag blir marknadsmässigt redo och kan ta steget mot nya affärer.

Genomförs av MatVärdens rådgivare inom marknadsföring.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 27 000 kr per företag.

Marknadsföringsstöd fördjupad

Den fördjupade insatsen riktar sig till företag som vill ta ett större steg i sin marknadsutveckling. Företagen får stöd i att ta fram marknadsstrategi, kampanjplan, målgruppsanalys, SEO, kanalval och långsiktig planering. Arbetet kan även omfatta utveckling av bildbank, innehållsstruktur och årsplan för marknadsföring.

Denna delaktivitet möter behovet hos företag som redan har produkter och kapacitet men saknar strategisk marknadsföring. Målgruppen stärks genom ökad professionalism, tydligare positionering och bättre genomslag i sina marknadsinsatser. Aktiviteten bidrar till projektmålet genom att företagen får bättre förutsättningar att växa och konkurrera på en regional marknad.

Genomförs av MatVärdens marknadsrådgivare, vid behov med externa specialister.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 6 företag stöd till ett värde av 180 000 kr per företag.

Sätta företaget på kartan

Denna delaktivitet fokuserar på synlighet och storytelling. Företagen får stöd i att presenteras på MatVärdens plattformar, bland annat genom reportage, foto, film och koppling till Matkartan på matvarden.se. Syftet är att lyfta fram producenten, platsen och produktionen på ett sätt som stärker varumärket och skapar igenkänning.

Målgruppen stärks genom professionellt innehåll som de annars inte haft resurser att ta fram själva. Aktiviteten bidrar till projektmålet genom att öka efterfrågan på lokala produkter och stärka kopplingen mellan producenter och marknad.

Genomförs av MatVärdens kommunikations- och marknadsteam.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 18 företag stöd till ett värde av 72 000 kr per företag.

Kostnad:

1934086

Produktutveckling

Produktutvecklingsaktiviteten syftar till att stärka livsmedelsproducenternas förmåga att utveckla, förbättra och anpassa produkter till marknadens krav och efterfrågan. Insatserna är praktiska, behovsanpassade och genomförs i nära samverkan med företagen. Stödet ges som kvalificerad rådgivning och operativa insatser och utgör ett tydligt ekonomiskt värde för företagen.

Produktutveckling

Företagen får coachning och stöd i att utveckla nya eller förbättra befintliga produkter. Arbetet omfattar målformulering, marknadsanpassning och analys av efterfrågan. En central del är anonym smakanalys i Smakstudio, där produkter testas och bedöms utifrån sensoriska kriterier. Företagen får strukturerad feedback som kan användas både för vidare produktutveckling och i marknadsföring. Detta möter ett tydligt behov hos producenter som saknar tillgång till professionella testmiljöer.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 9 företag stöd till ett värde av 72 000 kr per företag.

Förpackningsdesign

Denna delaktivitet ger företagen stöd i att utveckla eller anpassa förpackningar utifrån funktion, hållbarhet, användarvänlighet och logistik. Fokus ligger på att ta fram lösningar som fungerar för transport, hantering och hållbar lagring samt möter marknadens krav. Insatsen stärker företagets konkurrenskraft genom mer professionella och hållbara förpackningar.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 9 företag stöd till ett värde av 72 000 kr per företag.

Foodtrucken

Foodtrucken används som test- och marknadsplats där producenter och företag kan nå nya kunder och testa produkter i nya sammanhang. Aktiviteten gör det möjligt att samla feedback, bygga varumärke och prova nya försäljningsformer. Detta möter behovet av praktiska testmiljöer för marknadsintroduktion.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 9 företag stöd till ett värde av 27 000 kr per företag.

Stöd i produktutvecklingstävlingar

Företagen får stöd inför och efter deltagande i produktutvecklingstävlingar, exempelvis SM i mathantverk eller Ät Stockholm. Insatsen omfattar förberedelser, uppföljning och plan för hur resultatet ska tas vidare i försäljning och marknadsföring. Detta stärker företagets synlighet, kvalitet och professionella utveckling.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 15 företag stöd till ett värde av 36 000 kr per företag.

Kostnad:

1605292

Stöd till företag - Restaurang

Stöd till företag - restaurang bidrar till projektmålet genom att stärka restaurangernas förmåga att arbeta mer affärsmässigt, hållbart och lokalt förankrat. Genom riktade insatser får restauranger stöd att öka andelen lokal mat på menyn, utveckla sin lönsamhet och skapa långsiktiga samarbeten med regionala producenter. Detta stärker både restaurangernas konkurrenskraft och hela den regionala livsmedelskedjan. Arbetspaketet innehåller rådgivning och coaching kring lokal profilering, menyutveckling och inköpsstrategier. Restaurangerna får stöd att analysera sina kostnader och arbeta med köksprocenten som verktyg för att kombinera lönsamhet med ökad användning av lokala råvaror. Genom detta får målgruppen ökad kunskap om hur lokal mat kan integreras i verksamheten utan att försämra ekonomin. Studiebesök hos producenter och matchmaking mellan restauranger och livsmedelsföretag skapar förståelse för råvarornas säsong, kvalitet och användningsområden. Det leder till förändrade inköpsbeteenden, bättre planering och mer stabila affärsrelationer. Restaurangerna stärks i sin roll som länk mellan produktion och konsumtion och får bättre förutsättningar att kommunicera det lokala mervärdet till sina gäster. När arbetspaketet är genomfört har restaurangerna ökat sin kompetens inom lokal sourcing, menyplanering och affärsutveckling. De arbetar mer strukturerat med sina inköp, har fler lokala produkter på menyn och tydligare samverkan med producenter. Detta bidrar direkt till projektmålet genom att efterfrågesidan stärks, vilket i sin tur skapar bättre förutsättningar för producenterna att växa, ökar den regionala livsmedelsomsättningen och bidrar till ett mer robust och hållbart livsmedelssystem i regionen. Insatserna i genomförs enligt prislistemodellen.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 2029382

Aktiviteter

Ansvarig AP Stöd till företag - restaurang

Aktiviteten innebär att en ansvarig koordinator leder, planerar och följer upp hela arbetspaketet för restauranger. Personen säkerställer att behovsanalyser genomförs, att rådgivare samordnas, att insatser genomförs i rätt ordning och att företagen får den hjälp som är mest relevant för deras utveckling. Arbetet omfattar löpande planering, kvalitetssäkring, metodutveckling och rapportering kopplat till Arbetspaketet.

Genom detta får målgruppen ett samlat och strukturerat stöd. Restaurangerna möter ofta brist på tid, verktyg och kompetens för att navigera komplexa frågor kring lönsamhet, marknadsföring och menyutveckling. En ansvarig funktion gör att insatserna blir samordnade, att företagen inte tappas bort i processerna och att rådgivningen anpassas efter behov och mognadsgrad. Detta stärker målgruppen genom att de får tillgång till en tydlig kontaktperson som följer deras utveckling, stöttar dem genom hela kedjan och ser till att insatserna landar på rätt nivå och i rätt tid.

Aktiviteten bidrar direkt till projektmålet genom att säkerställa att arbetspaketet skapar konkreta förbättringar i företagens förmåga att växa, utveckla sina verksamheter och delta i hållbara värdekedjor. Utan en ansvarig funktion riskerar insatserna att bli osammanhängande eller inte nå de företag som behöver stödet mest.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens koordinator för restaurang, i nära dialog med projektledare och rådgivare i arbetspaketet.

Kostnad: 251918

Restaurangstöd

Restaurangstödet syftar till att stärka restaurangernas affärsmässighet, lönsamhet och förmåga att arbeta med lokal mat på ett strukturerat och hållbart sätt. Genom riktade delaktiviteter får restaurangerna praktiskt stöd att öka andelen lokala råvaror på menyn, utveckla sin profil och skapa långsiktiga samarbeten med producenter.

Lokalt på menyn grundnivå

Denna delaktivitet ger restauranger stöd att komma igång med lokal mat på menyn. Insatsen omfattar rådgivning, inspiration och kommunikation kring hur lokala produkter kan integreras i befintliga menyer. Restaurangerna får ökad kunskap om lokala råvaror och hur dessa kan användas utan att påverka lönsamheten negativt. Detta möter behovet hos restauranger som vill arbeta mer lokalt men saknar struktur, nätverk och kunskap.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 10 företag stöd till ett värde av 18 000 kr per företag.

Lokalt på menyn fördjupad

Den fördjupade insatsen riktar sig till restauranger som vill ta nästa steg. Här ingår coachning, idéutveckling, meny- och säljplanering samt stöd i lokal profilering. Restaurangerna arbetar mer strategiskt med sitt erbjudande och sin kommunikation, vilket stärker deras konkurrenskraft och attraktionskraft.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 10 företag stöd till ett värde av 108 000 kr per företag.

Studiebesök hos producenter

Studiebesök arrangeras hos lokala producenter för att öka restaurangernas förståelse för råvarornas ursprung, säsong och kvalitet. Detta skapar närmare relationer, bättre

planering och mer förutsägbara inköp. Restaurangerna förändrar sitt inköpsbeteende och får större trygghet i att arbeta med lokala leverantörer.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 36 000 kr per företag.

Köksprocenten

Restaurangerna får stöd att arbeta med köksprocenten som verktyg för att analysera kostnader, prissättning och lönsamhet. Insatsen visar hur lokal mat kan kombineras med god ekonomi och ger restaurangerna bättre kontroll över sina marginaler.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 10 företag stöd till ett värde av 36 000 kr per företag.

Kostnad:

1777464

Stöd till offentliga kök

Stöd till offentliga kök bidrar till projektets måloppfyllelse genom att stärka efterfrågesidan i den regionala livsmedelskedjan och skapa praktiska förutsättningar för ökad användning av lokal mat i offentliga måltider. Genom riktade insatser får offentliga kök, upphandlare och beslutsfattare stöd att omsätta ambitioner om lokal och hållbar mat till fungerande arbetssätt i vardagen. Arbetspaketet innehåller inspirationsföreläsningar, workshops, nätverksträffar och studiebesök hos producenter. Dessa insatser ökar kunskapen om lokala råvaror, säsonganpassning och möjligheterna att använda hela råvaran. Testleveranser och pilotkök ger köken möjlighet att prova lokala produkter i praktiken, anpassa menyer och rutiner samt bygga relationer med producenter utan att ta stora risker. Detta leder till hållbara inköps- och planeringsbeteenden. Med dialog och samverkan mellan kök, producenter och upphandlare stärks förståelsen för varandras villkor. Arbetspaketet bidrar till att utveckla arbetssätt för kostnadseffektiva lokala inköp, bättre logistiklösningar och mer långsiktiga samarbeten. Offentliga kök får stöd i hur de kan kommunicera sitt arbete med lokal mat, vilket stärker den sociala hållbarheten och den lokala stoltheten. När arbetspaketet är genomfört har minst 4 offentliga kök ökad kompetens, bättre strukturer och större trygghet i att arbeta med lokala livsmedel. Andelen lokal mat i offentliga måltider kan öka på ett ekonomiskt hållbart sätt, vilket skapar stabil och långsiktig efterfrågan för regionala producenter. Därmed bidrar arbetspaketet direkt till projektets mål om stärkt konkurrenskraft hos små och medelstora livsmedelsföretag, kortare värdekedjor och ett mer robust och hållbart regionalt livsmedelssystem.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 1423628

Aktiviteter

Ansvarig AP - Stöd till offentliga kök

Aktiviteten innebär att en ansvarig koordinator leder, planerar och samordnar hela arbetspaketet för stöd till offentliga kök. Rollen omfattar dialog med kommunala och regionala måltidsorganisationer, planering av aktiviteter, samordning med producenter och projektets övriga arbetspaket samt uppföljning och rapportering. Den ansvariga säkerställer att insatserna genomförs strukturerat, i rätt ordning och i takt med kökens praktiska förutsättningar.

Aktiviteten svarar mot målgruppens behov genom att offentliga kök ofta saknar tid, samlad kontaktväg och stöd för att omsätta ambitioner om lokal och hållbar mat i praktiken. En ansvarig funktion skapar kontinuitet och trygghet för köken, samlar upp behov och anpassar insatserna efter olika kommuners organisation, upphandlingsförutsättningar och geografiska lägen.

Målgruppen stärks genom att få en tydlig kontaktperson som leder processen, samordnar producenter, logistik och kunskapsinsatser samt säkerställer att

testleveranser, pilotkök, inspirationsinsatser och nätverk leder till faktisk förändring i arbetssätt. Detta ökar kökens kompetens, minskar osäkerhet och gör det lättare att införa nya rutiner för lokala inköp och menyplanering.

Detta bidrar direkt till projektets mål genom att stärka efterfrågesidan i livsmedelskedjan. När offentliga kök får fungerande strukturer och stöd för att arbeta med lokal mat skapas stabil och långsiktig efterfrågan, vilket ger producenter bättre förutsättningar att växa och utvecklas. Därmed bidrar aktiviteten till ökad konkurrenskraft, kortare värdekedjor och ett mer robust regionalt livsmedelssystem.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens koordinator för offentliga kök i nära samverkan med projektledare, kommunala måltidschefer, koststrateger och upphandlare. Producenter och andra aktörer medverkar vid behov i specifika aktiviteter, men ansvaret för planering och genomförande ligger hos MatVärden.

Kostnad: 251918

Lokal meny

Lokal meny syftar till att ge offentliga kök praktiska och genomförbara verktyg för att öka andelen lokal mat i måltiderna på ett ekonomiskt och organisatoriskt hållbart sätt. Insatserna är anpassade till kökens vardag och genomförs i nära dialog med måltidsverksamheter, producenter och projektets övriga arbetspaket.

Inspirationsföreläsning

Offentliga kök deltar i inspirationsföreläsningar och workshops med fokus på lokal mat, säsongsanpassning, kvalitet och hur hela råvaran kan användas. Insatsen ger kunskap och konkreta exempel på hur lokal mat kan integreras i befintliga menyer utan ökade kostnader.

Kunskapshöjande besök hos producenter

Köken får besöka lokala producenter för att öka förståelsen för råvarornas ursprung, produktion och säsong. Besöken stärker relationer och förbättrar kökens planering och inköpsbeslut.

Kostnad: 402330

Pilotkök

Pilotkök bidrar till måluppfyllelse genom att ge offentliga kök möjlighet att i praktiken testa lokala livsmedel, menyer och arbetssätt innan de införs i större skala. Genom testleveranser och praktiskt arbete i ordinarie köksmiljö minskar osäkerhet och risk, samtidigt som kökens kompetens och trygghet i att arbeta med lokal mat ökar. Pilotköken skapar fungerande exempel och metoder som kan spridas till fler kök, vilket leder till ökad efterfrågan på lokala livsmedel. Därmed stärks producenterna, värdekedjorna förkortas och projektets mål om ett mer robust, konkurrenskraftigt och hållbart regionalt livsmedelssystem uppnås.

Testleveranser

Utvalda testkök får ta emot lokala produkter som testas i ordinarie verksamhet. Testleveranser används för att prova lokala råvaror, anpassa recept och justera menyer innan eventuella större förändringar införs. Detta minskar risker och sänker trösklarna för förändring.

Pilotköksgrupp

En grupp kök deltar i gemensamt utvecklingsarbete och erfarenhetsutbyte genom nätverksträffar. Fokus ligger på att dela lärdomar, identifiera hinder och sprida fungerande arbetssätt.

Kostnad:

495175

Marknadsföring

Marknadsföring bidrar till måluppfyllelse genom att synliggöra offentliga köks arbete med lokal mat och hållbara måltider. Genom stöd i lokalmatskommunikation stärks kökens förmåga att berätta om råvarornas ursprung, kvalitet och värdet av lokala råvaror för elever, brukare, vårdnadshavare och invånare. Detta ökar förståelsen och acceptansen för förändrade menyer och säsonganpassning på deras menyer. När offentlig sektor tydligt kommunicerar sitt arbete skapas legitimitet och långsiktig efterfrågan på lokala livsmedel, vilket stärker producenterna och bidrar till projektets mål om kortare värdekedjor, ökad konkurrenskraft och ett mer robust och hållbart regionalt livsmedelssystem.

Lokalmatskommunikation

Offentliga kök får stöd i hur de kan kommunicera sitt arbete med lokal mat till gäster, vårdnadshavare och invånare. Detta ökar förståelsen för måltidernas värde och stärker den sociala hållbarheten och lokala stoltheten.

Kostnad:

274205

Utveckling av Market

Utveckling av Market bidrar till projektmålet genom att stärka den digitala infrastrukturen som behövs för att små och medelstora livsmedelsföretag ska kunna växa, nå nya kunder och arbeta mer hållbart. Market är den digitala handelsplatsen där producenter och köpare möts och genom arbetspaketet vidareutvecklas funktioner som gör det enklare, tryggare och mer effektivt för företagen att sälja sina produkter. Med teknisk utveckling förbättras plattformens användarvänlighet, sortering, matchning och mobilanpassning. Det gör att producenter lättare kan lägga upp produkter, hantera beställningar och få överblick över sin försäljning. Samtidigt får restauranger, butiker och offentliga kök en tydligare bild av vilka lokala råvaror som finns. Det förenklar planering och inköp. På så sätt möter arbetspaketet målgruppens behov av smidiga digitala verktyg som sparar tid och minskar administrationen. Arbetspaketet stärker även företagen genom att samla data om försäljning, kunder och efterfrågan. Detta gör att både producenter och köpare kan fatta bättre beslut, planera sina inköp och utveckla sin verksamhet mer strategiskt. Funktionen för matchning hjälper dessutom producenter att hitta nya affärsmöjligheter, vilket direkt bidrar till ökad försäljning. Insatserna i denna aktivitet genomförs enligt prislistemodellen. När logistiken kopplas ihop med Market kan fler leveranser samordnas, transporterna minskas och rutterna optimeras. Det gör både affärerna effektivare och bidrar till mer hållbara transporter i regionen. Arbetspaketet genomförs av MatVärden i samarbete med digitala utvecklingskonsulten. Det säkerställer kvalitet, stabilitet och långsiktig utveckling av plattformen.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 5897801

Aktiviteter

Ansvarig AP - Utveckling av Market

Aktiviteten innebär att en ansvarig koordinator leder och samordnar hela arbetspaketet för utvecklingen av Market. Koordinatören planerar, prioriterar och följer upp den tekniska utvecklingen, säkerställer att funktioner tas fram i rätt ordning och att de svarar

mot användarnas behov. Arbetet innebär dialog med producenter, restauranger, offentliga kök och utvecklare, samt kontinuerlig kvalitetssäkring och rapportering till projektledningen.

Aktiviteten ska svara direkt mot målgruppens behov eftersom både producenter och professionella köpare behöver en stabil, användarvänlig och funktionell plattform för att kunna göra affärer digitalt. Många företag saknar tid, kompetens eller resurser för att driva digital utveckling själva och en dedikerad ansvarig säkerställer att deras behov fångas upp och omsätts till funktioner som förenklar administration, försäljning, sortiment och logistik.

Målgruppen stärks genom att Market utvecklas på ett sätt som gör det lättare att lägga upp produkter, hantera beställningar, nå nya kunder och få bättre överblick över sin försäljning. Köparna får samtidigt bättre struktur och möjligheter att hitta lokala råvaror. Arbetspaketsansvarige ansvarar för att plattformen blir mer relevant, mer stabil och enklare att använda vilket ger företagen bättre förutsättningar att växa och bli mer konkurrenskraftiga.

Aktiviteten bidrar direkt till projektmålet genom att säkerställa att Market fungerar som den digitala nav som knyter ihop utbud och efterfrågan i länet. En välfungerande plattform ökar försäljningen av lokala livsmedel, minskar administration, skapar fler affärsmöjligheter och bidrar till kortare, mer hållbara värdekedjor. Det stärker både företagen och hela livsmedelssystemets effektivitet och robusthet.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens ansvariga för Market i nära samverkan med projektledaren och den externa utvecklingskonsulten som utvecklar plattformen. Denna kombination säkerställer både teknisk kvalitet och hög användarnytta.

Kostnad: 1007673

Teknisk utveckling Market - Funktioner

Aktiviteten handlar om att vidareutveckla Markets tekniska funktioner så att plattformen blir mer användarvänlig, stabil och bättre anpassad till behoven hos producenter, restauranger, butiker och offentliga kök. Arbetet består av flera delaktiviteter som tillsammans gör det enklare för användarna att handla, sälja och planera.

Utveckla funktioner

Här förbättras gränssnitt, produktvy, sökfunktioner och användarflöden. Syftet är att göra Market mer intuitivt så att producenter lättare kan lägga upp produkter och köpare snabbt hittar det de söker. Det svarar mot målgruppens behov av att spara tid och minska administrationen.

Utveckla logistiskt flöde

Plattformen anpassas för att stödja fler geografier och fler leveransdagar. Det gör att logistiken kan samordnas bättre, vilket minskar osäkerhet och transportkostnader. Detta stärker både producenter och kök som behöver stabila flöden.

Utveckla kontotyper

Funktionen skapar möjlighet för ett huvudkonto att ha flera användare. Detta förenklar arbetet för större kök, butiker och restauranger där flera personer arbetar i beställningssystemet.

Utveckla sortering

Sortering på geografiskt område, produktkategori och kundtyp gör det lättare för köpare att hitta rätt produkter och för producenter att synas för relevanta kunder. Det möter ett tydligt behov av ökad överskådlighet.

Mobilanpassning

Market utvecklas för att fungera bättre i mobilen. Detta är särskilt viktigt för företagare som arbetar ute i produktion eller kök och behöver snabb åtkomst.

Årlig drift och funktionsgaranti

Utvecklaren säkerställer löpande drift, support och stabilitet. Det gör att plattformen är pålitlig och trygg att använda.

Aktiviteten bidrar direkt till projektets mål genom att skapa en digital infrastruktur som möjliggör fler affärer, effektivare flöden och kortare värdekedjor. När plattformen fungerar bättre och är mer anpassad till användarna kan fler företag växa och fler måltidsorganisationer öka sin andel lokala inköp. Det gör Market till en bärande del av ett mer robust, konkurrenskraftigt och hållbart livsmedelssystem.

Aktiviteten genomförs av MatVärden i nära samarbete med den tekniska utvecklingskonsulten. MatVärden ansvarar för behovsinsamling, prioritering och testning, medan utvecklingskonsulten programmerar och driftsätter funktionerna.

MatVärden får stöd genom DeMinimiavtal från projektet för att genomföra aktiviteten och bekosta konsultkostnader för utvecklingen av Market till ett värde av 500 000kr

Kostnad:

1669189

Teknisk utveckling Market Data, analys och marknadsföring

Utvecklingen ska göra Market till ett mer datadrivet verktyg som stärker både producenter och köpare genom bättre information, automatiska funktioner och effektiv kommunikation. Arbetet består av flera delaktiviteter som tillsammans gör plattformen smartare, mer användbar och mer värdefull för målgruppen.

Kommunikationsmotorer

Utveckling av funktioner som automatiskt kan kommunicera med användarna, till exempel påminnelser, produktnyheter eller rekommendationer. Detta möter målgruppens behov av att hålla koll på sortiment, leveransdagar och säsonger utan att själva behöva bevaka allt manuellt.

Insamling och mätning av data

Market byggs ut så att plattformen samlar in relevant data om försäljningsvolym, trender, säsongvariationer och efterfrågan. Detta ger både producenter och köpare värdefull insikt för planering och utveckling. Många små företag saknar annars möjlighet att få sådan överblick.

Matchningsmotor

Systemet utvecklas för att matcha produkter med rätt restaurang, butik eller offentligt kök baserat på sortiment, geografiskt läge eller köpbeteende. Detta minskar tiden producenter behöver lägga på att hitta kunder och ökar chanserna för nya affärer.

Utveckling av kundstöd

Funktioner som favoritlistor, tidigare inköp, rekommenderade produkter och automatiserade inköpsförslag gör det enklare för restauranger, butiker och kök att

planera sina inköp och återbeställa produkter. Det stärker deras arbetsflöden och gör Market mer användarvänligt.

Rådgivningsdashboard

En dashboard kopplas till användarnas data och ger konkreta insikter om utveckling, försäljning och potential. Det ger producenter rådgivning i realtid och gör det lättare att följa effekterna av projektets övriga insatser.

Automatiserade rapporter

Plattformen tar fram automatiska rapporter om försäljning, avvikelser, volymer och trender. Detta sparar tid och ger både företag och offentliga aktörer bättre beslutsunderlag.

Genom att göra Market mer datadriven får producenter och köpare bättre verktyg för att utveckla sina verksamheter, planera inköp, förstå efterfrågan och hitta rätt affärsmöjligheter. Aktiviteten stärker målgruppen genom ökad effektivitet, bättre överblick, mer träffsäkra affärer och mindre administration. Detta leder till ökad försäljning av lokala livsmedel, kortare värdekedjor och en mer robust och konkurrenskraftig livsmedelssektor helt i linje med projektets mål.

MatVärden ansvarar för behovsinsamling, prioritering och testning. Den tekniska utvecklingen genomförs av extern utvecklingskonsult, i nära dialog med producenter, restauranger och offentliga kök som testanvändare.

MatVärden får stöd genom DeMinimiavtal från projektet för att genomföra aktiviteten och bekosta konsultkostnader för utvecklingen av Market till ett värde av 500 000kr.

Kostnad: 1669189

Användarstöd Market

Aktiviteten ska ge producenter, restauranger, butiker och offentliga kök det praktiska stöd de behöver för att kunna använda Market på ett tryggt och effektivt sätt. Eftersom många små livsmedelsföretag och måltidsorganisationer saknar tid, digital vana eller tekniska resurser är ett aktivt användarstöd avgörande för att plattformen ska fungera i verkligheten.

Onboarding av användare

Företag och kök får stöd att registrera sig, skapa sina konton och förstå hur plattformens funktioner används. Detta gör att de snabbare kommer igång och kan arbeta självständigt. Onboardingen säkerställer att alla användare, oavsett digital mognad, får en likvärdig start.

Producenter får hjälp med att lägga upp produkter, texter, bilder och priser så att sortimentet blir tydligt och professionellt presenterat. Detta möter ett stort behov hos små företag som ofta saknar tid eller vana att arbeta i digitala system.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 18 000 kr per företag.

Produktfotografering

Företag kan få sina produkter fotograferade på MatVärdens kontor och det ger ett enhetligt och säljande uttryck i Market. Det höjer kvaliteten på hela plattformen och stärker företagens varumärken.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 13 500 kr per företag.

Marknadsförings- och kampanjstöd

Företag får hjälp att delta i kampanjer och synlighetsinsatser på Market. Detta gör att producenterna når fler kunder och att plattformens utbud blir mer attraktivt för köpare. Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 15 företag stöd till ett värde av 54 000 kr per företag.

Många små och medelstora livsmedelsföretag saknar administrativa resurser och digital kompetens. Med användarstödet får de hjälp att komma över trösklar som annars skulle hindra dem från att använda Market. Offentliga kök, restauranger och butiker gynnas på samma sätt av hjälp med konton, favoritlistor, beställningsrutiner och förståelse för hur plattformen fungerar.

Med trygga användare av Market kan producenter sälja mer, arbeta mer strukturerat och nå fler kunder. Köparna får bättre kontroll över sina flöden, enklare beställningar och större överblick över lokala råvaror. Det ökar samverkan i värdekedjan och gör att fler aktörer deltar aktivt i plattformen.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens projektteam med erfarenhet av producentstöd, digitala verktyg och rådgivning. Vid behov anlitas externa specialister, exempelvis inom foto eller kommunikation.

Kostnad:

1551750

Uteveckling av dataklient för regional livsmedelsstatistik

I dag saknar regionen en öppen, sammanhållen och för allmänheten lättillgänglig bild över en livsmedelsproduktion, förädling, konsumtion och flöden. Genom att utveckla en dataklient som samlar, analyserar och visualiserar regional livsmedelsstatistik får både näringsliv och offentlig sektor tillgång till fakta som direkt stärker deras konkurrenskraft och långsiktiga planering. Arbetspaketet gör det möjligt att följa utveckling inom områden som produktion, säsong, efterfrågan, klimatdata och cirkularitet. Företagen får bättre underlag för att utveckla sina affärsmodeller, identifiera nya affärsområden och planera investeringar. Offentliga kök och upphandlare får fakta som stödjer lokala inköp och kan se hur andelen lokal mat förändras över tid. Regionen får bättre möjligheter att planera för livsmedelsberedskap och robusthet. Genom expertgrupp, målgruppsanalys, datainsamling och utredning av förvaltning byggs en långsiktig struktur som gör informationen tillgänglig även efter projektets slut. Detta stärker hela livsmedelssystemet och skapar förutsättningar för smartare logistik, effektivare insatser och ett mer sammanhållet regionalt arbete. När arbetspaketet är genomfört har målgruppen fått ökad kunskap, bättre underlag och större förståelse för marknadens och regionens utveckling. Det leder till mer strategiska beslut, större samverkan och tydligare affärsmöjligheter. Därmed bidrar arbetspaketet direkt till projektmålet om stärkt konkurrenskraft, hållbar tillväxt och ett mer robust livsmedelssystem i Gävleborg. Utvecklingen av dataklienten för regional livsmedelsstatistik bidrar till projektmålet genom att skapa den kunskap och datainfrastruktur som krävs för att näringslivet, offentliga kök och offentliga beslutsfattare ska kunna fatta mer träffsäkra hållbara beslut.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 4714392

Aktiviteter

Ansvarig AP - Uteveckling av dataklient för regional livsmedelsstatistik

En ansvarig koordinator leder, samordnar och följer upp hela arbetspaketet kring utvecklingen av den regionala dataklienten. Koordinatören planerar arbetet, håller ihop expertrådet, säkerställer dialogen mellan producentled, offentliga aktörer, akademi och

digitala utvecklare, samt ser till att insamling, analys och teknisk utveckling sker i rätt ordning. Rollen innebär också att kvalitetssäkra dataflöden, prioritera funktioner och sammanställa underlag för rapportering och vidare beslut.

Aktiviteten svarar mot målgruppens behov med att företag, offentliga kök och beslutsfattare idag saknar en samlad och begriplig bild av regional livsmedelsproduktion och efterfrågan. Många aktörer har svårt att veta vilka råvaror som finns, hur produktionen utvecklas och vilka flaskhalsar som finns. En ansvarig funktion för arbetspaketet gör att datainsamling, struktur och tillgänglighet blir samordnad och relevant för målgruppens praktiska vardag.

Målgruppen stärks genom att dataklienten utvecklas på ett sätt som gör informationen användbar, tillförlitlig och lättillgänglig löpande under utvecklingstiden. Företag får enklare tillgång till statistik för beslutsunderlag kring exempelvis investeringar, produktutveckling och marknadsföring. Offentliga kök och upphandlare kan planera inköp, följa upp mål och arbeta mer strategiskt och mätbart med lokal mat. Regionen får bättre grund för livsmedelsberedskap och hållbar utveckling.

Detta bidrar direkt till projektmålet genom att lägga grunden för en långsiktig struktur som skapar insikt, transparens och förmåga att fatta mer hållbara beslut. Den stärker konkurrenskraften hos producenter och offentliga aktörer genom bättre kunskapsunderlag och gör det möjligt att identifiera nya möjligheter, samarbeten och affärsflöden.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens ansvariga för arbetspaketet i nära samarbete med projektledare, Högskolan i Gävle, Region Gävleborg, kommuner och den tekniska utvecklingskonsulten. Koordineringen sker löpande för att säkerställa att arbetspaketet drivs framåt och att dataklienten faktiskt motsvarar användarnas behov i hela länet.

Kostnad: 1007673

Förberedande och löpande utvecklingsarbete

Aktiviteten omfattar allt grundarbete som krävs för att bygga en fungerande och långsiktigt hållbar dataklient för regional livsmedelsstatistik. Den består av flera delaktiviteter som tillsammans säkerställer att dataklienten utgår från målgruppens faktiska behov, bygger på korrekt och relevant data och integreras i regionens arbete på ett långsiktigt sätt.

Expertråd för regional livsmedelsstatistik

Ett expertråd bildas med representanter från akademi, Region Gävleborg, kommuner och branschen. Rådet ansvarar för att identifiera vilka data som behövs, kvalitetssäkra innehållet och säkerställa att verktyget blir relevant för både företag och offentlig sektor. Detta ger dataklienten högre legitimitet och kontinuerlig expertrådgivning.

Datainsamling

Under hela projektet samlas data in från flera källor: statistikdatabaser, offentliga system, kommunala inköpsdata och manuellt insamlad information från företag. Detta arbete ger ett heltäckande underlag för att analysera produktion, flöden, säsong, klimatdata och cirkularitet. Datainsamlingen är avgörande eftersom befintlig statistik kopplad till livsmedel idag är utspridd, svåråtkomlig och inte sammanställd på ett sätt som gör den direkt användbar för konkreta frågeställningar om produktion, klimat, marknad och försörjning.

Målgruppsanalys

I denna del genomförs en strukturerad behovsanalys med målgruppen producenter, restauranger, offentliga kök, upphandlare och beslutsfattare. Analysen klarlägger vilka funktioner, indikatorer och vyer som behövs för att verktyget ska bli praktiskt användbart i deras vardag. Detta gör att dataklienten byggs utifrån faktiska behov istället för antaganden.

Förankring och implementering

Delaktiviteten innebär möten, workshops och informationsinsatser för att skapa förankring hos kommuner, producenter och regionala aktörer. Syftet är att förbereda användarna på den kommande dataklienten, samla in feedback och säkerställa att verktyget tas i bruk när det är färdigt.

Onboarding av användare

Användare får guidning och information om applikationen för att lära sig hur de på bästa sätt kan använda den. Sökfunktioner och rapportgenerering är några av de verktyg som går igenom.

Utreda ägande och drift av regional livsmedelsstatistik

Ett förslag på hur den regionala livsmedelsstatistiken kan uppdateras, utvärderas och implementeras efter projektets slut ska tas fram. Delaktiviteten inkluderar även en utvärdering av användningen.

Målgruppen saknar idag en samlad bild av livsmedelsproduktion, utveckling och efterfrågan. Genom expertråd, målgruppsanalys och långsiktig datainsamling skapas ett verktyg som är anpassat till deras vardag, oavsett om de ska fatta inköpsbeslut, planera produktion eller arbeta med robust näringslivsutveckling i livsmedelskedjan. Målgruppen får tillgång till mer träffsäkert beslutsunderlag, mer lättillgänglig statistik och en gemensam regional bild. Det stärker både företagens och den offentliga sektorns förmåga att planera, utveckla och investera på ett effektivt och hållbart sätt. Genom att strukturera och tillgängliggöra data, utveckla analysmöjligheter och ta fram gemensamma indikatorer får livsmedelsföretagen enkelt tillgång till statistiskt underlag för beslut, vilket stärker deras konkurrenskraft i nästa led.

MatVärden leder arbetet genom projektledare och ansvarig för arbetspaketet. Högskolan i Gävle, Region Gävleborg, kommuner och teknisk utvecklingskonsult deltar i expertråd och utvecklingsmoment. Flera parter samverkar för att säkerställa att verktyget är relevant och långsiktigt förankrat.

Kostnad:

2356719

Utveckla regional livsmedelsstatistik

Utvecklingen handlar om att bygga och etablera den digitala applikation som ska fungera som den regionala dataklienten för livsmedelsrelaterad statistik i Gävleborg. Syftet är att skapa ett verktyg som samlar, presenterar och gör regional livsmedelsrelaterad statistik användbar för producenter, offentliga kök, upphandlare, kommuner och beslutsfattare. Aktiviteten består av flera praktiska delmoment som tillsammans ska göra att den nya dataklienten blir både användbar och långsiktigt hållbar. Producenter, offentliga måltidsorganisationer och beslutsfattare saknar idag samlad och enkelt tillgänglig statistik som stöd för beslut. Med utvecklingen av dataklienten får de ett verktyg som hjälper dem att förstå trender, behov, klimatpåverkan, volymer, och potential.

Utveckla applikation för regional livsmedelsstatistik

Här byggs den tekniska applikationen med struktur, vyer, funktioner, filtrering och rapportstöd. Den ska vara enkel att använda och fungera för olika målgrupper från företag som behöver marknadsinsikter till offentlig verksamhet som arbetar med uppföljning och beredskap. Detta möter direkt mot behovet av att samla utspridd information i ett gemensamt verktyg.

Outreachmanual

En manual tas fram för hur datan ska kommuniceras, användas och spridas till målgruppen. Manualen ska göra det lätt för offentlig verksamhet och näringsliv att förstå hur verktyget fungerar och hur de kan använda informationen i sin verksamhet. Den stärker målgruppens kompetens och gör datakunden mer tillgänglig.

PR och kommunikation för relevant data

Denna delaktivitet handlar om att sprida information om datakunden och de insikter den ger. Med riktad kommunikation, lanseringsinsatser, visualiseringar och nyhetsmaterial blir innehållet synligt och användbart. Det skapar engagemang och gör att fler aktörer börjar använda datan i planering, inköp och utveckling.

Årlig drift av applikationen

Efter utveckling säkras drift och underhåll av applikationen. Det innebär teknisk stabilitet, uppdateringar och stöd, vilket är avgörande för att målgruppen ska kunna använda verktyget tryggt långt efter projektets slut.

Med ett fungerande verktyg med lättare tillgänglig statistik får företag mer träffsäkert beslutsunderlag för investeringar och produktutveckling, offentliga kök får stöd för hållbara inköp och offentliga aktörer får fakta för planering, beredskap och utveckling. Detta underlättar för den datainfrastruktur som gör att hela livsmedelskedjan kan arbeta mer effektivt och hållbart, vilket leder till att konkurrenskraft och robusthet stärks i regionen. Den skapar den kunskap som krävs för att hela livsmedelssystemet ska kunna växa hållbart och konkurrenskraftigt. Datadrivna beslut gör att resurser används smartare, värdekedjor effektiviseras och möjligheterna till lokal tillväxt ökar.

Det finns även potential att använda verktyget som stöd för prognoser och scenariobyggen där historiska data kan ge vägledning om behov, trender och riktning kring regional utveckling.

MatVärden leder arbetet tillsammans med teknisk utvecklingskonsult. Högskolan i Gävle, offentliga aktörer och intressenter deltar som testanvändare och expertråd.

Kostnad:

1350000

1.7 Budget

Kostnader

Kostnadsslag	2026	2027	2028	2029						Totalt
Personal:										
Personalkostnader	1 069 000	4 276 000	4 276 000	3 207 000						12 828 000
Externa tjänster:										
Externa tjänster	250 000	1 000 000	1 000 000	750 000						3 000 000
Resor och logi:										
Resor och logi	57 500	230 000	230 000	172 500						690 000
Investeringar, materiel och lokaler:										
Investeringar materiel och lokaler	75 255	301 022	301 022	225 767						903 066
Schablonkostnader: Lönebikostnader 43,22%	462 022	1 848 087	1 848 087	1 386 065						5 544 261
Schablonkostnader: Indirekta kostnader 15%	229 653	918 613	918 613	688 960						2 755 839
Summa kostnader	2 143 430	8 573 722	8 573 722	6 430 292						25 721 166
Projektintäkter										
Summa faktiska kostnader	2 143 430	8 573 722	8 573 722	6 430 292						25 721 166
Bidrag annat än pengar										
Summa bidrag i annat än pengar										0
Summa totala kostnader	2 143 430	8 573 722	8 573 722	6 430 292						25 721 166

Finansiering

Finansiär	2026	2027	2028	2029						Totalt
Offentligt bidrag annat än pengar										
Total offentligt bidrag annat än pengar										0
Offentlig kontantfinansiering										
Tillväxtverket: ERUF	1 286 058	5 144 233	5 144 233	3 858 175						15 432 699
Total offentlig kontantfinansiering	1 286 058	5 144 233	5 144 233	3 858 175						15 432 699
Total offentlig finansiering	1 286 058	5 144 233	5 144 233	3 858 175						15 432 699
Privata bidrag annat än pengar										
Total privat bidrag annat än pengar										0
Privat kontantfinansiering										
Total privat kontantfinansiering										0
Total privat finansiering										0
Summa medfinansiering	1 286 058	5 144 233	5 144 233	3 858 175						15 432 699

Stödfinansiering

Finansiering	2026	2027	2028	2029						Totalt
Stödfinansiering	857 372	3 429 489	3 429 489	2 572 117						10 288 467

Sammanställning

Stödandel av faktiska kostnader	40,00%
Stödandel av totala kostnader	40,00%
Stödandel av stödgrundande finansiering	40,00%
Stödandel av total finansiering	40,00%
Andel annan offentlig finansiering	60,00%
Andel offentlig finansiering	100,00 %
Andel privat finansiering	0,00%

1.8 Förskott

Sökt förskottsbelopp: 400 000,00

Motivering: För att komma igång med projektaktiviteter enligt projektplaneringen direkt vid projektstart.

1.9 Mina kontakter

Namn:	Anna Hernell
Telefonnummer:	070-2476477
Mobiltelefonnummer:	070-2476477
E-postadress:	anna@matvarden.se
Roll:	Övrigt
Namn:	Nanna Jan-Ers
Telefonnummer:	070-6726385
Mobiltelefonnummer:	070-6726385
E-postadress:	nanna@matvarden.se
Roll:	Projektledare
Namn:	Nanna Jan-Ers
Telefonnummer:	070-6726385
Mobiltelefonnummer:	070-6726385
E-postadress:	nanna@matvarden.se
Roll:	Kontaktperson

1.10 Dokument

Filnamn:	Inköps-upphandlingsplan_Livsmedelslyftet.pdf
Beskrivning:	
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Budget Livsmedelslyftet TVV_260212.xlsx
Beskrivning:	
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Konstituerande.pdf
Beskrivning:	
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Planeringsbudget RG.xlsx
Beskrivning:	
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Underlag lönebikostnader_260202.pdf
Beskrivning:	
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Ans%C3%B6kan_om_st%C3%B6d-4.docx
Beskrivning:	Ansökan till Tillväxtverket
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Ans%C3%B6kan_om_st%C3%B6d.xlsx
Beskrivning:	Ekonomi - ansökan om stöd till Tillväxtverket
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Originalansökan
Beskrivning:	Inkommen originalansökan - Maskinläsbart format
Uppladdningsdatum:	2026-02-13
Filnamn:	Signeringsinformation
Beskrivning:	Ansökan
Uppladdningsdatum:	2026-02-13

MatVärden ek. för. Total

Kostnader

Personalens lön	Projektledare	1 944 000	1 944 000
Personalens lön	Projektadmin	1 800 000	1 800 000
Personalens lön	Rådgivare A 80%	1 360 000	1 360 000
Personalens lön	Rådgivare B 100%	1 700 000	1 700 000
Personalens lön	Rådgivare C 100%	1 700 000	1 700 000
Personalens lön	Rådgivare D 40%	680 000	680 000
Personalens lön	Rådgivare E 100%	1 700 000	1 700 000
Personalens lön	Rådgivare F 50%	540 000	540 000
Personalens lön	Säljutvecklare A 80%	864 000	864 000
Personalens lön	Säljutvecklare B 50%	540 000	540 000
Schablon för lönebikostnader (%)		5 544 262	5 544 262
Schablon på upp till 40%		7 348 905	7 348 905
Summa kostnader		25 721 167	25 721 167
Summa faktiska kostnader		25 721 167	25 721 167
Summa totala kostnader		25 721 167	25 721 167

Medfinansiering

Offentlig kontantfinansiering

Region Gävleborg	1:1 finansiering	10 288 466	10 288 466
Totalt		10 288 466	10 288 466
Total offentlig finansiering		10 288 466	10 288 466
Summa medfinansiering		10 288 466	10 288 466

Sammanställning

Summa totala kostnader	25 721 167	25 721 167
Summa medfinansiering	10 288 466	10 288 466
Sökt stöd	15 432 701	15 432 701
Andel stöd %	60,00	60,00

Ansökan om stöd

1.1 Allmänna uppgifter

Projektnamn: LivsmedelsLYFTET

Ansökansid: 823883

Ärendeid: 20378758

Typ av finansiering: Utveckla företags konkurrenskraft i Norra Mellansverige

Sista ansökningsdag: 2026-02-17

Ansvarig organisation: Tillväxtverket

1.2 Stödsökande

Namn: MatVärden ek. för.

ULVKISBOVÄGEN 45

811 98 ÖSTERFÄRNEBO

Sverige

Org.Nr: 769642-0640

Antal anställda: 19

Arbetsställe

Namn:

Arb.ställenr.: 70757505

Postadress:

Besöksadress:

ULVKISBOVÄGEN 45

ULVKISBOVÄGEN 45

811 98 ÖSTERFÄRNEBO

811 98 ÖSTERFÄRNEBO

Region: Sandviken

Har ni tagit upp moms som en kostnad när ni beräknat er budget?

Ja

Ange vem som är organisationens firmatecknare

Berit Löfgren, Hans Jonsson, Anna Hernell och Nanna Jan-Ers, var för sig.

Omfattas organisationen av Lagen om offentlig upphandling eller annan upphandlingslagstiftning?

Ja

Organisationens hemsida

www.matvarden.se

1.3 Projektpartner

1.4 Betalningssätt

Typ av konto: Bankgiro

Kontonummer: 351-4833

Detaljerad info:

1.5 Projektinformation

Specifikt mål

1.3 Förbättra de små och medelstora företagens hållbara tillväxt och konkurrenskraft och skapandet av arbetstillfällen i dessa företag, inbegripet genom produktiva investeringar

Projektnamn

LivsmedelsLYFTET

Projektstart

2026-10-01

Projektslut

2029-09-30

I vilken eller vilka kommuner kommer insatserna genomföras? Valda län

Gävleborg

I vilken eller vilka kommuner kommer insatserna genomföras? Valda kommuner

Sandviken, Hudiksvall, Bollnäs, Söderhamn, Hofors, Ovanåker, Nordanstig, Ljusdal, Gävle, Ockelbo

Söker ni finansiering för ett ramprojekt?

Nej

Har projektet genomfört en hållbarhetsanalys?

Ja

Söker ni finansiering för att investera i infrastruktur?

Nej

Sammanfatta projektet kortfattat

LivsmedelsLYFTET ger livsmedelsföretag, restauranger och offentliga kök bättre förutsättningar att växa hållbart genom rådgivning, digitala verktyg och nya affärsmöjligheter. Projektet stödjer företag i att utveckla lönsamhet, marknadsföring och produktutveckling, samtidigt som restauranger och offentliga kök får stöd och inspiration till att öka inköp och servera lokal mat. Genom Market och den regionala livsmedelsstatistiken stärker projektet den digitala infrastrukturen och gör värdekedjan mer resurseffektiv. Projektet leder till att målgruppen får nya förmågor, ökar sin konkurrenskraft och bidrar till ett mer robust, cirkulärt och lokalt förankrat livsmedelssystem.

Beskriv kortfattat ert projektmål

Vid LivsmedelsLYFTETs slut har små och medelstora livsmedelsföretag i Gävleborg stärkt sin konkurrenskraft genom ökad försäljning, förbättrad lönsamhet och fler hållbara affärer med restauranger, offentliga kök och butik. Cirka 250 unika insatser har gjorts inom rådgivning, digitala tjänster och utvecklingsinsatser som ska bidra till konkreta förändringar som förbättrar affärsmodell, marknadstillgång och/eller produktutveckling. Projektmålet är viktigt eftersom branschen har stora utvecklingsbehov och är helt central för regional tillväxt och beredskap. Målet är realistiskt då insatserna bygger på etablerade metoder, digital infrastruktur och tidigare beprövade arbetssätt. Målet ska vara uppnått vid projektets slut i september 2029.

Vilken utmaning i utlysningen ska projektet bidra till att lösa?

Gävleborg behöver ett mer hållbart och konkurrenskraftigt näringsliv. Projektet ska bidra till att utveckla nya affärsmodeller, skapa bättre förutsättningar för företags tillväxt, främja grön omställning och öka företagens möjligheter till expansion, innovation och nyetablering. Vidare ska projektet bidra till att lösa utmaningen att små och medelstora företag i Norra Mellansverige behöver stärka sin konkurrenskraft, innovationsförmåga och omställningskapacitet. Projektet ska också möta behovet av ett mer samverkande och kapabelt företagsfrämjande system som kan erbjuda avancerade stödtjänster till företag i hela Gävleborg.

Beskriv nuläget som projektet ska bidra till att förändra.

Gävleborgs livsmedelssystem präglas av låg självförsörjningsgrad, sårbarhet i leveranskedjor och en företagsstruktur dominerad av mikro- och små företag med begränsade resurser för försäljning, transporter, förädling och att göra en hållbar omställning. Regional statistik och erfarenheter från MatVärdens tidigare projekt visar att företagen ofta har svag lönsamhet, begränsad marknadsåtkomst och otillräckligt stöd för att utveckla hållbara och konkurrenskraftiga affärsmodeller. Detta speglar utlysningens behov av att stärka små och medelstora företags konkurrenskraft och deras förmåga till att göra en grön omställning.

Efterfrågan på lokal mat ökar hos restauranger, offentliga kök och handel, men värdekedjorna är splittrade. Företag står långt från diversifierade marknadskanaler och saknar ofta tid, kapital och kompetens inom prissättning, förpackning, marknadsföring och hållbarhetsutveckling. Offentliga kök beskriver svårigheter att köpa lokalt på grund av brist på samordnad logistik, gemensamma digitala system och praktiska processer. Samtidigt visar företag att de vill växa men bromsas av dyr distribution, brist på skalbara lösningar och saknar anpassad rådgivning.

Nuläget innebär utmaningar även i den sociala och miljömässiga dimensionen.

Landsbygdsföretag riskerar nedläggning, vilket påverkar sysselsättning och lokal attraktionskraft. Linjära och geografiskt spridda livsmedelsflöden orsakar onödiga transporter och dåligt resursutnyttjande. Regionens utvecklingsstrategi pekar på behovet av cirkulära flöden, kortare värdekedjor och en biobaserad ekonomi, men omställningen hindras när det saknas gemensamma system och verktyg.

Forskning från Högskolan i Gävles projekt Greener och regionala erfarenheter visar att lokala livsmedelskedjor kan bidra till robusthet och lägre klimatpåverkan, men uppskalning kräver tillgång till logistik, dataunderlag och digitala plattformar som förenklar affärer mellan producenter, restauranger, offentliga kök och butik. Utan dessa funktioner saknar vi förutsättningar att utveckla hållbara affärsmodeller och stärka företagens konkurrenskraft rätt.

Projektets målgrupper befinner sig i ett läge där producenter och förädlare behöver säljstöd, prissättning, produktionsstöd och fler marknadskanaler att sälja på. Restauranger efterfrågar samlad åtkomst till lokala produkter och fungerande logistik. Offentliga kök behöver testleveranser, upphandlingsstöd och säsonganpassade menyer. Beslutsfattare saknar relevant data för regional livsmedelsrelaterad statistik för planering, beredskap och utvecklingsinsatser.

Det önskade läget har inte uppnåtts på grund av oklara strukturer, brist på samordnade system, begränsad rådgivningskapacitet och avsaknad av en regional datakärna för livsmedel. Digitala lösningar som Market finns idag men behöver vidareutvecklas och skalas för att stödja ett sammanhållet mer långsiktigt regionalt system. De tio kommunerna i Gävleborg har dessutom olika geografiska förutsättningar, vilket gör det svårt för företag och offentlig sektor att få likvärdig tillgång till funktioner som stödjer lokal mat och hållbara affärer.

Vilka av de globala målen i Agenda 2030 förväntas projektet bidra till i regionen på lång sikt?

2. Ingen hunger, 8. Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt, 9. Hållbar industri, innovation och infrastruktur, 11. Hållbara städer och samhällen, 12. Hållbar konsumtion och produktion, 13. Bekämpa klimatförändringarna

Motivera valet av Agenda 2030 mål.

Projektet förväntas på lång sikt bidra till flera av de globala målen i Agenda 2030, också i linje med utlysningens fokus på att stärka små och medelstora företags konkurrenskraft och stödja den gröna omställningen. LivsmedelsLYFTET förväntas stärka förmågor inom affärsutveckling, hållbar produktion, digitalisering och cirkulära affärsmodeller och därigenom göra samhällsförändringar som riktar sig mot dessa globala mål:

Mål 2 Ingen hunger

Projektet ska stärka den regionala livsmedelsproduktionen och förbättra lokala flöden av råvaror och förädling. Därmed bidrar projektet till en mer hållbar och resiliert livsmedelsförsörjning, i linje med Agenda 2030:s fokus på hållbara matsystem.

Mål 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Projektet kommer att stärka små och medelstora livsmedelsföretags konkurrenskraft, lönsamhet och affärsutveckling. Därmed bidrar projektet till ökad sysselsättning, fler affärsmöjligheter och en mer robust regional ekonomi. Företag får bättre förutsättningar att växa och skapa arbetstillfällen.

Mål 9 Hållbar industri, innovationer och infrastruktur

Projektet utvecklar digital infrastruktur för lokal mat genom Market och en regional datakärna. Det ökar innovationskapaciteten, stärker företagens digitala mognad och skapar infrastruktur som möjliggör ett modernt, effektivt och resiliert livsmedelssystem.

Mål 11 Hållbara städer och samhällen

Genom att stärka lokal matproduktion, regionala värdekedjor och livsmedelsberedskap bidrar projektet till mer robusta samhällen med bättre förutsättningar att klara störningar i omvärlden. Offentliga kök får verktyg för hållbara lokala inköp, vilket stärker samhällsservice och lokal attraktionskraft.

Mål 12 Hållbar konsumtion och produktion

Projektets affärs- och produktutvecklingsinsatser, cirkulära flöden, resurseffektiv logistik och fokus på sidoströmmar stöder hållbar produktion i livsmedelssektorn. Genom att öka tillgängligheten till lokal mat bidrar projektet också till mer hållbar konsumtion i restaurang, handel och offentlig sektor.

Mål 13 Bekämpa klimatförändringarna

Kortare och mer samordnade värdekedjor samt ökad lokal förädling minskar transportbehov och negativ klimatpåverkan.

Välj en primär målgrupp för projektets aktiviteter under projektperioden

Små och medelstora företag

Välj eventuellt en eller flera sekundära målgrupper för projektets aktiviteter under projektperioden.

Akademi och forskningsaktörer, Offentliga organisationer

Beskriv projektets målgrupp och deras behov av projektet

LivsmedelsLYFTETs målgrupp består av små och medelstora livsmedelsföretag i Gävleborg, inklusive producenter, förädlingsföretag och restauranger, samt offentliga måltidsorganisationer och upphandlare. Dessa aktörer är centrala delar av länets lokala livsmedelssystem, men möter flera utmaningar som hindrar deras konkurrenskraft och möjligheter att bidra till en hållbar omställning.

Många mikro- och små producenter har begränsade resurser för sälj, marknadsföring, prissättning, produktutveckling och förpackningslösningar. De saknar även tid, kapital och kompetens för att etablera sig i professionella marknadskanaler eller utveckla cirkulära och hållbara arbetssätt. Restauranger uttrycker ett stort intresse för lokal mat men saknar idag

förmågan att nyttja samordnad logistik, enkla beställningsflöden och stöd i att utveckla säsonganpassade menyer eller nya samarbeten med lokala producenter. Offentliga kök behöver testleveranser, upphandlingsstöd och hjälp att hitta rutiner för säkra, kostnadseffektiva lokala inköp.

Behoven är både praktiska och strategiska: stärkt affärsförmåga, ökad samverkan, digitala verktyg som förenklar inköp och logistik, samt stöd i att utveckla hållbara arbetssätt. Regional statistik på livsmedel efterfrågas av både offentliga och privata aktörer för att förstå länets produktion, skapa underlag för beslut och stärka beredskapen.

Målgruppen har en god mångfald sett till kön, ålder, bakgrund och geografisk spridning. Inom primärproduktionen är många företag familjeägda och drivs av både kvinnor och män, ofta i par eller generationsskiftet, medan förädlingsledet i större utsträckning domineras av kvinnor i vissa branscher (t.ex. bageri, mejeri, förädling) och män i andra (t.ex. kött- och charkproduktion). I små mikrobolag ansvarar ofta en person för många roller, vilket gör att bristande tid och belastning påverkar deltagandet i utvecklingsinsatser. I restaurangbranschen finns en tydligare spridning i ålder och bakgrund, med många yngre företagare och personer med internationell bakgrund. Samtidigt finns strukturella snedfördelningar: kvinnor är underrepresenterade i ägarledet men överrepresenterade i service- och tillagningsledet, medan män dominerar i beslutsfattande roller. Offentliga kök är tvärtom en bransch där majoriteten av medarbetarna är kvinnor, men där ledningsfunktioner oftare innehas av män. Dessa mönster påverkar vilka behov som uttrycks, hur beslut fattas och vilka som nås av utvecklingsinsatser.

Det finns även geografiska skillnader. Företag i inlandskommuner och mindre orter har längre avstånd till marknader, svårare att nå rådgivning och större transportkostnader. Digital kompetens varierar mellan både företag och offentliga aktörer. Företagare med utländsk bakgrund efterfrågar ofta stöd i regelverk, marknadsföring och nätverk. Flera verksamheter drivs av personer med begränsade fysiska resurser eller hög arbetsbelastning, vilket gör flexibla former för deltagande nödvändiga.

Projektet LivsmedelsLYFTET vill erbjuda målgruppen:

1. stöd i affärsutveckling, prissättning, marknadsföring och produktutveckling
2. tillgång till logistiklösningar, digitala beställningsflöden och enkla kontaktvägar till restauranger och offentliga kök
3. stärkta nätverk, samarbeten och kompetenshöjande insatser i offentliga kök
4. datadrivna verktyg för beslut, planering och beredskap
5. inkluderande processer där olika grupper nås utifrån sina förutsättningar på marknaden

För att arbeta inkluderande behöver projektet anpassa aktiviteterna så att både kvinnor och män, yngre och äldre, svenskfödda och utrikesfödda företagare samt aktörer från både kust och inland ges likvärdiga möjligheter att delta. Projektet görs därför med uppsökande kommunikation, lokal närvaro, digitala alternativ, individanpassad rådgivning och nätverk som lyfter fram underrepresenterade grupper i branschen.

Vad har ni för tidigare erfarenhet av målgruppen?

MatVärden har lång praktisk erfarenhet av att arbeta nära målgruppen små och medelstora livsmedelsföretag, producenter, restauranger och offentliga kök i Gävleborg. Under flera år har organisationen drivit utvecklingsprojekt som Livsmedelsloket, Smakfull Framtid med bla Smakstudio, Lokal meny och olika sälj- och marknadssatsningar. Det har gjort att MatVärden mött många företagare och byggt upp stor kunskap om deras vardag, utmaningar och affärsbehov.

I projekt har MatVärden utvecklat rådgivning inom prissättning, lönsamhetsberäkningar, marknadsföring, produktutveckling, EAN-koder, förpackningsdesign och certifieringsfrågor. Arbetet har även omfattat stöd i att nå nya kundgrupper, hantera distribution och skapa samarbeten mellan företag. Flera av dessa insatser har utvecklats till beprövade metoder som nu ligger till grund för LivsmedelsLYFTET, exempelvis lönsamhetsmotorn, Smakstudio, produktdemonstrationer och konceptet Lokal meny för offentliga kök.

MatVärden har också utvecklat Market, den digitala handelsplatsen för lokal mat, tillsammans med regionala producenter och aktörer. Genom onboarding, utbildning och testleveranser har

organisationen sett både möjligheter och flaskhalsar i dagens system, särskilt kring logistik, digital kompetens och företagens behov av stöd för att bli synliga på marknaden.

MatVärden har dessutom nära samarbete med offentliga kök, koststrateger och upphandlare. Tidigare aktiviteter som workshops, säsongsmenyer och studiebesök hos producenter har gett god förståelse för vad som krävs för att offentliga måltider ska kunna öka andelen lokal mat i praktiken.

MatVärden tar också del av forskning och omvärldsanalyser. Exempel är inventeringen av producenter 2024 och slutsatser från Högskolan i Gävles projekt Greener om lokala livsmedelskedjor. Det gör att organisationen har en väl förankrad bild av målgruppens situation och av de strukturella hinder som bromsar tillväxt, samverkan och hållbar utveckling i branschen.

Hur ska ni arbeta för att inkludera målgruppen i genomförandet av projektet?

Livsmedelslyftet kommer att arbeta aktivt och strukturerat för att inkludera målgruppen i alla steg av projektet. Vi börjar med en uppsökande fas där vi kontakter producenter, förädlare, restauranger och offentliga kök genom MatVärdens nätverk, tidigare projektdeltagare, kommunala näringslivskontor och branschorganisationer. Det kompletteras med riktad kommunikation via nyhetsbrev, sociala medier och lokala mötesplatser så att även företag med låg digital närvaro nås.

I uppstarten genomförs en behovsanalys med varje deltagande verksamhet. Den ligger till grund för att planera rätt typ av insatser och säkerställa att stödet anpassas efter olika förutsättningar, exempelvis företagsstorlek, könssammansättning, digital vana, språkbehov och geografiskt läge. Både individuella och gruppbaseade aktiviteter erbjuds och det gör det möjligt för företagare med begränsad tid eller arbetstoppar att delta efter sina förutsättningar.

För att säkerställa att projektet når en bredd och inkluderar målgrupper använder vi geografiskt fördelat och målgruppsspecifik uppföljning på genomförda aktiviteter. Vi följer löpande vilka som deltar i aktiviteter, hur representationen ser ut och vilka grupper som eventuellt inte nås. Om snedfördelningar uppstår vidtar projektet åtgärder, till exempel särskilda inbjudningar, anpassade tider, mer lokala träffar eller digitala alternativ.

Vi arbetar också nära offentliga kök och restauranger genom dialogmöten, workshops, studiebesök och testleveranser. Dessa aktiviteter planeras så att både driftpersonal, kockar, upphandlare och beslutsfattare inkluderas. För producenter skapar vi väg in i projektet genom rådgivning, Smakstudio, produktutvecklingsstöd, affärscoaching och Market-onboarding.

Under projektet samverkar vi med kommuner, utbildningsaktörer, innovationsstöd och branschaktörer. Det säkerställer att vi når även de företag som inte redan finns i MatVärdens nätverk. Genom löpande avstämningar i styrgrupp och projektledning följer vi vilka målgrupper som deltar, vilka som saknas och hur vi behöver justera arbetssättet för att nå rätt aktörer.

Vilken huvudsaklig bransch förväntar ni er att projektets aktiviteter ska bidra till?

05 Framställning av livsmedelsprodukter och drycker

Vilken hållbarhetspåverkan har ert arbete?

LivsmedelsLYFTET har en tydligt positiv hållbarhetspåverkan inom de globala mål som anges nedan. Vi har identifierat målkonflikter som vi hanterar med olika metoder, rådgivningsinslag och hållbarhetsintegrering genomgående i projektets arbetspaket. Projektet stärker konkurrenskraft, klimatnytta, social hållbarhet och regional robusthet och skapar även en långsiktig struktur för ett mer hållbart livsmedelssystem i Gävleborg.

Projektet har en positiv hållbarhetspåverkan inom de globala mål som utlysningen lyfter: mål 8, 9, 11, 12 och 13. Genom att stärka små och medelstora livsmedelsföretag, utveckla kortare

värdekedjor, förbättra digital infrastruktur och stödja offentliga kök och restauranger i lokala inköp ger projektet effekter som gynnar både ekonomisk, social och miljömässig hållbarhet.

Mål 2 Ingen hunger

Projektet ska stärka den regionala livsmedelsproduktionen och förbättra lokala flöden av råvaror och förädling. Därmed bidrar projektet med en positiv påverkan till en mer hållbar och resilient livsmedelsförsörjning, i linje med Agenda 2030:s fokus på hållbara matsystem.

Mål 8 Anständiga arbetsvillkor och ekonomisk tillväxt

Projektet ska stärka företagens lönsamhet, affärsutveckling och förmåga att skapa arbete och lokala värden. Med rådgivning, digitala verktyg, produktutveckling och professionellt stöd förbättras företagens möjligheter att växa långsiktigt och minska sin sårbarhet. Detta gynnar både företagare och landsbygdsutveckling.

Mål 9 Hållbar industri, innovationer och infrastruktur

Marknet utvecklas till en robust digital infrastruktur som kopplar samman producenter, butiker, restauranger och offentliga kök. Datakunden för regional livsmedelsstatistik skapar ny tillgång till statistik och analysverktyg som stöd för innovation, logistikplanering och smartare resursanvändning.

Mål 11 Hållbara samhällen

Projektet ökar robustheten i den regionala livsmedelsförsörjningen genom att stärka lokala företag, offentliga kök och regional samverkan. Kortare kedjor, starkare lokalidentitet och tryggare råvarutillgång bidrar till stabila samhällsfunktioner, särskilt inom skolor, omsorg och restaurangnäring.

Mål 12 Hållbar konsumtion och produktion

Projektet bidrar till mer hållbar produktion med rådgivning om resurseffektivitet, hållbara förpackningar och cirkulära flöden. Offentliga kök och restauranger arbetar med säsongsbaserade menyer och bättre råvaruanvändning.

Målkonflikter: Det finns en högre efterfrågan på lokala produkter och det kan innebära ökad produktion och därmed ökad energianvändning hos företag. Det kan hanteras med att rådgivningen inkluderar hållbarhetskrav, klimatperspektiv och resurseffektivitet så att företag uppmuntras att arbeta med tex. energibesparingar, sidoströmmar och smart förpackning där det är möjligt.

Mål 13 Bekämpa klimatförändringarna

Projektet minskar klimatpåverkan genom kortare transporter, hubbar för samlastning, optimerad logistik och ökad lokal förädling. Datakunden gör det möjligt att följa klimatindikatorer som klimatpåverkan och cirkularitet.

Vissa projektmöten och besök innebär resor, men projektet prioriterar digitala möten där det är möjligt, samåkning och planering av möten geografiskt smart.

Övriga hållbarhetsaspekter

Social hållbarhet: Projektet minskar sårbarhet på landsbygden, stärker lokala näringskedjor och ger företagare och offentliga aktörer verktyg för utveckling och stolthet.

Jämställdhet och mångfald: Insatser genomförs inkluderande och projektet följer upp representation kontinuerligt.

Var ska resultaten uppstå?

Resultatkedja1: Direkta insatser till företag

Förmåga - vad kommer målgruppen eller målobjektet att få tillgång till?

Resultatkedja1: Nya arbetssätt och metoder, Resultatkedja1: Nya marknader (Sverige), Resultatkedja1: Relevant kunskap, Resultatkedja1: Samverkan och kunskapsöverföring

Vilka förändrade beteenden förväntas de stärkta förmågorna leda till hos målgruppen eller målobjektet?

Resultatkedja1: Expanderar verksamheten, Resultatkedja1: Samarbetar med nya sektorer, branscher och aktörer, Resultatkedja1: Utvecklar/tillämpar ny teknik, material, processer och metoder, Resultatkedja1: Ökad digital kompetens (generell, icke-teknisk, specialist), Resultatkedja1: Skalar upp metoder, processer och arbetssätt

Hur kommer projektets organisation vara uppbyggd för att genomföra projektet?

En styrgrupp kommer att bildas och det är tänkt att följande ska ingå: projektledare, projektadministratör, ordförande och ekonomiansvarig i styrelsen för MatVärden ekonomisk förening samt Region Gävleborgs livsmedelsstrateg och handläggare från Tillväxtverket (i mån av tid). Styrgruppsmöten kommer att genomföras fyra gånger per år och projektledaren och projektadministratören kommer att informera om projektets ekonomi, budget, genomförda och pågående aktiviteter samt en planering för vad som händer framöver. Styrgruppen har mandat att besluta om strategiska vägval, så länge dessa rymms inom projektplanen.

Projektet leds av projektledare Nanna Jan-Ers, erfaren och utbildad inom ledarskap, samt arbetspaketsansvariga som har mångårig erfarenhet av respektive ämnesområde. MatVärdens projektadministratör Anna Hernell ingår i projektorganisationen. MatVärdens nuvarande projektpersonal kommer att arbeta i LivsmedelsLYFTET, men projektteamet kan även komma att förstärkas med ytterligare personal för att kunna erbjuda målgruppen stöd av kompetenta rådgivare inom alla områden.

Med hjälp av en tydlig ansvarsfördelning och projektledning samt stort engagemang av alla parter i projektorganisationen säkerställs ett aktivt ägarskap.

Många av projektets aktiviteter riktar sig till företag. MatVärden har genom projekten Livsmedelsloket och Smakfull framtid mycket stor erfarenhet av att arbeta med företag och rapportera aktiviteter enligt reglerna för försumbart stöd och statsstöd. MatVärden har upprättat en strukturerad hantering för ansökan om och godkännande av försumbart stöd, vilket underlättar vid rapportering och uppföljning.

Vilka andra liknande projekt eller verksamheter känner ni till?

På andra håll i Sverige finns organisationer som erbjuder stöd till företag inom livsmedelssektorn. Några av dessa är Hallands Matgille, Lokalproducerat i Väst, Dalarnas kompetenscenter för livsmedelskedjan, Sörmlands Matkluster och Vreta Kluster. I Gävleborg är MatVärden dock den enda aktören som är specialiserad på livsmedelssektorn och som erbjuder ett brett stöd med möjlighet till skräddarsydda insatser inom exempelvis affärsutveckling, marknadsföring och produktutveckling.

MatVärden bedriver i dag projekten Livsmedelsloket och Smakfull framtid, vilka avslutas i oktober 2026 respektive juni 2027. Erfarenheter och lärdomar från dessa projekt, liksom från arbetet med MatVärdens tillväxtstrategi för livsmedelssektorn, utgör en central grund för LivsmedelsLYFTET. Projektet vidareutvecklar tidigare metoder och tjänster och stödinsatserna kommer att inledas med en strukturerad dialog där en behovskartläggning hos företaget görs. Efter det sätts en överenskommelse om företagets och MatVärdens planerade insats, för att nå gemensamt uppsatta mål.

Inom ramen för LivsmedelsLYFTET avser MatVärden att samverka med relevanta regionala och nationella aktörer för att dela kunskap och erfarenheter.

Hur ska ni internt i projektorganisationen arbeta för en inkluderande kultur för likvärdiga möjligheter att påverka projektets inriktning och resultat?

MatVärden arbetar fortlöpande för att vara en arbetsplats med en inkluderande kultur. Det är något som kommer att vara fortsatt angeläget under genomförandet av LivsmedelsLYFTET. Vi kommer att verka för att alla medarbetare ska få likvärdiga möjligheter att påverka projektets inriktning, genomförande och resultat genom olika aktiviteter, bland annat dessa tre:

1. Regelbundna personalmöten: En gång per vecka kommer projektpersonalen delta fysiskt eller digitalt på ett möte där aktuella uppdrag, samverkansbehov och eventuella utmaningar diskuteras. Genom en gemensam sprintlogg i verktyget Planner säkerställs att alla har insyn i projektets utveckling och kan bidra till att följa upp beslut och planerade aktiviteter.
2. Personaldagar: Ungefär en gång i månaden kommer projektteamet samlas. Vi kommer att fokusera på olika teman under de här dagarna, men en gemensam nämnare kommer att vara att alla får möjlighet att bidra med synpunkter och idéer.
3. Systematiskt arbetsmiljöarbete (SAM): MatVärdens skyddsombud och projektledare kommer att träffas ungefär en gång i månaden för att diskutera arbetsmiljön med syfte att skapa en trygg arbetsmiljö där alla känner sig sedda och hörda.

Den interna organisationens könsfördelning är i dagsläget inte jämn utan projektteamet består i huvudsak av kvinnor. När det blir aktuellt att anställa nya projektmedarbetare kommer kompetens och lämplighet att prioriteras högst, men det är också viktigt att försöka göra könsfördelningen jämnare.

Beskriv vilken hållbarhetskompetens som finns i projektorganisationen, eller som avses rekryteras till projektet.

Projektteamet har god kunskap inom hållbar utveckling och kommer att integrera miljömässiga, sociala och ekonomiska aspekter i arbetet med att stötta målgruppen för att skapa långsiktig framgång och konkurrenskraft.

Nanna Jan-Ers: Har en magisterexamen inom hållbar utveckling och kommer som projektledare säkerställa att alla tre hållbarhetsaspekter beaktas i planering och genomförande.

Anna Hernell: Har många års erfarenhet av att jobba med EU-finansierade projekt och har god kännedom om Agenda 2030 hållbarhetsmål genom myndighetstjänst.

Britt-Marie Stegs: Många års erfarenhet av lokal livsmedelsproduktion och hållbara livsmedelssystem samt hållbar affärsutveckling. Bilda nya affärsdrivande cirkulära värdekedjor, flera års erfarenhet av LRF och världsbanken i Baltikum.

Daniel Coyet: Tidigare restaurangansvarig för Generation Waste på Högbo Brukshotell och deltagare i Högbo Brukshotells hållbarhetsgrupp.

Linda Elverstig: Utbildad samtalscoach med fokus på social hållbarhet.

Anna Stegs: Många års erfarenhet av lokal livsmedelsproduktion och hållbara livsmedelssystem. Utbildad inom cirkulär ekonomi genom Cireko. Stort engagemang i lokal social hållbarhet.

Andrea Westphal: Hållbarhetskompetens genom akademisk bakgrund inom global hälsa, näringsfysiologi och kulturanalytiska perspektiv på livsmedel. Praktisk erfarenhet från livsmedels- och restaurangbranschen med kvalitet, matsäkerhet och hållbara arbetssätt i drift och service. Kunskap om hållbara livsmedelssystem, folkhälsa och samhällsutveckling.

Lisa Valleräng: Utbildad på SLU till Landsbygdsutvecklare. Kunskaper inom hållbar samhällsomställning och hållbara livsmedelssystem, naturresurskonflikter och miljöpåverkan på lantbruket i Sverige och globalt, klimatförändringar.

Kommer ni arbeta med aktörer utöver de som ingår i projektorganisationen under genomförandet?

Ja

Beskriv vilken slags samarbete eller samverkan som kommer att genomföras och med vilka aktörer, samt hur det kommer att bidra till projektets genomförande.

I delaktiviteten Kunskapshöjande besök inom arbetspaket 4 (Stöd till offentliga kök), kommer samverkan att ske med forskningscentret PLATE och Region Gävleborg. Region Gävleborg är en av flera aktörer i PLATE, som arbetar för att öka kunskapen om måltidens roll i samhället och utveckla lösningar för hållbarhet, beredskap och konkurrenskraft. I delaktiviteten Kunskapshöjande besök kommer produktions- och förädlingsbesök att anordnas hos producenter som levererar till offentliga kök.

Inom arbetspaket 5 och 6 kommer projektet ha kontakt med regionala utvecklingsprojekt inom AI och digitalisering, som till exempel Mighty och Propell.

Genomgående under projekttiden kommer MatVärden att verka för att bidra till måluppfyllelse i Gävleborgs handlingsplan för Sveriges Livsmedelsstrategi samt samverka med de organisationer som står bakom handlingsplanen (LRF, Region Gävleborg och Länsstyrelsen Gävleborg) i lämpliga sammanhang.

Söker ni stöd för aktiviteter som bidrar till genomförandet av Östersjöstrategin?

Nej

Hur har ni säkerställt att ni har förmåga att rapportera och redovisa kostnader och aktiviteter i projektet?

MatVärden bedriver i dagsläget två projekt, Livsmedelsloket och Smakfull framtid, som finansieras av Tillväxtverket och Region Gävleborg. Dessa projekt har pågått sedan september 2023 respektive april 2024. MatVärden har därmed god erfarenhet av att rapportera aktiviteter och kostnader enligt Tillväxtverkets regler. Arbetet kommer att utföras av projektledare, projektadministratör samt av den konsult som bistår MatVärden med ekonomiska redovisningstjänster. Med stöd av konsulten har MatVärden en mycket god administrativ kapacitet.

Endast kostnader som är kopplade till projektets aktiviteter och som uppstår under godkänd projektperiod kommer att bokföras på projektet.

Alla fakturor godkänns/attesteras av både projektledare och administratör för att säkerställa att kostnaderna är stödberättigande, följer beslut om stöd samt är korrekt bokförda. Alla kostnader kan styrkas med betalningsunderlag.

Personalen kommer att ha en fast hel-eller deltid i projektet. Ett intyg med omfattningen i procent kommer att upprättas och bifogas vid första ansökan om utbetalning samt vid eventuell förändring under projektperioden.

Hur ska ni arbeta med kommunikation?

Målgrupp:

Företag i livsmedelssektorn i Gävleborg.

Lokala myndigheter, organisationer och samverkansaktörer.

Allmänheten och aktörer på efterfrågesidan med intresse för lokalt producerad mat.

Kommunikationsmål:

Informera och engagera: Öka medvetenheten om projektets mål och aktiviteter bland företag och lokala intressenter.

Skapa delaktighet: Engagera målgruppen för att de ska delta aktivt och dra nytta av projektets resultat.

Förändra beteende: Främja hållbara affärsmetoder och ökad konsumtion av lokala livsmedel.

Budskap:

Stärka lokala företag: Betona hur projektet stöder företag för att öka deras konkurrenskraft och hållbarhet.

Främja hållbarhet: Lyft fram projektets bidrag till hållbara affärsmodeller och minskad miljöpåverkan.

Inbjudan till delaktighet: Förmedla att alla företag och intressenter inom livsmedelssektorn är välkomna att delta och dra nytta av projektet.

Kanaler:

Digitala medier: Webbplats, Market, sociala medier och e-postutskick för att nå en bred målgrupp och tillhandahålla regelbunden information.

Evenemang: Fysiska och digitala konferenser, seminarier och workshops för att möjliggöra direkt interaktion och delaktighet.

Lokala medier: Samarbeta med lokala tidningar, radio och TV för att nå ut till en bredare publik.

Inkludering:

Målgruppsanpassning: Anpassa kommunikationen för att reflektera olika bakgrunder, kön, åldrar och geografiska områden.

Mångfald i marknadsföring: Använd representation av olika röster och perspektiv i marknadsföringsmaterial.

Aktiv inbjudan: Proaktivt söka samarbete med olika aktörer och grupper för att säkerställa att alla har möjlighet att delta och påverka.

Hur ska ni arbeta med inköp i projektet?

MatVärden ekonomisk förening är ett offentligt styrt organ som omfattas av LOU. I korthet innebär det att:

- Om inköpets totala uppskattade värde under avtalstiden överstiger direktupphandlingsgränsen (700 000 kr år 2026) ska en formell, annonserad upphandling ske.
- Om inköpets totala uppskattade värde under avtalstiden understiger direktupphandlingsgränsen (700 000 kr år 2026) kan en direktupphandling göras.
- Direktupphandlingar över 100 000 kr ska dokumenteras.

Interna riktlinjer är framtagna för att säkerställa att MatVärden ekonomisk förening följer tillämpliga lagar och regler. Projektets inköp kommer att genomföras i enlighet med bifogad inköps- och upphandlingsplan.

Hur har ni säkerställt projektets medfinansiering och hantering av projektets likviditet?

MatVärden har fört en omfattande dialog med Region Gävleborg angående medfinansiering. Även om inga garantier kan ges innan ett formellt beslut har fattats, tyder allt på att regionen kommer att medfinansiera projektet med 40 %. Om det skulle visa sig att Tillväxtverket endast kan bevilja 50 % stöd i stället för 60 %, finns det goda skäl att anta att Region Gävleborg har möjlighet att täcka de återstående 50 %.

MatVärden har under januari 2026 gjort en likviditetsbudget för organisationens verksamhet de kommande åren (2026-2029). Den visar att MatVärden har ekonomisk möjlighet att ligga ute med pengar i väntan på att stöd betalas ut. Likviditetsbudgeten visar även att MatVärden har tillräcklig likviditet att genomföra projektet även om någon kostnad inte skulle godkännas av Tillväxtverket.

Projektet kommer att kunna slutföras innan ansökan om slututbetalning lämnas in.

Vilka risker har ni identifierat i projektet och vad föreslår ni för åtgärder?

En central risk är resurs- och kompetensglapp, där nyckelpersoner kan saknas eller sakna rätt kunskap. För att minska risken gör vi kompetenskartläggning, planerar för backup och anlitar extern kompetens vid behov.

En annan risk är otydliga mål eller krav till konsulter, vilket kan skapa missförstånd. Detta förebyggs genom en gemensam målbild, tydliga krav och styrgruppsbeslut vid avtal och uppföljning.

Vi ser också risk för bristande kommunikation med målgrupperna, vilket kan minska engagemanget hos producenter, restauranger och offentliga kök. Det hanteras med en tydlig kommunikationsplan, riktad information och regelbundna avstämningar.

Dataskyddsrisker hanteras genom integritetsanalys, åtkomststyrning och tydliga rutiner. Tekniska risker, såsom problem med integrationer eller funktioner, möter vi genom stegvis utveckling, testplaner och god dokumentation.

Tids- och budgetavvikelser hanteras genom tät ekonomisk uppföljning och planerade reserver. Risken för låg användning av nya arbetssätt minskar vi med onboarding, användarstöd och uppföljning.

Externa risker gäller bland annat för låg anslutning av producenter och beställare, vilket vi möter med riktade insatser, tydliga nyttolöften och pilotkommuner.

Logistikproblem hanteras genom alternativa lösningar och nödplaner. Vid regelförändringar säkerställer vi omvärldsbevakning och tidig dialog med upphandlande enheter.

Klimatrelaterade störningar möter vi med diversifierade leverantörer och säsongspanering.

För att undvika bristande regional legitimitet arbetar vi med öppen rapportering och rättvisa riktlinjer.

Slutligen hanterar vi finansieringsrisker genom alternativa finansieringslösningar och uppföljning av likviditet.

Beskriv hur ni kommer att ta hänsyn till era gällande riktlinjer i ert projekt.

MatVärdens interna riktlinjer för inköp ska följas. Större inköp i projektet kommer diskuteras och genomföras av både projektledare, berörd rådgivare samt projektadministratör för att säkerställa att rätt tillvägagångssätt används.

All projektpersonal som anställs ska ta del av MatVärdens medarbetarhandbok där det finns information om bland annat MatVärdens värdegrund och resepolicy. Många av de resor som kommer att göras i projektet är till företagare som är verksamma på platser med begränsad tillgång till kollektivtrafik, vilket innebär att bil kommer att behöva användas relativt ofta.

MatVärden arbetar med Gävleborgs handlingsplan för Sveriges livsmedelsstrategi och projektet överensstämmer med målen i den.

Beskriv hur ni kommer att arbeta med att dokumentera, sprida och ta tillvara på resultat under projektiden. Beskriv också hur ni vill säkra att resultaten tas tillvara under projektiden.

Aktiviteter, resultat och lärdomar kommer att dokumenteras kontinuerligt. Uppföljning och intern utvärdering ska ske löpande, därtill kommer den utvärdering som kommer göras av en upphandlad konsult. Dokumentation kommer samlas i det gemensamma digitala verktyget Planner. Arbetspaketsansvariga ska sammanställa vad som genomförts i respektive arbetspaket och rapportera till projektledare och projektadministratör fortlöpande, särskilt i samband med ansökan om utbetalning.

Resultat och lärdomar kommer identifieras löpande under projektets gång och diskuteras regelbundet i projektgruppen. Detta kan leda till justeringar i arbetssätt och delaktiviteternas upplägg. Resultatet kommer att spridas genom exempelvis enskilda dialoger och deltagande i relevanta nätverk och branschevenemang. Digital spridning kommer ske via MatVärdens webbplats, sociala medier, Market, nyhetsbrev och pressmeddelanden.

Projektet kommer att arbeta aktivt med att säkra resultatens långsiktiga användning genom att ta fram tydliga implementeringsplaner och rekommendationer. Styrgruppen kommer att följa arbetet och säkerställa att resultaten förankras hos berörda aktörer och organisationer.

1.6 Tid och aktivitetsplan

Övergripande projektsamordning

Arbetspaketet Övergripande projektsamordning har de strukturer och arbetssätt som gör att projektets mål kan uppnås. Genom samlad projektledning, styrgruppsarbete och kontinuerlig planering säkerställs att alla arbetspaket följer samma målbild och att hållbarhet, cirkulära principer och projektets resultatkrav integreras i hela genomförandet. Projektledningen ansvarar för att hålla samman aktiviteterna, följa upp tidsplaner, ekonomi, delmål och indikatorer samt att snabbt identifiera och hantera risker eller flaskhalsar. Detta gör att målgruppen får tillgång till insatser som är samordnade, kvalitetssäkrade och anpassade efter behov. Arbetspaketet innehåller också intern och extern utvärdering, vilket ger projektet möjlighet att löpande förbättra sina insatser och säkerställa att de leder till faktisk kompetensutveckling och förändrat beteende hos målgruppen. Den kontinuerliga resultatspridningen via sociala medier, nyhetsbrev och rapporter gör att företag, restauranger och offentliga kök får syn på goda exempel och inspireras att ta del av projektets erbjudanden. Samordningen har även en viktig funktion i att integrera hållbarhet i upphandlingar, leverantörsväl och eventplanering, vilket höjer kvaliteten på insatserna och stärker projektets långsiktiga effekter. Sammantaget bidrar arbetspaketet till att målgruppen får tydligare stöd, högre kvalitet i rådgivning och aktiviteter samt bättre förutsättningar att nå den konkurrenskraft och omställningsförmåga som projektet syftar till att skapa.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 3275153

Aktiviteter

Projektledning

Löpande projektplanering

Aktiviteten omfattar samordning av projektets alla delar: planering, resurssättning, koordinering av rådgivare och uppföljning av tidsplaner. Detta ger en stabil struktur som gör att producenter, restauranger och offentliga kök kan ta del av välorganiserade insatser som levereras i rätt ordning och med rätt kvalitet. Målgruppen stärks genom att projektet håller hög precision, att insatserna kopplas till deras faktiska behov och att aktiviteterna inte faller mellan stolarna. Aktiviteten bidrar till projektmålet genom att säkerställa att hela projektet drivs framåt mot ökad konkurrenskraft och robusthet i livsmedelssystemet.

Genomförs av projektledare och arbetspaketsansvariga på MatVärden.

Kommunikation och resultatspridning

Aktiviteten innebär löpande kommunikation om projektets erbjudanden, resultat och möjligheter via sociala medier, nyhetsbrev, utskick och rapporter. Detta gör att målgruppen får kontinuerlig information om aktiviteter, goda exempel och utvecklingsmöjligheter. Målgruppen stärks genom ökad synlighet av lokala företag, spridning av lärande och inspiration att utvecklas. Aktiviteten bidrar till projektmålet genom att fler aktörer nås, deltar och omsätter kunskaper i praktiken.

Genomförs av projektets kommunikationsansvariga och projektledare.

Löpande ekonomiuppföljning

Aktiviteten omfattar budgetuppföljning, kostnadskontroll och ekonomisk kvalitetssäkring. Detta gör att resurser används effektivt och att projektet kan hålla ett stabilt tempo, vilket gynnar målgruppens möjligheter att ta del av kontinuerliga insatser. Målgruppen stärks indirekt genom att projektet får långsiktig hållbarhet och kan

genomföra planerade aktiviteter utan avbrott. Aktiviteten bidrar direkt till projektmålets genomförbarhet.

Genomförs av projektadministratör och ekonomifunktion.

Rapportering och redovisning

Aktiviteten innebär sammanställning av projektets resultat, ekonomi och indikatorer var tredje månad samt rapportering enligt finansiärernas krav. Detta ger stabil styrning och gör det möjligt att upptäcka behov, risker och förbättringar tidigt. Målgruppen stärks indirekt genom att projektet snabbt kan justera insatser och säkerställa att aktiviteterna genomförs på ett sätt som möter deras behov. Rapporteringen bidrar till projektmålet genom att skapa transparens, kvalitet och kontinuitet.

Genomförs av projektledare och projektadministratör.

Kostnad: 2785762

Stödgrund för aktiviteten: Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	2785762	60.00	1671457

Utvärdering

Extern utvärdering årsvis

Aktiviteten innebär att en extern konsult genomför en oberoende utvärdering av projektets samlade resultat, arbetssätt, målgruppsnytta och effekter. Konsulten analyserar projektets genomförande, målgruppens deltagande, kvaliteten i aktiviteterna och graden av måluppfyllelse. Detta ger projektet en professionell och objektiv bedömning som gör det möjligt att tidigt upptäcka brister, utvecklingsmöjligheter eller behov av förändrade arbetssätt. Målgruppen stärks genom att insatserna kontinuerligt förbättras och anpassas utifrån faktiska behov, vilket ger högre träffsäkerhet och bättre resultat över tid. Utvärderingen bidrar till projektmålet genom att säkerställa att projektet levererar de effekter som krävs för att öka konkurrenskraften hos producenter, restauranger och offentliga kök.

Aktiviteten genomförs av extern konsult tillsammans med projektledningen.

Intern utvärdering kvartalsvis

Den interna utvärderingen sker varje kvartal och genomförs av projektpersonalen. Aktiviteten omfattar löpande uppföljning av aktiviteter, deltagarstatistik, genomförandegrad, kvalitet, hållbarhetsintegration och målgruppens respons. Den interna utvärderingen gör att projektet snabbt kan justera insatser, metoder och tidsplaner för att möta målgruppens behov. Detta är särskilt viktigt eftersom målgruppen består av små företag, restauranger och offentliga kök som har varierande kapacitet, branschvillkor och säsongsvariationer. Målgruppen stärks genom att projektet kan skräddarsy insatser mer precist, reagera snabbare på nya behov och säkerställa att rätt grupper nås.

Aktiviteten bidrar till projektmålet genom att hålla ett kontinuerligt lärande igång och säkerställa att projektets stöd leder till reella beteendeförändringar och ökad förmåga inom affärsutveckling, logistik och hållbarhet.

Intern utvärdering genomförs av projektledare, rådgivare och arbetspaketsansvariga.

Samlad funktion

Med kombinationen av extern och intern utvärdering får projektet både strategiskt,

oberoende perspektiv och en tät uppföljning som fångar detaljer i genomförandet. Det ska ge högre kvalitet i projektets insatser, ökad träffsäkerhet gentemot målgruppen och större möjlighet att uppnå projektmålet om stärkt konkurrenskraft i livsmedelssektorn. Utvärderingen stärker även projektets transparens, styrning och förmåga att uppfylla krav från finansiärer och samarbetspartners.

Kostnad: 489391

Stödgrund för aktiviteten: Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	489391	60.00	293635

Stöd till företag - Producenter

Stöd till företag - producenter bidrar direkt till projektmålet genom att stärka små och medelstora livsmedelsföretags förmåga att växa, utveckla sina produkter och nå nya marknader. Insatserna utgår från en inledande behovsanalys där varje företag får stöd att identifiera sina utmaningar och utvecklingsområden. Därefter erbjuds affärscoaching, lönsamhetsstöd, säljstöd, marknadsföring, produktutveckling, förpackningsdesign och operativt stöd. Genom rådgivning inom prissättning, kostnadsberäkning och struktur får företagen verktyg för att fatta bättre ekonomiska beslut. Modeller som lönsamhetsmotorn ger ökad förståelse för marginaler och utvecklingspotential. Det ska leda till att företagen arbetar mer strategiskt och får bättre kontroll över sin ekonomi. Produktutvecklingsinsatser gör att producenterna kan kvalitetssäkra sina produkter, anpassa dem till marknadens behov och öka förädlingsgraden. Förpackningsstöd ger dem lösningar som möter krav på hållbarhet, användarvänlighet och transport. Marknadsföringsstödet hjälper företagen att stärka sin digitala närvaro, utveckla kundkommunikation, bygga bildbanker, arbeta med kampanjer och hitta nya sätt att nå restauranger och offentliga kök. Säljstöd och produkt demonstrationer gör det lättare att skapa nya affärsrelationer och testa produkter i verkliga miljöer. Genom kopplingen till restauranger och offentliga kök via matchmaking skapas nya affärsflöden och kortare värdekedjor. Det stärker både producenternas konkurrenskraft och regionens livsmedelsberedskap. När arbetspaketet är genomfört har företagen fått tydligt höjd kompetens, fler marknadsanpassade produkter och bättre förutsättningar för ekonomisk tillväxt och hållbar utveckling. Insatserna i genomförs enligt prislistemodellen.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 8380810

Aktiviteter

Ansvarig AP Stöd till företag - producenter

Aktiviteten innebär att en ansvarig koordinator leder, planerar och följer upp hela arbetspaketet för producenter. Personen säkerställer att behovsanalys genomförs, att rådgivare samordnas, att insatser genomförs i rätt ordning och att företagen får den hjälp som är mest relevant för deras utveckling. Arbetet omfattar löpande planering, kvalitetssäkring, metodutveckling och rapportering kopplat till Arbetspaketet.

Genom detta får målgruppen ett samlat och strukturerat stöd. Producenterna möter ofta brist på tid, verktyg och kompetens för att navigera komplexa frågor kring lönsamhet, marknadsföring, produktutveckling och logistik. En ansvarig funktion gör att insatserna blir samordnade, att företagen inte tappas bort i processerna och att rådgivningen anpassas efter behov och mognadsgrad. Detta stärker målgruppen genom att de får tillgång till en tydlig kontaktperson som följer deras utveckling, stöttar dem genom hela kedjan och ser till att insatserna landar på rätt nivå och i rätt tid.

Aktiviteten bidrar direkt till projektmålet genom att säkerställa att arbetspaketet skapar konkreta förbättringar i företagets förmåga att växa, utveckla sina produkter och delta i hållbara värdekedjor. Utan en ansvarig funktion riskerar insatserna att bli osammanhängande eller inte nå de företag som behöver stödet mest.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens koordinator för producenter, i nära dialog med projektledare och rådgivare inom affärsutveckling, marknadsföring och produktutveckling.

Kostnad: 755755

Stödgrund för aktiviteten: Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	755755	60.00	453453

Affärsutveckling

Affärsutvecklingsaktiviteten stärker livsmedelsproducenternas konkurrenskraft genom individanpassat stöd inom ekonomi, försäljning, nya affärer och strategisk utveckling. Insatserna utgår från företagets mognad och behov och ges som kvalificerad rådgivning och operativt stöd.

Lönsamhetsmotorn

Företagen får stöd i att analysera ekonomi, prissättning och lönsamhet. Genomgången skapar förståelse för kostnadsstruktur, marginaler och prioriteringar och ligger till grund för mål och fortsatt utveckling. Detta möter ett grundläggande behov hos många producenter som saknar verktyg för ekonomisk analys.

Genomförs av MatVärdens affärsrådgivare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 15 företag stöd till ett värde av 72 000 kr per företag.

Nya affärsförbindelser

Stöd för att hitta nya samarbeten, kundgrupper och geografiska affärsområden genom affärscoachning och strategiskt arbete. Insatsen minskar beroendet av enskilda kunder och stärker företagets stabilitet.

Genomförs av MatVärdens rådgivare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 5 företag stöd till ett värde av 135 000 kr per företag.

Säljstöd grundnivå

Grundläggande säljstöd genom föreläsning, uppföljning och kickstart. Fokus på säljtänk, kunddialog och struktur.

Genomförs av MatVärdens sälj- och affärsrådgivare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 18 000 kr per företag.

Säljstöd fördjupad

Fördjupat stöd inom säljstrategi, metodik, KPI:er och säljplanering, samt operativt stöd i genomförandet.

Genomförs av MatVärdens sälj- och affärsrådgivare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 24 företag stöd till ett värde av 90 000 kr per företag.

Produktdemo

Företag får möjlighet att demonstrera sina produkter i relevanta miljöer, få feedback och testa marknadsintroduktioner.

Genomförs av MatVärden i samverkan med företagen.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 24 företag stöd till ett värde av 36 000 kr per företag.

Coaching till affärsutveckling

Löpande coaching för att identifiera nya affärsområden och skapa fler ben att stå på, med fokus på minskad sårbarhet och långsiktig stabilitet.

Genomförs av MatVärdens rådgivare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 72 000 kr per företag.

Kostnad: 4085677

Stödgrund för aktiviteten: Indirekt försumbart stöd/de minimis till företag som får stöd av projektet

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	4085677	60.00	2451406

Marknadsföringsinsatser

Marknadsföringsinsatserna syftar till att stärka producenternas förmåga att nå ut med sina produkter, bygga varumärke och skapa efterfrågan hos restauranger och offentliga kök. Aktiviteten delas upp i tre delaktiviteter som anpassas efter företagens mognad, behov och kapacitet. Insatserna är praktiska och genomförs i nära samarbete med företagen.

Marknadsföringsstöd grundnivå

Denna delaktivitet ger företag en introduktion till marknadsföring och kommunikation. Företagen får stöd i att förstå sin målgrupp, formulera sitt erbjudande och komma igång med grundläggande digital marknadsföring. Insatsen kan bestå av rådgivning kring sociala medier, enklare kampanjer, innehållsstruktur och uppstart av kommunikationskanaler. Detta möter ett vanligt behov hos små producenter som saknar både tid och kunskap för att arbeta systematiskt med marknadsföring.

Målgruppen stärks genom ökad synlighet och bättre förståelse för hur de kan kommunicera sina produkter och värden. Aktiviteten bidrar till projektmålet genom att fler företag blir marknadsmässigt redo och kan ta steget mot nya affärer.

Genomförs av MatVärdens rådgivare inom marknadsföring.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 27 000 kr per företag.

Marknadsföringsstöd fördjupad

Den fördjupade insatsen riktar sig till företag som vill ta ett större steg i sin marknadsutveckling. Företagen får stöd i att ta fram marknadsstrategi, kampanjplan, målgruppsanalys, SEO, kanalval och långsiktig planering. Arbetet kan även omfatta utveckling av bildbank, innehållsstruktur och årsplan för marknadsföring.

Denna delaktivitet möter behovet hos företag som redan har produkter och kapacitet

men saknar strategisk marknadsföring. Målgruppen stärks genom ökad professionalism, tydligare positionering och bättre genomslag i sina marknadsinsatser. Aktiviteten bidrar till projekt målet genom att företagen får bättre förutsättningar att växa och konkurrera på en regional marknad.

Genomförs av MatVärdens marknadsrådgivare, vid behov med externa specialister.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 6 företag stöd till ett värde av 180 000 kr per företag.

Sätta företaget på kartan

Denna delaktivitet fokuserar på synlighet och storytelling. Företagen får stöd i att presenteras på MatVärdens plattformar, bland annat genom reportage, foto, film och koppling till Matkartan på matvarden.se. Syftet är att lyfta fram producenten, platsen och produktionen på ett sätt som stärker varumärket och skapar igenkänning.

Målgruppen stärks genom professionellt innehåll som de annars inte haft resurser att ta fram själva. Aktiviteten bidrar till projekt målet genom att öka efterfrågan på lokala produkter och stärka kopplingen mellan producenter och marknad.

Genomförs av MatVärdens kommunikations- och marknadsteam.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 18 företag stöd till ett värde av 72 000 kr per företag.

Kostnad: 1934086

Stödgrund för aktiviteten: Indirekt försumbart stöd/de minimis till företag som får stöd av projektet

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	1934086	60.00	1160452

Produktutveckling

Produktutvecklingsaktiviteten syftar till att stärka livsmedelsproducenternas förmåga att utveckla, förbättra och anpassa produkter till marknadens krav och efterfrågan. Insatserna är praktiska, behovsanpassade och genomförs i nära samverkan med företagen. Stödet ges som kvalificerad rådgivning och operativa insatser och utgör ett tydligt ekonomiskt värde för företagen.

Produktutveckling

Företagen får coaching och stöd i att utveckla nya eller förbättra befintliga produkter. Arbetet omfattar målformulering, marknadsanpassning och analys av efterfrågan. En central del är anonym smakanalys i Smakstudio, där produkter testas och bedöms utifrån sensoriska kriterier. Företagen får strukturerad feedback som kan användas både för vidare produktutveckling och i marknadsföring. Detta möter ett tydligt behov hos producenter som saknar tillgång till professionella testmiljöer.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 9 företag stöd till ett värde av 72 000 kr per företag.

Förpackningsdesign

Denna delaktivitet ger företagen stöd i att utveckla eller anpassa förpackningar utifrån funktion, hållbarhet, användarvänlighet och logistik. Fokus ligger på att ta fram lösningar som fungerar för transport, hantering och hållbar lagring samt möter marknadens krav. Insatsen stärker företagets konkurrenskraft genom mer professionella och hållbara förpackningar.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt

får 9 företag stöd till ett värde av 72 000 kr per företag.

Foodtrucken

Foodtrucken används som test- och marknadsplats där producenter och företag kan nå nya kunder och testa produkter i nya sammanhang. Aktiviteten gör det möjligt att samla feedback, bygga varumärke och prova nya försäljningsformer. Detta möter behovet av praktiska testmiljöer för marknadsintroduktion.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 9 företag stöd till ett värde av 27 000 kr per företag.

Stöd i produktutvecklingstävlingar

Företagen får stöd inför och efter deltagande i produktutvecklingstävlingar, exempelvis SM i mathantverk eller Ät Stockholm. Insatsen omfattar förberedelser, uppföljning och plan för hur resultatet ska tas vidare i försäljning och marknadsföring. Detta stärker företagets synlighet, kvalitet och professionella utveckling.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 15 företag stöd till ett värde av 36 000 kr per företag.

Kostnad: 1605292

Stödgrund för aktiviteten: Indirekt försumbart stöd/de minimis till företag som får stöd av projektet

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	1605292	60.00	963175

Stöd till företag - Restaurang

Stöd till företag - restaurang bidrar till projektmålet genom att stärka restaurangernas förmåga att arbeta mer affärsmässigt, hållbart och lokalt förankrat. Genom riktade insatser får restauranger stöd att öka andelen lokal mat på menyn, utveckla sin lönsamhet och skapa långsiktiga samarbeten med regionala producenter. Detta stärker både restaurangernas konkurrenskraft och hela den regionala livsmedelskedjan. Arbetspaketet innehåller rådgivning och coaching kring lokal profilering, menyutveckling och inköpsstrategier. Restaurangerna får stöd att analysera sina kostnader och arbeta med köksprocenten som verktyg för att kombinera lönsamhet med ökad användning av lokala råvaror. Genom detta får målgruppen ökad kunskap om hur lokal mat kan integreras i verksamheten utan att försämra ekonomin. Studiebesök hos producenter och matchmaking mellan restauranger och livsmedelsföretag skapar förståelse för råvarornas säsong, kvalitet och användningsområden. Det leder till förändrade inköpsbeteenden, bättre planering och mer stabila affärsrelationer. Restaurangerna stärks i sin roll som länk mellan produktion och konsumtion och får bättre förutsättningar att kommunicera det lokala mervärdet till sina gäster. När arbetspaketet är genomfört har restaurangerna ökat sin kompetens inom lokal sourcing, menyplanering och affärsutveckling. De arbetar mer strukturerat med sina inköp, har fler lokala produkter på menyn och tydligare samverkan med producenter. Detta bidrar direkt till projektmålet genom att efterfrågesidan stärks, vilket i sin tur skapar bättre förutsättningar för producenterna att växa, ökar den regionala livsmedelsomsättningen och bidrar till ett mer robust och hållbart livsmedelssystem i regionen. Insatserna i genomförs enligt prislistemodellen.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 2029382

Aktiviteter

Ansvarig AP Stöd till företag - restaurang

Aktiviteten innebär att en ansvarig koordinator leder, planerar och följer upp hela

arbetspaketet för restauranger. Personen säkerställer att behovsanalyser genomförs, att rådgivare samordnas, att insatser genomförs i rätt ordning och att företagen får den hjälp som är mest relevant för deras utveckling. Arbetet omfattar löpande planering, kvalitetssäkring, metodutveckling och rapportering kopplat till Arbetspaketet.

Genom detta får målgruppen ett samlat och strukturerat stöd. Restaurangerna möter ofta brist på tid, verktyg och kompetens för att navigera komplexa frågor kring lönsamhet, marknadsföring och menyutveckling. En ansvarig funktion gör att insatserna blir samordnade, att företagen inte tappas bort i processerna och att rådgivningen anpassas efter behov och mognadsgrad. Detta stärker målgruppen genom att de får tillgång till en tydlig kontaktperson som följer deras utveckling, stöttar dem genom hela kedjan och ser till att insatserna landar på rätt nivå och i rätt tid.

Aktiviteten bidrar direkt till projektmålet genom att säkerställa att arbetspaketet skapar konkreta förbättringar i företagets förmåga att växa, utveckla sina verksamheter och delta i hållbara värdekedjor. Utan en ansvarig funktion riskerar insatserna att bli osammanhängande eller inte nå de företag som behöver stödet mest.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens koordinator för restaurang, i nära dialog med projektledare och rådgivare i arbetspaketet.

Kostnad: 251918

Stödgrund för aktiviteten: Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	251918	60.00	151151

Restaurangstöd

Restaurangstödet syftar till att stärka restaurangernas affärsmässighet, lönsamhet och förmåga att arbeta med lokal mat på ett strukturerat och hållbart sätt. Genom riktade delaktiviteter får restaurangerna praktiskt stöd att öka andelen lokala råvaror på menyn, utveckla sin profil och skapa långsiktiga samarbeten med producenter.

Lokalt på menyn grundnivå

Denna delaktivitet ger restauranger stöd att komma igång med lokal mat på menyn. Insatsen omfattar rådgivning, inspiration och kommunikation kring hur lokala produkter kan integreras i befintliga menyer. Restaurangerna får ökad kunskap om lokala råvaror och hur dessa kan användas utan att påverka lönsamheten negativt. Detta möter behovet hos restauranger som vill arbeta mer lokalt men saknar struktur, nätverk och kunskap.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 10 företag stöd till ett värde av 18 000 kr per företag.

Lokalt på menyn fördjupad

Den fördjupade insatsen riktar sig till restauranger som vill ta nästa steg. Här ingår coaching, idéutveckling, meny- och säljplanering samt stöd i lokal profilering. Restaurangerna arbetar mer strategiskt med sitt erbjudande och sin kommunikation, vilket stärker deras konkurrenskraft och attraktionskraft.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 10 företag stöd till ett värde av 108 000 kr per företag.

Studiebesök hos producenter

Studiebesök arrangeras hos lokala producenter för att öka restaurangernas förståelse för råvarornas ursprung, säsong och kvalitet. Detta skapar närmare relationer, bättre planering och mer förutsägbara inköp. Restaurangerna förändrar sitt inköpsbeteende och får större trygghet i att arbeta med lokala leverantörer.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 36 000 kr per företag.

Köksprocenten

Restaurangerna får stöd att arbeta med köksprocenten som verktyg för att analysera kostnader, prissättning och lönsamhet. Insatsen visar hur lokal mat kan kombineras med god ekonomi och ger restaurangerna bättre kontroll över sina marginaler.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 10 företag stöd till ett värde av 36 000 kr per företag.

Kostnad: 1777464

Stödgrund för aktiviteten: Indirekt försumbart stöd/de minimis till företag som får stöd av projektet

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	1777464	60.00	1066478

Stöd till offentliga kök

Stöd till offentliga kök bidrar till projektets måluppfyllelse genom att stärka efterfrågesidan i den regionala livsmedelskedjan och skapa praktiska förutsättningar för ökad användning av lokal mat i offentliga måltider. Genom riktade insatser får offentliga kök, upphandlare och beslutsfattare stöd att omsätta ambitioner om lokal och hållbar mat till fungerande arbetssätt i vardagen. Arbetspaketet innehåller inspirationsföreläsningar, workshops, nätverksträffar och studiebesök hos producenter. Dessa insatser ökar kunskapen om lokala råvaror, säsonganpassning och möjligheterna att använda hela råvaran. Testleveranser och pilotkök ger köken möjlighet att prova lokala produkter i praktiken, anpassa menyer och rutiner samt bygga relationer med producenter utan att ta stora risker. Detta leder till hållbara inköps- och planeringsbeteenden. Med dialog och samverkan mellan kök, producenter och upphandlare stärks förståelsen för varandras villkor. Arbetspaketet bidrar till att utveckla arbetssätt för kostnadseffektiva lokala inköp, bättre logistiklösningar och mer långsiktiga samarbeten. Offentliga kök får stöd i hur de kan kommunicera sitt arbete med lokal mat, vilket stärker den sociala hållbarheten och den lokala stoltheten. När arbetspaketet är genomfört har minst 4 offentliga kök ökad kompetens, bättre strukturer och större trygghet i att arbeta med lokala livsmedel. Andelen lokal mat i offentliga måltider kan öka på ett ekonomiskt hållbart sätt, vilket skapar stabil och långsiktig efterfrågan för regionala producenter. Därmed bidrar arbetspaketet direkt till projektets mål om stärkt konkurrenskraft hos små och medelstora livsmedelsföretag, kortare värdekedjor och ett mer robust och hållbart regionalt livsmedelssystem.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 1423628

Aktiviteter

Ansvarig AP - Stöd till offentliga kök

Aktiviteten innebär att en ansvarig koordinator leder, planerar och samordnar hela arbetspaketet för stöd till offentliga kök. Rollen omfattar dialog med kommunala och regionala måltidsorganisationer, planering av aktiviteter, samordning med producenter och projektets övriga arbetspaket samt uppföljning och rapportering. Den ansvariga

säkerställer att insatserna genomförs strukturerat, i rätt ordning och i takt med kökens praktiska förutsättningar.

Aktiviteten svarar mot målgruppens behov genom att offentliga kök ofta saknar tid, samlad kontaktväg och stöd för att omsätta ambitioner om lokal och hållbar mat i praktiken. En ansvarig funktion skapar kontinuitet och trygghet för köken, samlar upp behov och anpassar insatserna efter olika kommuners organisation, upphandlingsförutsättningar och geografiska lägen.

Målgruppen stärks genom att få en tydlig kontaktperson som leder processen, samordnar producenter, logistik och kunskapsinsatser samt säkerställer att testleveranser, pilotkök, inspirationsinsatser och nätverk leder till faktisk förändring i arbetssätt. Detta ökar kökens kompetens, minskar osäkerhet och gör det lättare att införa nya rutiner för lokala inköp och menyplanering.

Detta bidrar direkt till projektets mål genom att stärka efterfrågesidan i livsmedelskedjan. När offentliga kök får fungerande strukturer och stöd för att arbeta med lokal mat skapas stabil och långsiktig efterfrågan, vilket ger producenter bättre förutsättningar att växa och utvecklas. Därmed bidrar aktiviteten till ökad konkurrenskraft, kortare värdekedjor och ett mer robust regionalt livsmedelssystem.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens koordinator för offentliga kök i nära samverkan med projektledare, kommunala måltidschefer, koststrateger och upphandlare. Producenter och andra aktörer medverkar vid behov i specifika aktiviteter, men ansvaret för planering och genomförande ligger hos MatVärden.

Kostnad: 251918

Stödgrund för aktiviteten: Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	251918	60.00	151151

Lokal meny

Lokal meny syftar till att ge offentliga kök praktiska och genomförbara verktyg för att öka andelen lokal mat i måltiderna på ett ekonomiskt och organisatoriskt hållbart sätt. Insatserna är anpassade till kökens vardag och genomförs i nära dialog med måltidsverksamheter, producenter och projektets övriga arbetspaket.

Inspirationsföreläsning

Offentliga kök deltar i inspirationsföreläsningar och workshops med fokus på lokal mat, säsongsanpassning, kvalitet och hur hela råvaran kan användas. Insatsen ger kunskap och konkreta exempel på hur lokal mat kan integreras i befintliga menyer utan ökade kostnader.

Kunskapshöjande besök hos producenter

Köken får besöka lokala producenter för att öka förståelsen för råvarornas ursprung, produktion och säsong. Besöken stärker relationer och förbättrar kökens planering och inköpsbeslut.

Kostnad: 402330

Stödgrund för aktiviteten: Aktiviteten innebär inte stöd till företag som

behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	402330	60.00	241398

Pilotkök

Pilotkök bidrar till måluppfyllelse genom att ge offentliga kök möjlighet att i praktiken testa lokala livsmedel, menyer och arbetssätt innan de införs i större skala. Genom testleveranser och praktiskt arbete i ordinarie köksmiljö minskar osäkerhet och risk, samtidigt som kökens kompetens och trygghet i att arbeta med lokal mat ökar. Pilotköken skapar fungerande exempel och metoder som kan spridas till fler kök, vilket leder till ökad efterfrågan på lokala livsmedel. Därmed stärks producenterna, värdekedjorna förkortas och projektets mål om ett mer robust, konkurrenskraftigt och hållbart regionalt livsmedelssystem uppnås.

Testleveranser

Utvalda testkök får ta emot lokala produkter som testas i ordinarie verksamhet. Testleveranser används för att prova lokala råvaror, anpassa recept och justera menyer innan eventuella större förändringar införs. Detta minskar risker och sänker trösklarna för förändring.

Pilotköksgrupp

En grupp kök deltar i gemensamt utvecklingsarbete och erfarenhetsutbyte genom nätverksträffar. Fokus ligger på att dela lärdomar, identifiera hinder och sprida fungerande arbetssätt.

Kostnad:

495175

Stödgrund för aktiviteten:

Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	495175	60.00	297105

Marknadsföring

Marknadsföring bidrar till måluppfyllelse genom att synliggöra offentliga köks arbete med lokal mat och hållbara måltider. Genom stöd i lokalmatskommunikation stärks kökens förmåga att berätta om råvarornas ursprung, kvalitet och värdet av lokala råvaror för elever, brukare, vårdnadshavare och invånare. Detta ökar förståelsen och acceptansen för förändrade menyer och säsonganpassning på deras menyer. När offentlig sektor tydligt kommunicerar sitt arbete skapas legitimitet och långsiktig efterfrågan på lokala livsmedel, vilket stärker producenterna och bidrar till projektets mål om kortare värdekedjor, ökad konkurrenskraft och ett mer robust och hållbart regionalt livsmedelssystem.

Lokalmatskommunikation

Offentliga kök får stöd i hur de kan kommunicera sitt arbete med lokal mat till gäster, vårdnadshavare och invånare. Detta ökar förståelsen för måltidernas värde och stärker

den sociala hållbarheten och lokala stoltheten.

Kostnad: 274205

Stödgrund för aktiviteten: Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	274205	60.00	164523

Utveckling av Market

Utveckling av Market bidrar till projekt målet genom att stärka den digitala infrastrukturen som behövs för att små och medelstora livsmedelsföretag ska kunna växa, nå nya kunder och arbeta mer hållbart. Market är den digitala handelsplatsen där producenter och köpare möts och genom arbetspaketet vidareutvecklas funktioner som gör det enklare, tryggare och mer effektivt för företagen att sälja sina produkter. Med teknisk utveckling förbättras plattformens användarvänlighet, sortering, matchning och mobilanpassning. Det gör att producenter lättare kan lägga upp produkter, hantera beställningar och få överblick över sin försäljning. Samtidigt får restauranger, butiker och offentliga kök en tydligare bild av vilka lokala råvaror som finns. Det förenklar planering och inköp. På så sätt möter arbetspaketet målgruppens behov av smidiga digitala verktyg som sparar tid och minskar administrationen. Arbetspaketet stärker även företagen genom att samla data om försäljning, kunder och efterfrågan. Detta gör att både producenter och köpare kan fatta bättre beslut, planera sina inköp och utveckla sin verksamhet mer strategiskt. Funktionen för matchning hjälper dessutom producenter att hitta nya affärsmöjligheter, vilket direkt bidrar till ökad försäljning. Insatserna i denna aktivitet genomförs enligt prislistemodellen. När logistiken kopplas ihop med Market kan fler leveranser samordnas, transportererna minskas och rutterna optimeras. Det gör både affärerna effektivare och bidrar till mer hållbara transporter i regionen. Arbetspaketet genomförs av MatVärden i samarbete med digitala utvecklingskonsulten. Det säkerställer kvalitet, stabilitet och långsiktig utveckling av plattformen.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 5897801

Aktiviteter

Ansvarig AP - Utveckling av Market

Aktiviteten innebär att en ansvarig koordinator leder och samordnar hela arbetspaketet för utvecklingen av Market. Koordinatören planerar, prioriterar och följer upp den tekniska utvecklingen, säkerställer att funktioner tas fram i rätt ordning och att de svarar mot användarnas behov. Arbetet innebär dialog med producenter, restauranger, offentliga kök och utvecklare, samt kontinuerlig kvalitetssäkring och rapportering till projektledningen.

Aktiviteten ska svara direkt mot målgruppens behov eftersom både producenter och professionella köpare behöver en stabil, användarvänlig och funktionell plattform för att kunna göra affärer digitalt. Många företag saknar tid, kompetens eller resurser för att driva digital utveckling själva och en dedikerad ansvarig säkerställer att deras behov fångas upp och omsätts till funktioner som förenklar administration, försäljning, sortiment och logistik.

Målgruppen stärks genom att Market utvecklas på ett sätt som gör det lättare att lägga upp produkter, hantera beställningar, nå nya kunder och få bättre överblick över sin försäljning. Köparna får samtidigt bättre struktur och möjligheter att hitta lokala råvaror. Arbetspaketsansvarige ansvarar för att plattformen blir mer relevant, mer stabil och

enklare att använda vilket ger företagen bättre förutsättningar att växa och bli mer konkurrenskraftiga.

Aktiviteten bidrar direkt till projekt målet genom att säkerställa att Market fungerar som den digitala nav som knyter ihop utbud och efterfrågan i länet. En välfungerande plattform ökar försäljningen av lokala livsmedel, minskar administration, skapar fler affärsmöjligheter och bidrar till kortare, mer hållbara värdekedjor. Det stärker både företagen och hela livsmedelssystemets effektivitet och robusthet.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens ansvariga för Market i nära samverkan med projektledaren och den externa utvecklingskonsulten som utvecklar plattformen. Denna kombination säkerställer både teknisk kvalitet och hög användarnytta.

Kostnad:	1007673
Stödgrund för aktiviteten:	Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	1007673	60.00	604604

Teknisk utveckling Market - Funktioner

Aktiviteten handlar om att vidareutveckla Markets tekniska funktioner så att plattformen blir mer användarvänlig, stabil och bättre anpassad till behoven hos producenter, restauranger, butiker och offentliga kök. Arbetet består av flera delaktiviteter som tillsammans gör det enklare för användarna att handla, sälja och planera.

Utveckla funktioner

Här förbättras gränssnitt, produktvy, sökfunktioner och användarflöden. Syftet är att göra Market mer intuitivt så att producenter lättare kan lägga upp produkter och köpare snabbt hittar det de söker. Det svarar mot målgruppens behov av att spara tid och minska administrationen.

Utveckla logistiskt flöde

Plattformen anpassas för att stödja fler geografier och fler leveransdagar. Det gör att logistiken kan samordnas bättre, vilket minskar osäkerhet och transportkostnader. Detta stärker både producenter och kök som behöver stabila flöden.

Utveckla kontotyper

Funktionen skapar möjlighet för ett huvudkonto att ha flera användare. Detta förenklar arbetet för större kök, butiker och restauranger där flera personer arbetar i beställningssystemet.

Utveckla sortering

Sortering på geografiskt område, produktkategori och kundtyp gör det lättare för köpare att hitta rätt produkter och för producenter att synas för relevanta kunder. Det möter ett tydligt behov av ökad överskådlighet.

Mobilanpassning

Market utvecklas för att fungera bättre i mobilen. Detta är särskilt viktigt för företagare

som arbetar ute i produktion eller kök och behöver snabb åtkomst.

Årlig drift och funktionsgaranti

Utvecklaren säkerställer löpande drift, support och stabilitet. Det gör att plattformen är pålitlig och trygg att använda.

Aktiviteten bidrar direkt till projektets mål genom att skapa en digital infrastruktur som möjliggör fler affärer, effektivare flöden och kortare värdekedjor. När plattformen fungerar bättre och är mer anpassad till användarna kan fler företag växa och fler måltidsorganisationer öka sin andel lokala inköp. Det gör Market till en bärande del av ett mer robust, konkurrenskraftigt och hållbart livsmedelssystem.

Aktiviteten genomförs av MatVärden i nära samarbete med den tekniska utvecklingskonsulten. MatVärden ansvarar för behovsinsamling, prioritering och testning, medan utvecklingskonsulten programmerar och driftsätter funktionerna.

MatVärden får stöd genom DeMinimiavtal från projektet för att genomföra aktiviteten och bekosta konsultkostnader för utvecklingen av Market till ett värde av 500 000kr

Kostnad: 1669189

Stödgrund för aktiviteten: Direkt försumbart stöd/de minimis till projektpartner

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	1669189	60.00	1001513

Teknisk utveckling Market Data, analys och marknadsföring

Utvecklingen ska göra Market till ett mer datadrivet verktyg som stärker både producenter och köpare genom bättre information, automatiska funktioner och effektiv kommunikation. Arbetet består av flera delaktiviteter som tillsammans gör plattformen smartare, mer användbar och mer värdefull för målgruppen.

Kommunikationsmotorer

Utveckling av funktioner som automatiskt kan kommunicera med användarna, till exempel påminnelser, produktnyheter eller rekommendationer. Detta möter målgruppens behov av att hålla koll på sortiment, leveransdagar och säsonger utan att själva behöva bevaka allt manuellt.

Insamling och mätning av data

Market byggs ut så att plattformen samlar in relevant data om försäljningsvolym, trender, säsongsvariationer och efterfrågan. Detta ger både producenter och köpare värdefull insikt för planering och utveckling. Många små företag saknar annars möjlighet att få sådan överblick.

Matchningsmotor

Systemet utvecklas för att matcha produkter med rätt restaurang, butik eller offentligt kök baserat på sortiment, geografiskt läge eller köpbeteende. Detta minskar tiden producenter behöver lägga på att hitta kunder och ökar chanserna för nya affärer.

Utveckling av kundstöd

Funktioner som favoritlistor, tidigare inköp, rekommenderade produkter och

automatiserade inköpsförslag gör det enklare för restauranger, butiker och kök att planera sina inköp och återbeställa produkter. Det stärker deras arbetsflöden och gör Market mer användarvänligt.

Rådgivningsdashboard

En dashboard kopplas till användarnas data och ger konkreta insikter om utveckling, försäljning och potential. Det ger producenter rådgivning i realtid och gör det lättare att följa effekterna av projektets övriga insatser.

Automatiserade rapporter

Plattformen tar fram automatiska rapporter om försäljning, avvikelser, volymer och trender. Detta sparar tid och ger både företag och offentliga aktörer bättre beslutsunderlag.

Genom att göra Market mer datadriven får producenter och köpare bättre verktyg för att utveckla sina verksamheter, planera inköp, förstå efterfrågan och hitta rätt affärsmöjligheter. Aktiviteten stärker målgruppen genom ökad effektivitet, bättre överblick, mer träffsäkra affärer och mindre administration. Detta leder till ökad försäljning av lokala livsmedel, kortare värdekedjor och en mer robust och konkurrenskraftig livsmedelssektor helt i linje med projektets mål.

MatVärden ansvarar för behovsinsamling, prioritering och testning. Den tekniska utvecklingen genomförs av extern utvecklingskonsult, i nära dialog med producenter, restauranger och offentliga kök som testanvändare.

MatVärden får stöd genom DeMinimiavtal från projektet för att genomföra aktiviteten och bekosta konsultkostnader för utvecklingen av Market till ett värde av 500 000kr.

Kostnad: 1669189

Stödgrund för aktiviteten: Direkt försumbart stöd/de minimis till projektpartner

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	1669189	60.00	1001513

Användarstöd Market

Aktiviteten ska ge producenter, restauranger, butiker och offentliga kök det praktiska stöd de behöver för att kunna använda Market på ett tryggt och effektivt sätt. Eftersom många små livsmedelsföretag och måltidsorganisationer saknar tid, digital vana eller tekniska resurser är ett aktivt användarstöd avgörande för att plattformen ska fungera i verkligheten.

Onboarding av användare

Företag och kök får stöd att registrera sig, skapa sina konton och förstå hur plattformens funktioner används. Detta gör att de snabbare kommer igång och kan arbeta självständigt. Onboardingen säkerställer att alla användare, oavsett digital mognad, får en likvärdig start.

Producenter får hjälp med att lägga upp produkter, texter, bilder och priser så att sortimentet blir tydligt och professionellt presenterat. Detta möter ett stort behov hos små företag som ofta saknar tid eller vana att arbeta i digitala system.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt

får 12 företag stöd till ett värde av 18 000 kr per företag.

Produktfotografering

Företag kan få sina produkter fotograferade på MatVärdens kontor och det ger ett enhetligt och säljande uttryck i Market. Det höjer kvaliteten på hela plattformen och stärker företagets varumärken.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 12 företag stöd till ett värde av 13 500 kr per företag.

Marknadsförings- och kampanjstöd

Företag får hjälp att delta i kampanjer och synlighetsinsatser på Market. Detta gör att producenterna når fler kunder och att plattformens utbud blir mer attraktivt för köpare.

Företag får försumbart stöd genom de minimi-insatser enligt prislistemodellen. Totalt får 15 företag stöd till ett värde av 54 000 kr per företag.

Många små och medelstora livsmedelsföretag saknar administrativa resurser och digital kompetens. Med användarstödet får de hjälp att komma över trösklar som annars skulle hindra dem från att använda Market. Offentliga kök, restauranger och butiker gynnas på samma sätt av hjälp med konton, favoritlistor, beställningsrutiner och förståelse för hur plattformen fungerar.

Med trygga användare av Market kan producenter sälja mer, arbeta mer strukturerat och nå fler kunder. Köparna får bättre kontroll över sina flöden, enklare beställningar och större överblick över lokala råvaror. Det ökar samverkan i värdekedjan och gör att fler aktörer deltar aktivt i plattformen.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens projektteam med erfarenhet av producentstöd, digitala verktyg och rådgivning. Vid behov anlitas externa specialister, exempelvis inom foto eller kommunikation.

Kostnad:

1551750

Stödgrund för aktiviteten:

Indirekt försumbart stöd/de minimis till företag som får stöd av projektet

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	1551750	60.00	931050

Uteveckling av dataklient för regional livsmedelsstatistik

I dag saknar regionen en öppen, sammanhållen och för allmänheten lättillgänglig bild över en livsmedelsproduktion, förädling, konsumtion och flöden. Genom att utveckla en dataklient som samlar, analyserar och visualiserar regional livsmedelsstatistik får både näringsliv och offentlig sektor tillgång till fakta som direkt stärker deras konkurrenskraft och långsiktiga planering. Arbetspaketet gör det möjligt att följa utveckling inom områden som produktion, säsong, efterfrågan, klimatdata och cirkularitet. Företagen får bättre underlag för att utveckla sina affärsmodeller, identifiera nya affärsområden och planera investeringar. Offentliga kök och upphandlare får fakta som stödjer lokala inköp och kan se hur andelen lokal mat förändras över tid. Regionen får bättre möjligheter att planera för livsmedelsberedskap och robusthet. Genom expertgrupp, målgruppsanalys, datainsamling och utredning av förvaltning byggs en långsiktig struktur som gör informationen tillgänglig även efter projektets slut. Detta stärker hela livsmedelssystemet och skapar förutsättningar för smartare logistik, effektivare insatser och ett mer sammanhållet regionalt arbete. När arbetspaketet är genomfört har målgruppen fått ökad kunskap, bättre underlag och större förståelse för marknadens och regionens utveckling. Det

leder till mer strategiska beslut, större samverkan och tydligare affärsmöjligheter. Därmed bidrar arbetspaketet direkt till projektmålet om stärkt konkurrenskraft, hållbar tillväxt och ett mer robust livsmedelssystem i Gävleborg. Utvecklingen av dataklienten för regional livsmedelsstatistik bidrar till projektmålet genom att skapa den kunskap och datainfrastruktur som krävs för att näringslivet, offentliga kök och offentliga beslutsfattare ska kunna fatta mer träffsäkra hållbara beslut.

Startdatum: 2026-10-01

Slutdatum: 2029-09-30

Kostnad: 4714392

Aktiviteter

Ansvarig AP - Uteveckling av dataklient för regional livsmedelsstatistik

En ansvarig koordinator leder, samordnar och följer upp hela arbetspaketet kring utvecklingen av den regionala dataklienten. Koordinatoren planerar arbetet, håller ihop expertrådet, säkerställer dialogen mellan producentled, offentliga aktörer, akademi och digitala utvecklare, samt ser till att insamling, analys och teknisk utveckling sker i rätt ordning. Rollen innebär också att kvalitetssäkra dataflöden, prioritera funktioner och sammanställa underlag för rapportering och vidare beslut.

Aktiviteten svarar mot målgruppens behov med att företag, offentliga kök och beslutsfattare idag saknar en samlad och begriplig bild av regional livsmedelsproduktion och efterfrågan. Många aktörer har svårt att veta vilka råvaror som finns, hur produktionen utvecklas och vilka flaskhalsar som finns. En ansvarig funktion för arbetspaketet gör att datainsamling, struktur och tillgänglighet blir samordnad och relevant för målgruppens praktiska vardag.

Målgruppen stärks genom att dataklienten utvecklas på ett sätt som gör informationen användbar, tillförlitlig och lättillgänglig löpande under utvecklingstiden. Företag får enklare tillgång till statistik för beslutsunderlag kring exempelvis investeringar, produktutveckling och marknadsföring. Offentliga kök och upphandlare kan planera inköp, följa upp mål och arbeta mer strategiskt och mätbart med lokal mat. Regionen får bättre grund för livsmedelsberedskap och hållbar utveckling.

Detta bidrar direkt till projektmålet genom att lägga grunden för en långsiktig struktur som skapar insikt, transparens och förmåga att fatta mer hållbara beslut. Den stärker konkurrenskraften hos producenter och offentliga aktörer genom bättre kunskapsunderlag och gör det möjligt att identifiera nya möjligheter, samarbeten och affärsflöden.

Aktiviteten genomförs av MatVärdens ansvariga för arbetspaketet i nära samarbete med projektledare, Högskolan i Gävle, Region Gävleborg, kommuner och den tekniska utvecklingskonsulten. Koordineringen sker löpande för att säkerställa att arbetspaketet drivs framåt och att dataklienten faktiskt motsvarar användarnas behov i hela länet.

Kostnad: 1007673

Stödgrund för aktiviteten: Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	1007673	60.00	604604

Förberedande och löpande utvecklingsarbete

Aktiviteten omfattar allt grundarbete som krävs för att bygga en fungerande och långsiktigt hållbar dataklient för regional livsmedelsstatistik. Den består av flera delaktiviteter som tillsammans säkerställer att dataklienten utgår från målgruppens faktiska behov, bygger på korrekt och relevant data och integreras i regionens arbete på ett långsiktigt sätt.

Expertråd för regional livsmedelsstatistik

Ett expertråd bildas med representanter från akademi, Region Gävleborg, kommuner och branschen. Rådet ansvarar för att identifiera vilka data som behövs, kvalitetssäkra innehållet och säkerställa att verktyget blir relevant för både företag och offentlig sektor. Detta ger dataklienten högre legitimitet och kontinuerlig expertrådgivning.

Datainsamling

Under hela projektet samlas data in från flera källor: statistikdatabaser, offentliga system, kommunala inköpsdata och manuellt insamlad information från företag. Detta arbete ger ett heltäckande underlag för att analysera produktion, flöden, säsong, klimatdata och cirkularitet. Datainsamlingen är avgörande eftersom befintlig statistik kopplad till livsmedel idag är utspridd, svåråtkomlig och inte sammanställd på ett sätt som gör den direkt användbar för konkreta frågeställningar om produktion, klimat, marknad och försörjning.

Målgruppsanalys

I denna del genomförs en strukturerad behovsanalys med målgruppen producenter, restauranger, offentliga kök, upphandlare och beslutsfattare. Analysen klarlägger vilka funktioner, indikatorer och vyer som behövs för att verktyget ska bli praktiskt användbart i deras vardag. Detta gör att dataklienten byggs utifrån faktiska behov istället för antaganden.

Förankring och implementering

Delaktiviteten innebär möten, workshops och informationsinsatser för att skapa förankring hos kommuner, producenter och regionala aktörer. Syftet är att förbereda användarna på den kommande dataklienten, samla in feedback och säkerställa att verktyget tas i bruk när det är färdigt.

Onboarding av användare

Användare får guidning och information om applikationen för att lära sig hur de på bästa sätt kan använda den. Sökfunktioner och rapportgenerering är några av de verktyg som går igenom.

Utreda ägande och drift av regional livsmedelsstatistik

Ett förslag på hur den regionala livsmedelsstatistiken kan uppdateras, utvärderas och implementeras efter projektets slut ska tas fram. Delaktiviteten inkluderar även en utvärdering av användningen.

Målgruppen saknar idag en samlad bild av livsmedelsproduktion, utveckling och efterfrågan. Genom expertråd, målgruppsanalys och långsiktig datainsamling skapas ett verktyg som är anpassat till deras vardag, oavsett om de ska fatta inköpsbeslut, planera produktion eller arbeta med robust näringslivsutveckling i livsmedelskedjan. Målgruppen får tillgång till mer träffsäkert beslutsunderlag, mer lättillgänglig statistik och en gemensam regional bild. Det stärker både företagets och den offentliga sektorns förmåga att planera, utveckla och investera på ett effektivt och hållbart sätt. Genom att strukturera och tillgängliggöra data, utveckla analysmöjligheter och ta fram

gemensamma indikatorer får livsmedelsföretagen enkelt tillgång till statistiskt underlag för beslut, vilket stärker deras konkurrenskraft i nästa led.

MatVärden leder arbetet genom projektledare och ansvarig för arbetspaketet. Högskolan i Gävle, Region Gävleborg, kommuner och teknisk utvecklingskonsult deltar i expertråd och utvecklingsmoment. Flera parter samverkar för att säkerställa att verktyget är relevant och långsiktigt förankrat.

Kostnad: 2356719

Stödgrund för aktiviteten: Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Deltagande projektpartners

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	2356719	60.00	1414031

Utveckla regional livsmedelsstatistik

Utvecklingen handlar om att bygga och etablera den digitala applikation som ska fungera som den regionala dataklienten för livsmedelsrelaterad statistik i Gävleborg. Syftet är att skapa ett verktyg som samlar, presenterar och gör regional livsmedelsrelaterad statistik användbar för producenter, offentliga kök, upphandlare, kommuner och beslutsfattare. Aktiviteten består av flera praktiska delmoment som tillsammans ska göra att den nya dataklienten blir både användbar och långsiktigt hållbar. Producenter, offentliga måltidsorganisationer och beslutsfattare saknar idag samlad och enkelt tillgänglig statistik som stöd för beslut. Med utvecklingen av dataklienten får de ett verktyg som hjälper dem att förstå trender, behov, klimatpåverkan, volymer, och potential.

Utveckla applikation för regional livsmedelsstatistik

Här byggs den tekniska applikationen med struktur, vyer, funktioner, filtrering och rapportstöd. Den ska vara enkel att använda och fungera för olika målgrupper från företag som behöver marknadsinsikter till offentlig verksamhet som arbetar med uppföljning och beredskap. Detta möter direkt mot behovet av att samla utspridd information i ett gemensamt verktyg.

Outreachmanual

En manual tas fram för hur datan ska kommuniceras, användas och spridas till målgruppen. Manualen ska göra det lätt för offentlig verksamhet och näringsliv att förstå hur verktyget fungerar och hur de kan använda informationen i sin verksamhet. Den stärker målgruppens kompetens och gör dataklienten mer tillgänglig.

PR och kommunikation för relevant data

Denna delaktivitet handlar om att sprida information om dataklienten och de insikter den ger. Med riktad kommunikation, lanseringsinsatser, visualiseringar och nyhetsmaterial blir innehållet synligt och användbart. Det skapar engagemang och gör att fler aktörer börjar använda datan i planering, inköp och utveckling.

Årlig drift av applikationen

Efter utveckling säkras drift och underhåll av applikationen. Det innebär teknisk stabilitet, uppdateringar och stöd, vilket är avgörande för att målgruppen ska kunna använda verktyget tryggt långt efter projektets slut.

Det finns även potential att använda verktyget som stöd för prognoser och scenariobyggen där historiska data kan ge vägledning om behov, trender och riktning kring regional utveckling.

Kostnad:	1350000
Stödgrund för aktiviteten:	Aktiviteten innebär inte stöd till företag som behöver regleras

Namn	Organisationsnummer	Kostnader	Stödnivå %	Maximalt stödbelopp
MatVärden ek. för.	7696420640	1350000	60.00	810000

Outputindikatorer

Resultatindikatorer

1.8 Budget

[illegible]

[illegible]

Finansiering

Finansiär	MatVärden ek. för.										Totalt
Offentligt bidrag annat än pengar											
Total offentligt bidrag annat än pengar											0
Offentlig kontantfinansiering											
Region Gävleborg: 1:1 finansiering	10 288 466										10 288 466
Total offentlig kontantfinansiering	10 288 466										10 288 466
Total offentlig finansiering	10 288 466										10 288 466
Privata bidrag annat än pengar											

Finansiär	MatVärden ek. för.									Totalt
Total privat bidrag annat än pengar										0
Privat kontantfinansiering										
Total privat kontantfinansiering										0
Total privat finansiering										0
Summa medfinansiering	10 288 466									10 288 466

Stödfinansiering

Finansiering	MatVärden ek. för.									Totalt
Stödfinansiering	15 432 701									15 432 701

Sammanställning

Stödandel av faktiska kostnader	60,00%
Stödandel av totala kostnader	60,00%
Stödandel av stödgrundande finansiering	60,00%
Stödandel av total finansiering	60,00%
Andel annan offentlig finansiering	40,00%
Andel offentlig finansiering	100,00 %
Andel privat finansiering	0,00%

1.9 Förskott

Sökt förskottsbelopp: 400 000,00

Motivering: För att projektets aktiviteter ska kunna komma igång direkt och inte tappa tid vid projektstart är förskottet en viktig förutsättning.

1.10 Mina kontakter

Namn:	Anna Hernell
Telefonnummer:	070-2476477
Mobiltelefonnummer:	070-2476477
E-postadress:	anna@matvarden.se
Roll:	Övrigt
Namn:	Nanna Jan-Ers
Telefonnummer:	070-6726385
Mobiltelefonnummer:	070-6726385
E-postadress:	nanna@matvarden.se
Roll:	Kontaktperson
Namn:	Nanna Jan-Ers
Telefonnummer:	070-6726385
Mobiltelefonnummer:	070-6726385
E-postadress:	nanna@matvarden.se
Roll:	Projektledare

1.11 Dokument

Filnamn:	Budget Livsmedelslyftet TVV_260212.xlsx
Beskrivning:	
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Inköps-upphandlingsplan_Livsmedelslyftet.pdf
Beskrivning:	
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Konstituerande.pdf
Beskrivning:	
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Planeringsbudget RG.xlsx
Beskrivning:	
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Underlag lönebikostnader_260202.pdf
Beskrivning:	
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Originalansökan
Beskrivning:	Inkommen originalansökan - Maskinläsbart format
Uppladdningsdatum:	2026-02-12
Filnamn:	Signeringsinformation
Beskrivning:	Ansökan
Uppladdningsdatum:	2026-02-12

Inköps- och upphandlingsplan

Inköps- och upphandlingsplanen är en obligatorisk bilaga till ansökan om stöd. Information om upphandling och andra köp hittar ni i Handbok för EU-projekt 2021-2027 på Tillväxtverket.se

Projektets namn

Projektägare

Omfattas ni av lagen (2016:1145) om offentlig upphandling (LOU) eller annan upphandlingslagstiftning?	Ja Ange vilken av upphandlingslagstiftningarna ni följer
	Nej Vi kommer att följa inköpsförfarandet baserat på principerna i LOU.

Om det förekommer liknande inköp som är regelbundet återkommande, har det uppskattade värdet av inköpen räknats samman för alla eventuella projektpartner?
Ja Nej

1. Typ av vara/tjänst som inköpet avser	2. CPV-kod (Common Procurement Vocabulary)	3. Är inköpet regelbundet återkommande?	4. Upphandlingens uppskattade värde	5. Typ av kontrakt (exempelvis om det är ett nytt avtal eller om kontraktet grundar sig på ramavtal)	6. Part i projektet som ansvarar för inköp	7. Upphandlingsförfarande (om ni lyder under LOU/LUF så ange typ av upphandlingsförfarande t.ex. öppet förfarande, direktupphandling etc. Om ni ska göra inköp enligt särskilda inköpsförfarandet så ange detta)	8. Upphandlings starttid
		Ja Nej					
		Ja Nej					

1. Typ av vara/ tjänst som inköpet avser	2. CPV-kod (Common Procurement Vocabulary)	3. Är inköpet regelbundet återkommande?	4. Upphandlingens uppskattade värde	5. Typ av kontrakt (exempelvis om det är ett nytt avtal eller om kontraktet grundar sig på ramavtal)	6. Part i projektet som ansvarar för inköp	7. Upphandlingsförfarande (om ni lyder under LOU/LUF så ange typ av upphandlingsförfarande t.ex. öppet förfarande, direktupphandling etc. Om ni ska göra inköp enligt särskilda inköpsförfarandet så ange detta)	8. Upphandlings starttid
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					

1. Typ av vara/ tjänst som inköpet avser	2. CPV-kod (Common Procurement Vocabulary)	3. Är inköpet regelbundet återkommande?	4. Upphandlingens uppskattade värde	5. Typ av kontrakt (exempelvis om det är ett nytt avtal eller om kontraktet grundar sig på ramavtal)	6. Part i projektet som ansvarar för inköp	7. Upphandlingsförfarande (om ni lyder under LOU/LUF så ange typ av upphandlingsförfarande t.ex. öppet förfarande, direktupphandling etc. Om ni ska göra inköp enligt särskilda inköpsförfarandet så ange detta)	8. Upphandlings starttid
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					
		Ja Nej					

Arbetspaket	Projektägare	Totalt
Procentsats för indirekta kostnader	15%	
Procentsats för lönebikostnader	43%	
Arbetspaket 1 Övergripande projektsamordning		
Personalens lön	1 828 800	1828800
Externa tjänster	200 000	200000
Investeringar, material och lokaler	33 065	33065
Resor och logi	30 000	30000
Schablon för indirekta kostnader	392 881	392881,104
Schablon för lönebikostnader	790 407	790407,36
Arbetspaket 2 Stöd till företag - Producenter		
Personalens lön	4 542 000	4542000
Externa tjänster	300 000	300000
Investeringar, material och lokaler	300 000	300000
Resor och logi	300 000	300000
Schablon för indirekta kostnader	975 758	975757,86
Schablon för lönebikostnader	1 963 052	1963052,4
Arbetspaket 3 Stöd till företag - Restaurang	Projektägare	
Personalens lön	1 050 000	1050000
Externa tjänster	60 000	60000
Investeringar, material och lokaler	120 000	120000
Resor och logi	120 000	120000
Schablon för indirekta kostnader	225 572	225571,5
Schablon för lönebikostnader	453 810	453810
Arbetspaket 4 Stöd till offentliga kök		
Personalens lön	664 000	664000
Externa tjänster	90 000	90000
Investeringar, material och lokaler	180 000	180000
Resor och logi	60 000	60000
Schablon för indirekta kostnader	142 647	142647,12
Schablon för lönebikostnader	286 981	286980,8
Arbetspaket 5 Utveckling av Market		
Personalens lön	2 828 000	2828000
Externa tjänster	1 000 000	1000000
Investeringar, material och lokaler	150 000	150000
Resor och logi	90 000	90000
Schablon för indirekta kostnader	607 539	607539,24
Schablon för lönebikostnader	1 222 262	1222261,6
Arbetspaket 6 Utevckling av dataklient för regional livsmedelsstatistik		
Personalens lön	1 915 200	1915200
Externa tjänster	1 350 000	1350000
Investeringar, material och lokaler	120 000	120000
Resor och logi	90 000	90000
Schablon för indirekta kostnader	411 442	411442,416
Schablon för lönebikostnader	827 749	827749,44
Summa kostnader	25 721 166	25 721 166

Personalens lön	12 828 000	12 828 000
Externa tjänster	3 000 000	3 000 000
Investeringar, material och lokaler	903 065	903 065
Resor och logi	690 000	690 000
Schablon för indirekta kostnader	2 755 839	2 755 839
Schablon för lönebikostnader	5 544 262	5 544 262
Projektintäkter		0
Summa faktiska kostnader	25 721 166	25 721 166
Privat bidrag i annat än pengar	0	0
Offentligt bidrag i annat än pengar	0	0
Summa bidrag i annat än pengar	0	0
Summa totala kostnader	25 721 166	25 721 166
Medfinansiering	Projektägare	Totalt
Privat kontantfinansiering		0
Privat bidrag i annat än pengar		0
Summa privat medfinansiering	0	0
Offentlig kontant finansiering	10 288 466	10 288 466
Offentliga bidrag i annat än pengar		0
Summa offentlig medfinansiering	10 288 466	10 288 466
Summa medfinansiering	10 288 466	10 288 466
Stöd Regionalfonden/Fonden för en rättvis omställning	15 432 700	15 432 700
Summa finansiering	25 721 166	25 721 166
Sammanställning		
Andel bidrag i annat än pengar av total medfinansiering	0,00%	0,00%
Andel privat medfinansiering	0,00%	0,00%
Andel offentlig medfinansiering	40,00%	40,00%
Stödandel (EU-medel) av faktiska kostnader	60,00%	60,00%
Stödandel (EU-medel) av totala kostnader	60,00%	60,00%

Närvarande:

Berit Löfgren, Hans Jonsson, Aron Westlin och Ann-Helen Persson

1 Mötets öppnande

Berit Löfgren hälsade alla välkomna och förklarade mötet för öppnat

2 Val av justerare för mötet

Till justerare för mötet valdes: Aron Westlin

3. Val av sekreterare

Till sekreterare i styrelsen valdes Ann-Helen Persson

4 val av vice ordförande tillika ekonomiansvarig i styrelsen

Till vice ordförande tillika ekonomiansvarig i styrelsen valdes Hans Jonsson

5 Firmatecknare

Till firmatecknare valdes: Berit Löfgren (600410-1405), Hans Jonsson (660807-7513), verksamhetsansvarig Nanna Jan-Ers (851227-7529) och projektkoordinator Anna Hernell (831207-7509) var och en för sig.

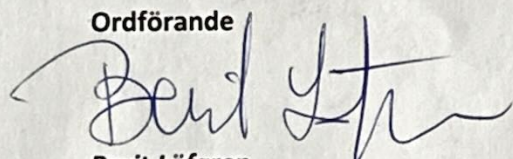
6 Nästa möte

Styrelsemöte inför extrastämman:
Extrastämma

7 Mötets avslutande

Berit Löfgren tackade för visat intresse och förklarade mötet för avslutat


Ordförande


Berit Löfgren

Sekreterare


Ann-Helen Persson

Justerare


XX
ARON WESTLIN

Projektnamn:			
Ärende-ID:		Procent för lönebikostnader:	43%
		Procent för indirekta kostnader:	15%

Kostnader	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Totalt
Personal	0	1 069 000	4 276 000	4 276 000	3 207 000	0	12 828 000
Personalkostnader		1 069 000	4 276 000	4 276 000	3 207 000		12 828 000
							0
							0
							0
							0
							0
Externa tjänster	0	250 000	1 000 000	1 000 000	750 000	0	3 000 000
Externa tjänster		250 000	1 000 000	1 000 000	750 000		3 000 000
							0
							0
							0
							0
							0
Resor och logi	0	57 500	230 000	230 000	172 500	0	690 000
Resor och logi		57 500	230 000	230 000	172 500		690 000
							0
							0
Investeringar, materiel och lokaler	0	75 255	301 022	301 022	225 766	0	903 065
Investeringar, materiel och lokaler		75 255	301 022	301 022	225 766		903 065
							0
							0
							0
							0
Enhetskostnader (i ändringsbudget)	0	0	0	0	0	0	0
							0
							0
							0
							0
							0
Schablonkostnader	0	691 675	2 766 700	2 766 700	2 075 025	0	8 300 101
Lönebikostnader	0	462 022	1 848 087	1 848 087	1 386 065	0	5 544 262
Indirekta kostnader	0	229 653	918 613	918 613	688 960	0	2 755 839
Summa kostnader	0	2 143 430	8 573 722	8 573 722	6 430 291	0	25 721 166
Intäkter	0	0	0	0	0	0	0
							0
							0
Summa faktiska kostnader	0	2 143 430	8 573 722	8 573 722	6 430 291	0	25 721 166
Offentliga bidrag i annat än pengar	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
Privata bidrag i annat än pengar	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0
Summa bidrag i annat än pengar	0	0	0	0	0	0	0
Summa totala kostnader	0	2 143 430	8 573 722	8 573 722	6 430 291	0	25 721 166
Varav kostnader för socialfundsaktiviteter							0
Varav kostnader för akt. utanför pgm.området							0

Medfinansiering	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Totalt
Offentlig kontantfinansiering	0	857 372	3 429 489	3 429 489	2 572 117	0	10 288 466
Region Gävleborg - Anslag 1:1		857 372	3 429 489	3 429 489	2 572 117		10 288 466
							0
							0
							0
							0
							0
							0
							0
							0
Offentliga bidrag i annat än pengar	0	0	0	0	0	0	0
							0
							0
							0
							0
							0
Total offentlig finansiering	0	857 372	3 429 489	3 429 489	2 572 117	0	10 288 466
Privat kontantfinansiering	0	0	0	0	0	0	0
							0
							0
							0
							0
							0
							0
							0
Privata bidrag i annat än pengar	0	0	0	0	0	0	0
							0
							0
							0
							0
Total privat finansiering	0	0	0	0	0	0	0
Summa medfinansiering	0	857 372	3 429 489	3 429 489	2 572 117	0	10 288 466

Stöd	2025	2026	2027	2028	2029	2030	Totalt
Europeiska regionala utvecklingsfonden		1 286 058	5 144 233	5 144 233	3 858 175		15 432 699

Summa total finansiering	0	2 143 430	8 573 722	8 573 722	6 430 291	0	25 721 166
--------------------------	---	-----------	-----------	-----------	-----------	---	------------

Sammanställning	
Stödandel (Region Gävleborg - Anslag 1:1) av faktiska kostnader	40,00%
Stödandel (Region Gävleborg - Anslag 1:1) av totala kostnader	40,00%

Lönebikostnader schablon

Lagstadgade arbetsgivaravgifter	31,42%
Semestertillägg	0,8%
Pensionspremier och särskild löneskatt på dem	10,87%
Avtalsförsäkringar och särskild löneskatt på dem	0,13%
Summa	43,22%