

Landsbygds- och infrastrukturdepartementetSveriges export- och investeringsråd
Box 240
101 24 Stockholm

Uppdrag till Sveriges export- och investeringsråd att genomföra åtgärder under perioden 2025–2030 inom ramen för Livsmedelsstrategin 2.0 och ändring av uppdraget att genomföra åtgärder under 2020–2025 inom ramen för livsmedelsstrategin

Regeringens beslut

Regeringen ger Sveriges export- och investeringsråd (Business Sweden) i uppdrag att genomföra nedan angivna åtgärder. Livsmedelsstrategin 2.0 är vägledande för åtgärderna för att livsmedelsstrategins riksdagsbundna mål ska förverkligas (prop. 2016/17:104, bet. 2016/17: MJU23, rskr. 2016/17:338).

De åtgärder som Business Sweden ska genomföra inom ramen för uppdraget syftar till att bidra till regeringens målsättning om att stärka lönsamhet och konkurrenskraft i livsmedelskedjan genom att ge företagen goda förutsättningar att öka livsmedelsproduktionen på ett hållbart sätt som motsvarar konsumenternas efterfrågan.

Inom ramen för uppdraget ska följande åtgärder genomföras under perioden 2025–2030.

Nya åtgärder**1. Food Export Center**

Business Sweden ska inrätta funktionen Food Export Center. Funktionen ska driva frågor som bidrar till att öka svensk livsmedelsexport, både på kort och lång sikt. Food Export Center ska ansvara för samordning av genomförandet av livsmedelsexportsatsningar i Sverige samt identifiera och prioritera vilka livsmedelsexportfrämjande aktiviteter som bör genomföras

på kort och lång sikt. Food Export Center ska identifiera behov hos såväl stora som små företag. Funktionen ska även bidra till att identifiera synergier med andra program inom Business Sweden och med regionala investeringsfrämjare inom området som kan gynna svensk livsmedelsexport.

Food Export Center ska inom ramen för åtgärden göra följande.

- Samordna och vägleda samtliga Business Swedens uppdrag för att främja en ökad svensk livsmedelsexport.
- Säkerställa att samtliga aktörer som är involverade i åtgärden har en gemensam bild av vilka främjandebehov som finns för att stärka svensk livsmedelsexport och vilka åtgärder som det föranleder för att exporten ska bidra till en ökad livsmedelsproduktion.
- Tillsammans med näringslivet ansvara för övergripande analys och formulering av relevanta strategier för exportfrämjande, där prioriterade marknader förankras baserat på svenska mervärden, konkurrenskraft och tillväxtmöjligheter.
- Ha en behovsformulerande roll gentemot stöd- och främjandeaktörer för att skapa tydlighet kring behovet av stöd, och bidra till att identifiera hinder som ska undanröjas för ökad livsmedelsexport.
- Ta fram relevanta analyser som kan utgöra underlag för att göra prioritering inom främjandet för svensk livsmedelsexport generellt.

Business Sweden ska inom ramen för åtgärden inrätta ett rådgivande organ till Food Export Center. Det rådgivande organet ska bestå av bland annat representanter som företräder livsmedelsindustrin. Minst en representant från Business Sweden ska ingå i det rådgivande organet och följande aktörer ska därutöver vara representerade: Utrikesdepartementet, Landsbygds- och infrastrukturdepartementet, Statens jordbruksverk (Jordbruksverket), Livsmedelsverket, Lantbrukarnas Riksförbund och Livsmedelsföretagen. De aktörer som ingår i det rådgivande organet ska representeras på hög nivå. Representanterna i det rådgivande organet samt ordföranden utses av Business Sweden efter dialog med Regeringskansliet (Landsbygds- och infrastrukturdepartementet). Ordförande i det rådgivande organet ska vara en representant från livsmedelsindustrin. Regeringskansliets representanter är adjungerade och utses i särskild ordning.

Det rådgivande organet ska lämna synpunkter på det operativa arbetet i samtliga satsningar som genomförs inom ramen för åtgärderna i detta

uppdrag. Det rådgivande organet ska även lämna synpunkter på en övergripande strategi och budget för samtliga livsmedelsexportsatsningar som adresseras i detta uppdrag.

Det rådgivande organet ska bidra till den strategiska inriktningen för insatserna, säkerställa att den förankras i branschen och att insatserna i största möjliga utsträckning motsvarar livsmedelsindustrins behov.

För åtgärden får Business Sweden under 2025 använda högst 2 miljoner kronor.

2. Strategisk positionering

Business Sweden ska i samverkan med Visit Sweden och i dialog med Svenska Institutet ta fram ett program och en kommunikationsplattform, för att strategiskt positionera svensk livsmedelsproduktion och tydliggöra dess mervärden.

Syftet på sikt är att bedriva strukturerad och långsiktig marknadsföring av svensk mat och dryck dels för att höja attraktiviteten i livsmedelskedjan, dels för att bidra till ett stärkt exporterbjudande och investeringsfrämjande samt ökad måltidsturism. Ett delsyfte är att öka kunskapen om hur det är att arbeta i livsmedelskedjan och bidra till ökad kompetensförsörjning.

I åtgärden ingår att ta fram en kommunikationsplattform i syfte att kommunicera hur Sverige producerar mat och dryck samt hur Sverige skiljer sig från andra länder i dessa avseenden.

I arbetet ska Business Swedens regeringsuppdrag om att stärka samordning kopplat till Sveriges möjligheter att attrahera och behålla högkvalificerad internationell kompetens och annan utländsk arbetskraft som är viktig för Sveriges konkurrenskraft, beaktas (KN2024/00521).

Åtgärden ska stämmas av med näringslivet med hjälp av en referensgrupp i form av ett kommunikationsråd, som ska inrättas av Business Sweden. Rådet består av sakkunniga från näringslivet och det offentliga. Syftet med kommunikationsrådet är att bidra till att synergier inom det operativa arbetet synliggörs och tillvaratas samt att uppdraget förankras i livsmedelskedjan och att insatserna i största möjliga utsträckning motsvarar livsmedelskedjans behov. Business Sweden ska i arbetet med åtgärden inhämta synpunkter från, och föra diskussioner med, berörda myndigheter inklusive

utlandsmyndigheter. I delen som rör måltidsturism ska Jordbruksverket, i enlighet med myndighetens uppdrag att genomföra åtgärder under perioden 2025–2030 inom ramen för Livsmedelsstrategin 2.0, förmedla bidrag till V.S. Visit Sweden AB (LI2025/00642).

För åtgärden får Business Sweden under 2025 använda högst 8 miljoner kronor.

Ändring av pågående åtgärder

Regeringen ändrar uppdraget till Business Sweden att genomföra åtgärder under 2020–2025 inom ramen för livsmedelsstrategin (N2019/03242).

Följande åtgärder ska inom ramen för uppdraget utföras till och med 2030 och ändras på följande sätt.

3. Genomföra främjandeprogram för livsmedelsexport

Business Sweden ska genomföra ett främjandeprogram för livsmedelsexport som riktas till livsmedelsföretag. Insatserna inom programmet ska anpassas till vad företagen i branschen efterfrågar och utformas utifrån företagets behov samt i nära samverkan med företag, branschorganisationer, berörda myndigheter och andra relevanta aktörer.

Business Sweden ska inom ramen för åtgärden göra följande.

- Ta fram och driva Food Volume Growth Program, en insats med syfte att ge livsmedelsföretag bättre förutsättningar för att öka den svenska exportvolymen, samt för att bidra till en ökad livsmedelsproduktion i Sverige och för att stärka robustheten i livsmedelskedjan.
- Driva exportfrämjande projekt på medellång och lång sikt inom programmet, med ambitionen att öka exporten av ett visst segment till en eller flera marknader. Främjandeprojekten ska vara efterfrågade av näringslivet och innefatta en rad olika åtgärder för att nå målen. Projekten kan ta form kring exempelvis företagskonsortium och delbranscher.
- Tillsätta livsmedelsexportansvariga på relevanta utlandsmarknader. I rollen som livsmedelsexportansvarig ingår det att följa den aktuella marknaden och bistå livsmedelsbranschen och dess aktörer, genom att på plats identifiera och åskådliggöra den potential som finns på den relevanta marknaden. Vidare ska de livsmedelsexportansvariga analysera vilka utmaningar och hinder som behöver hanteras för att lyckas med

- export till den aktuella marknaden samt ha ett tydligt främjandeperspektiv och arbeta för en ökad livsmedelsexport.
- Bistå relevanta myndigheter i deras arbete med att öppna tredjelandsmarknader för export.
 - I dialog med företag, branschorganisationer och regionala aktörer löpande samla grupper av företag för gemensamma satsningar och initiativ, samt stödja grupper av företag vid val av lämpliga internationella avsättningsmarknader och vid etablering på utvalda marknader.
 - Genomföra exportfrämjande åtgärder tillsammans med näringslivet, i syfte att öka företagens exportandel.
 - Efter att ha inhämtat synpunkter från Livsmedelsverket och Jordbruksverket, erbjuda kompletterande exportteknisk information till näringslivet.

Åtgärden ska genomföras i dialog med näringslivet med hjälp av en referensgrupp i form av ett branschråd som ska inrättas av Business Sweden. Syftet med branschrådet är att bidra till att synergier i det operativa exportfrämjandet synliggörs och tillvaratas samt att insatserna förankras i näringslivet och att insatserna i största möjliga utsträckning motsvarar livsmedelsindustrins behov.

För åtgärden får Business Sweden under 2025 använda högst 24 miljoner kronor.

Redovisning av uppdraget

Business Sweden ska årligen, senast den 28 februari, lämna en delredovisning av uppdragets genomförande samt en ekonomisk redovisning per åtgärd till Regeringskansliet (Landsbygds- och infrastrukturdepartementet) och Tillväxtverket (samordnande myndighet).

Business Sweden ska senast den 28 februari 2031 lämna en slutredovisning av hela uppdraget till Regeringskansliet (Landsbygds- och infrastrukturdepartementet) och Tillväxtverket. Slutredovisningen ska dessutom innehålla en ekonomisk redovisning per åtgärd.

Finansiering av uppdraget

För hela uppdraget får Business Sweden under 2025 använda högst 34 miljoner kronor som ska redovisas mot det under utgiftsområde 23 Areella näringar, landsbygd och livsmedel, för budgetåret 2025 uppförda

anslaget 1:15 Konkurrentskraftig livsmedelssektor, anslagsposten 6 Övriga åtgärder inom konkurrentskraftig livsmedelssektor.

Medlen betalas ut efter rekvisition till Kammarkollegiet senast den 20 december årligen under perioden 2025–2030.

Medel som inte har använts för avsett ändamål ska återbetalas senast den 28 februari nästkommande år till Kammarkollegiet. Vid samma tidpunkt ska en ekonomisk redovisning av använda medel lämnas till Kammarkollegiet. Redovisning, rekvisition och återbetalning ska hänvisa till diarienumret för detta beslut.

Riktat exportfrämjande ska Business Sweden genomföra, med medfinansiering från deltagande företag och eventuella andra aktörer, i syfte att främja svenska företags exportmöjligheter. Samtliga åtgärder är en del av Team Sweden Livsmedel.

Inom ramen för detta uppdrag ska EU:s regler om statsstöd beaktas. Business Sweden ska i fråga om statligt stöd till näringslivet tillämpa kommissionens förordning (EU) nr 1407/2013 av den 18 december 2013 om tillämpningen av artiklarna 107 och 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på stöd av mindre betydelse eller kommissionens förordning (EU) nr 717/2014 av den 27 juni 2014 om tillämpningen av artiklarna 107 och 108 i fördraget om Europeiska unionens funktionssätt på stöd av mindre betydelse inom fiskeri- och vattenbrukssektorn. De uppgifter som en medlemsstat har enligt artikel 6.1, 6.3 och 6.4 i kommissionens förordningar ska utföras av Business Sweden.

Skälen för regeringens beslut

Den 20 juni 2017 godkände riksdagen regeringens förslag till övergripande mål för livsmedelsstrategin och mål för de tre strategiska områdena Regler och villkor, Konsument och marknad, samt Kunskap och innovation (prop. 2016/17:104 bet. 2016/17:MJU23, rskr. 2016/17:338). Det övergripande målet är:

En konkurrentskraftig livsmedelskedja där den totala livsmedelsproduktionen ökar, samtidigt som relevanta nationella miljömål nås, i syfte att skapa tillväxt och sysselsättning och bidra till hållbar utveckling i hela landet. Produktionsökningen, både konventionell och ekologisk, bör svara mot konsumenternas efterfrågan. En produktionsökning skulle kunna bidra till en ökad

självförsörjningsgrad av livsmedel. Sårbarheten i livsmedelskedjan ska minska.

Sedan riksdagens beslut 2017 har mycket förändrats i omvärlden. Stora utmaningar för livsmedelskedjan medför att regeringen bedömer att arbetet med att stärka livsmedelskedjans konkurrenskraft i syfte att öka den svenska livsmedelsproduktionen i enlighet med riksdagens beslut måste intensifieras. Det arbetet beskrivs i Livsmedelsstrategin 2.0.

Regeringen bedömer vidare att det inom ramen för Livsmedelsstrategin 2.0 behövs åtgärder för att nå strategins övergripande mål till år 2030.

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

Livsmedelsföretag möter delvis andra hinder i sin internationalisering än företag inom andra industrigrenar. Handel med livsmedel och jordbruksvaror kompliceras ofta av hållbarhetsaspekter, som medför särskilda krav på transporter, lagerhållning och förpackningar. Handeln kan också försvåras av sanitära och fytosanitära åtgärder, liksom regler avseende exempelvis märknings- eller förpackningskrav. Det är därför av stor vikt att det statliga exportfrämjandet klarar av att hjälpa även dessa företag och att stödet finns tillgängligt oberoende av var i landet företagen bedriver sin verksamhet.

Svensk livsmedelsexport har i dag ett ungefärligt värde om 75 miljarder kronor och är fördelad över många kategorier av livsmedel. Svenska företag har utmaningar med att konkurrera med lågprisprodukter och måste konkurrera med andra affärsmodeller och mervärden som exempelvis hög kvalitet, hållbarhet och livsmedelssäkerhet. Låg lönsamhet i livsmedelssektorn försämrar konkurrenskraften och ger begränsat utrymme för exportsatsningar, vilket ger incitament till att stärka möjligheterna för svenska företag att genom export växa och bli konkurrenskraftiga. Begränsningar i tillgång på volym av jordbruksprodukter och begränsningar i marknadstillträde är några hinder som minskar möjligheterna till att öka exporten.

Regeringen bedömer att det finns tydliga möjligheter att förstärka svenskt jordbruk genom att bidra till att svenska livsmedelsföretag stärker sin export, vilket dessutom bidrar till Sveriges robusthet. Det gäller för samtliga företag i livsmedelskedjan eftersom de stora företagen idag har en förhållandevis liten export.

Livsmedelsföretagens förmåga att etablera sig på utländska marknader är av central betydelse för ökad produktion, fler jobb och hållbar tillväxt inom svensk livsmedelssektor. För att säkra den svenska livsmedelsindustrins position på den globala marknaden kan statligt främjande, enligt regeringens mening, spela en viktig roll genom att bidra med kompetens och personella resurser för att sänka de hinder som företagen möter.

Regeringen beräknar att 1 miljon kronor årligen under perioden 2026–2030 kommer att avsättas för åtgärd 1 Food Export Center.

Regeringen beräknar att 7 miljoner kronor årligen under perioden 2026–2030 kommer att avsättas för åtgärd 2 Strategisk Positionering.

Regeringen beräknar att 21 miljoner kronor årligen under perioden 2026–2030 kommer att avsättas för åtgärd 3 Genomföra främjandeprogram för livsmedelsexport.

Regeringen beräknar att 29 miljoner kronor årligen för perioden 2026–2030 kommer att avsättas för hela uppdraget.

På regeringens vägnar

Peter Kullgren

Maria Falkdalen

Kopia till

Se *bilagan*



Landsbygds- och infrastrukturdepartementet

Kopia till

Statsrådsberedningen/EU och FCK
Utrikesdepartementet/HI och FH
Försvarsdepartementet/ETU
Socialdepartementet/HC
Finansdepartementet/BA, K, KO, SFÖ, OU, DOF, SI, S1, S2, FPM och B
Utbildningsdepartementet/UH, F och GV
Klimat- och näringslivsdepartementet/CKS, Nm, NIM, E och KL
Kulturdepartementet/KKM
Arbetsmarknadsdepartementet/JÄM
Landsbygds- och infrastrukturdepartementet/DL, FJR, RUL, SMF och SPN
Riksdagen, miljö- och jordbruksutskottet
Forskningsrådet för miljö, areella näringar och samhällsbyggande
Kammarkollegiet
Kungl. Skogs- och lantbruksakademien
Kungl. Tekniska högskolan
Linköpings universitet
Livsmedelsverket
länsstyrelserna
Sametinget
Statens jordbruksverk
Statens veterinärmedicinska anstalt
Sveriges lantbruksuniversitet
Tillväxtverket
Upphandlingsmyndigheten
Uppsala universitet
Verket för innovationssystem
Örebro universitet

Gotlands kommun
Mjölby kommun
Mörbylånga kommun
Sotenäs kommun
regionerna
Agtech 2030
Albaeco
Arla Foods AB
Axfood AB
Axfoundation
BalticWaters
Blå mat – centrum för framtidens sjömat
Cancerfonden
De Recirkulerande Vattenbrukarna Sverige
Dietisternas Riksförbund
Djurens rätt
Eldrimner
Ekologiska Lantbrukarna
Ekologiska Lantbrukarna Sörmland
Fiskbranschens Riksförbund
Fiskekommunerna
Förbundet Sveriges Småbrukare
Gröna arbetsgivare
Gård & Djurhälsan Sverige AB
Havs- och Kustfiskarnas Producentorganisation
Helios Nordic Energy AB
Hjärt-Lungfonden
Hushållningssällskapens Förbund
Hållbarhetsinitiativet
ICA Gruppen AB
Innovatum Science Park
Invest in Norrbotten
Industriella UtvecklingsCentra
IVL Svenska Miljöinstitutet AB
Kooperativa Förbundet
Kost och näring
KRAV
Kött- och Charkföretagen
Lantbrukarnas Riksförbund

Lantmännen
Livsmedelsakademin
Livsmedelsarbetareförbundet
Livsmedelsföretagen
Lokal Utveckling Sverige
LRF Södermanland
Macklean
Matfiskodlarna i Sverige AB
MatVärden
Nationella kommittén för livsmedelsforskning
Naturskyddsföreningen
NOrdBruk
Odling i balans
Orkla Foods Sverige AB
Pugerups Gård
Ragn-Sells Recycling AB
Ramnered Lantbruk
Re:Meat Foods
RISE Research Institutes of Sweden AB
Rudenstams Bär & Fukt AB
Rösängs Lantbruk AB
SLU Grogrund
Stiftelsen ett högre medvetet medvetande
Stiftelsen Lantbruksforskning
Sunnansjö Gård AB
Svensk Dagligvaruhandel
Svensk fiskodling AB
Svensk Fågel
Svensk Mjölk AB
Svensk Torv
Svenska Fåravelsförbundet
Svenskt Vatten
Svenskt vattenbruk och sjömat
Svenskt Växtskydd
Sveriges Fiskares Producentorganisation
Sveriges Frö- och Oljeväxtodlare
Sveriges Gårdsmejerister
Sveriges Jordägareförbund
Sveriges Kaninproducenter

Sveriges Konsumenter
Sveriges Utsädesförening
Svinesundskommittén
Sweden Food Arena
Sweden Foodtech AB
Swedish Pelagic Federation
Torfolk Gård AB
Visita
V.S. Visit Sweden AB
Vreta Kluster AB
Världsnaturfonden
Växtbaserat Sverige
World Animal Protection Sverige
Yara AB