



# Lundalandsmarknaden

av

Gunnar Petersson

**FLYINGE UTVECKLING**

Juni 2012

ISBN 978-91-979372-2-1







## Förord

Detta projekt syftar till att kartlägga intresset och om förutsättningar finns för att genomföra Lundalandsmarknaden – en marknad för närproducerad mat i Lund.

Marknaden är tänkt att kunna arrangeras i samband med 100 årsfirandet av Stadsparken i Lund.

Marknaden kunde dock av olika skäl inte genomföras såsom det var tänkt.

Flyinge Utveckling har svarat för att genomföra detta projekt. Arbetet har utförts av projektledare fil. kand. Gunnar Petersson och projekt medarbetare jur. kand Christer Helgstrand, med administrativ hjälp av Henrik Jansson (epost: flyinge-jobbarena@telia.com).

Projektet har bekostats av Leader Lundaland Jnr 2011-2031 under perioden 2011-03-16 till och med 2012-06-30.



EUROPEISKA UNIONEN  
UTVECKLINGS- OCH  
GARANTIFONDEN  
FÖR JORDBRUKET



### FLYINGE UTVECKLING

Flyinge Utveckling  
Roslösvägen 11  
247 47 Flyinge

[www.flyinge.nu](http://www.flyinge.nu)

email [flyinge-utveckling@telia.com](mailto:flyinge-utveckling@telia.com)

telefon 046-522 20

Kundnummer hos Jordbruksverket M13584

Föreningen har även svarat för följande publikationer

*Ekomuseum Kävlingsån Del I Förutsättningar, Eva Uddenberg 2005*

*Ekomuseum Kävlingsån, Del II Förslag, Eva Uddenberg, 2005*

*Flora och Naturvärden i Flyinge – en inventering, Linda Gustafsson, 2005*

*Insektsinventering i Flyinge, Stefan Jarl, 2005*

*Flyinge – centrum för Skåne som hästregion, Gunnar Petersson februari 2006.*

*Flyingebygden – från förr till framtid, red. Gunnar Petersson, september 2006, ISBN 978-91-631-9613-3*

*Horse Innovation Arena, Jordbruksverket, Gunnar Petersson och Zoltán G-Wagner, november 2007, ISBN 978-91-977299-0-1*

*Lundaland Utvecklingsstrategi 2007-2013, december 2008*

*Svenskt Hästmuseum-grundrapport juni 2009, Kari Lawe ISBN 978-91-977299-1-8*

*Svenskt Hästmuseum, Förstudie, Gunnar Petersson nov 2009, ISBN 978-91-977299-2-5*

*Första Koföreningen, Förstudie Leader Lundaland, Henrik Jansson, Gunnar Petersson, april 2010 ISBN 978-91-977299-3-2*

*Folkhälsa på landet, Marie Nilsson, Gunnar Petersson, mars 2010, ISBN 978-91-977299-7-0*

*Jobb på landet, Förstudie Jordbruksverket, Gunnar Petersson, juni 2010 ISBN 978-91-977299-5-6*

Flyinge den 4 juni 2012

Gunnar Petersson

**Kontaktperson för att svara på frågor om projektet**

## 1. Bakgrund

Lundaland, som är ett rikt område runt Lund, har mycket goda förutsättningar för odling. I första hand tänker man på odling av sockerbeter och raps i 10+ jordarna på Lundaslätten. Men här finns också stora områden, som väl lämpar sig för småskalig odling av rotfrukter, frukt och grönt. Därtill finns de vidsträckta naturbetesområdena på Revingefältet, som producerar ett utmärkt nötkött. Inom Lundaland finns numera också flera gårdar, som odlar vindruvor för vinframställning. Sedan länge finns de som odlar olika grönsaker, olika sorters svampar, samt biodlare, som producerar honung.

Ju fler närproducenter här finns – desto bättre för klimatet, jorden och människan. Vi menar att en egen marknadsplats i Lund skulle stimulera intresset ytterligare, så att ännu fler började odla.

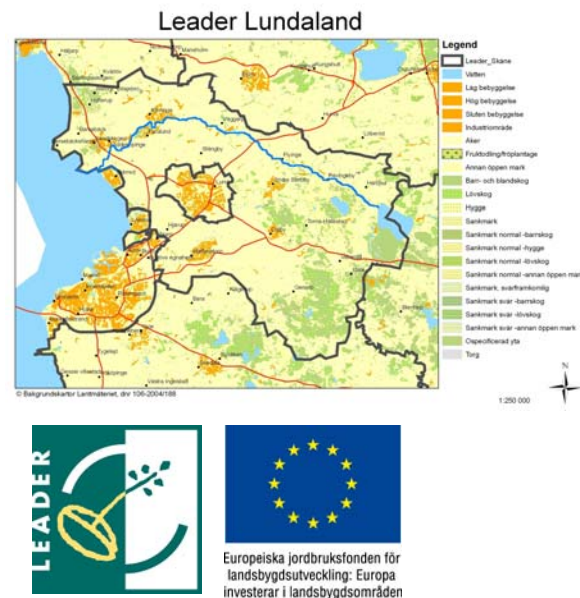
Inom området finns också starka kompetenser, såsom SLU Alnarp och Hushållningssällskapet vid Borgeby slott, vilka båda bidrar till ökad kunskap om odling.

Utgångspunkten i detta projekt är att det finns en grund för att söka etablera en marknadsplats inom Lund stad mitt i Lundaland, kallad Lundalandsmarknaden, där särskilt närproducerad mat skall kunna säljas och marknadsföras av producenterna själva. På så sätt stimuleras den lokala närproduktionen i Lundaland, genom att man kan marknadsföra sin ekologiska odling/gårdsbutik och samtidigt få avsättning för sina produkter.

Projektet har som mål att kartlägga livsmedelsproducenter och deras intresse av att medverka på en matmarknad i Lund vid ett tillfälle i månadsskiftet september-oktober 2011, samt förhoppningsvis att de blir så många att en sådan marknad kan äga rum under projektet – den första Lundalandsmarknaden.

Stadsparken firar i år 100 års jubileum och många aktiviteter inom parken bidrar till att högtidlighålla detta.

Projektansökan lämnades in under mars 2011 till Leader Lundaland, som tillstyrkte finansiering av projektet med medel från Landsbygdsprogrammet inom ramen för Lundalands strategi.



## 2. Projektidé

Vi vill undersöka möjligheterna för att etablera en modern marknadsplats för lokala odlare/matproducenter inom Lundaland. Platsen för marknaden skall kunna bli ett centrum för matmöten mellan konsumenter och lokala råvaru- och matproducenter och långsiktigt bidra till att stimulera den lokala utvecklingen inom Lundaland, med särskilt fokus på närproducerade förädlade matprodukter.

### 3. Sammanfattande resultat

Lundalandsmarknaden kunde dessvärre inte genomföras i månadsskiftet september-oktober 2011 som planerat. Kartläggningen visade att det bara fanns två matproducenter inom Lundaland i dagsläget, som tycker att tidpunkten och platsen är tillräckligt attraktiv för att de skall vilja satsa på medverkan. Ytterligare 2-3 stycken hade möjligen kunnat övertalas, men det skulle inte påverka beslutet att inte genomföra.

### 4. Lundalands strategi

I Lundalands utvecklingsstrategi fokuseras på att stärka det gröna entreprenörskapet genom stimulering av företagsamheten i Lundaland mot nya grödor och utvecklandet av närproducerade livsmedel. Lundalandsmarknaden skulle härigenom kunna vara ett led i processen att stödja och stärka nätverk för produktion av livsmedel med särskilt högt värde.

Projektidén bygger på att sätta fart på utvecklingen av närodlade/närproducerade råvaror. Intresset hos konsumenterna ökar stadigt. Marknadsplatser för avsättning av produkterna är alltför få. Intresset för goda råvaror är i stigande, såväl i hemmen, i skolan, på arbetsplatserna som bland restaurangerna. Det är en kombination av hälso- och klimataspekterna, som idag tilltalar många i valet av matupplevelser.

Samfällt med Lundalands strategi för man på nationell nivå fram ”Sverige - det nya matlandet” i Europa. Man vill se en medveten och strategisk satsning på att höja kunskapen om odling och de goda råvarorna, men också lägga ett starkt fokus på att föra fram de kulinariska upplevelser som Sverige - med matlagning i världsklass - är rikt på. För att detta skall lyckas är det viktigt att lokala matentreprenörer har en lokal marknadsplats med en profil som är så attraktiv att det också går att få skäligt betalt för de produkter man erbjuder.

Platsen för Lundalandsmarknaden tänker vi oss någonstans inom Lunds stad, där det är trevligt att vara, skyddat för väder och vind, och redan har många besökare, kort sagt ger matmarknaden den rätta inramningen.

### 5. Syfte

En förutsättning för genomförandet av en Lundalandsmarknad är att det finns tillräckligt många odlare och matproducenter inom Lundaland. Vi vill också identifiera ett tillräckligt stort antal av dessa som är så intresserade av marknadsföring av sina verksamheter, att man vill medverka till att Lundalandsmarknaden kan komma igång.

### 6. Mål

Att finna minst tjugo matproducenter, som vill medverka på Lundalandsmarknaden 2011 i september-oktober. Dessa skall också representera en bredd av producenter, som gör matmarknaden intressant.

Konceptet för Lundalandsmarknaden skall tas fram och utvecklas inom ramen för projektet med de aktörer, som kommer fram under kartläggningen.

Lokala odlare/matvaruproducenter skall kunna utveckla sina företag, genom att i möte med nya större kundgrupper bredda sin försäljning och på sikt skapa tillväxt och ökad sysselsättning. Vi siktar även på att knyta nationella aktörer, som företräder ”Sverige – det nya matlandet”, till Lundalandsmarknaden.

Lundalandsmarknaden skall även stimulera till att nya företag (främst matproducenter) kan etableras.

Till marknaden vill vi också knyta ideella föreningar, som ser en koppling till de personer som är intresserade av hållbar utveckling,

närodlat, miljöhänsyn och naturvård, klimatfrågorna, turista hemma med mera.

Lundalandsmarknaden kan bli en spännande mötesplats med matmöten i centrum, som vi hoppas skall genomföras återkommande under säsongen, år efter år.

Målet är att antalet besökare under första Lundalandsmarknaden uppgår till minst 500 personer, samt att dessa uppmuntras till att besöka de olika matproducenternas gårdar över hela Lundaland. På sikt borde en marknad av denna karaktär locka 20 000 besökare per tillfälle.

## 7. Målgrupp

Den viktigaste målgruppen är besökare som kommer till Lundalandsmarknaden.

Projektet riktar sig även till ideella föreningar och andra som är aktiva inom odling/matkultur.

Lundalandsmarknaden riktar sig också till odlare/matproducenter, som närproducerar råvaror inom Lundaland.

## 8. Aktiviteter

A1. Kartläggning av matproducenter i Lundaland, samt inhämta intresse för att medverka i projektet och tillsammans forma Lundalandsmarknaden.

A2. Lokalisera den lämpligaste platsen för Lundalandsmarknaden inom Lunds stad. *Se även under 16.*

A3. Kartläggning av intresset för att införa/introducera ”Lundalandsmärkt” som garanti för närproducerat inom Lundaland.

A4. Kontakter med ideella föreningar, andra projekt med lokala matmarknader, samt lokala intressenter och följeforskare/examensrespondenter som önskar medverka.

A5. Planering av marknadsföringsinsatser för Lundalandsmarknaden. Genom de ideella föreningarna planerar vi också marknadsföra evenemanget.

A6. Genomförande tillsammans med annan aktör. *Se nedan under 16.*

A7. Utvärdering av resultatet

### Tidplan

FAS 1: A1, A2, A3

FAS 2: A4, A5, A6,

FAS 3: A7 Utvärdering/Slutrapport, administration

Vi räknar med cirka 2 månader för FAS 1, men det beror också på när vi får beslutet och när Länsstyrelsen ger sitt godkännande, samt eventuella semesterperioder. Om vi inte når våra mål, dvs. 20 medverkande matproducenter, kan projektet komma att läggas ner efter samråd med verksamhetsledaren.

## 9. Projektid

Projektid: beräknas från inlämnad ansökan till och med 30 dec 2011. Budgeten baseras på att under 8 månader kunna arbeta så aktivt att en Lundalandsmarknad kan genomföras med så gott resultat att arrangemanget kan upprepas. Projekttiden förlängdes till 2012-06-30 i syfte att utreda om det finns någon bättre placering för Lundalandsmarknaden i Lund än den ursprungliga planerade i Stadsparken.

## 10. Uppföljning

Beräknade indikatorer:

Antal sysselsatta deltagare under projektet uppskattas bli 40 personer

Antalet anställda förväntas bli 1-2 personer

Nya nätverk: 6

Ideella timmar: 170 timmar á 175:- /timme

Vi hade räknat med insatser från utställarna motsvarande 25 timmar x 20 utställare = 500 timmar + övriga timmar. På så sätt skulle vi med lätthet uppnått det antal timmar som vi angav i den ursprungliga ansökan. Då det nu visade sig att vi inte kunde genomföra marknaden, meddelade vi verksamhetsledaren i god tid och beslöt att banta ner projektet.

### Verkligt utfall indikatorer

Antalet anställda personer blev motsvarande 1 person på heltid i 6 månader. De nätverk som vi arbetade upp har vi delvis tappat, genom att projektet inte kunde genomföras och projektmedarbetaren har slutat.

Antalet ideella timmar blev färre än beräknat men också över 30 timmar från offentliga verksamheter, som vi inte kunnat räkna med eftersom vi inte tagit upp dessa som en resurs i ansökan. Vi avstämning med verksamhetsledaren under augusti 2011 så vidtog vi åtgärder, för att minska kostnader i projektet.

## 11. Nätverk

Byalag och andra ideella föreningar inom Lundaland  
Kommunerna inom Lundaland, främst Lunds kommun  
Landsbygdsnätverket  
Jordbruksverket  
Peter Karlén och Per Bergkvist se nedan  
Privata matproducenter  
SLU Alnarp och Ideon Agro Food  
Skånska Livsmedelsakademin  
Matplats Skåne

LIFS

## 12. Effekter under projektets gång eller därefter

Eftersom vi inte lyckades genomföra Lundalandsmarknaden, uppnåddes aldrig de förväntade effekterna som beskrivs nedan. Vi tror dock att erfarenheterna kan komma till nytta i andra projekt. Under punkt 24 nedan har vi listat ett antal andra matmarknader som äger rum. Exempelvis Mat 2012 i Växjö satsar stort för att etablera sig.

Att projektet kan bli en förebild för andra Leaderområden.

Att stärka den lokala utvecklingen inom Lundaland

Att flera företag (matproducenter) etableras och befintliga stärks

Att en viktig mötesplats för matintresserade etableras inom Lunds stad

Att de medverkande Lundalandföretagen väsentligt ökar sin försäljning eller tror att de kommer att göra detta.

Att en aktör, som kan driva Lundalandmarknaden vidare, har trätt fram.

Att "Lundalandmärkt" har prövats och kan etableras.

Att flera delområden inom Lundaland (byalag) blir intresserade av närproducerad mat, var och en inom sitt område.

Att föra upp frågan till diskussion inom främst Lunds kommun.

## 13. Nya jobb

Som framgår av finansieringsplanen, anställde vi en person med stöd från Arbetsförmedlingen. Sökanden driver s.k. jobbarenor och har därför möjlighet att välja lämpliga personer från dessa. Detta projekt har till stor del kommit till stånd på grund av att en person är särskilt lämpad med tidigare erfarenheter från att driva liknande arrangemang och har de kontakter som beskrivs under 16. Anställningen fick dock avbrytas i förtid, eftersom vi förstod att intresset var alltför lågt för vår närmarknad.



## 14. Ideellt arbete

Vi räknar in ideellt arbete såväl i planeringen, marknadsföringen, som genomförandet av Lundalandsmarknaden - resurser, som annars skulle medföra kostnader. Merparten av timmarna räknar vi med skall komma under själva genomförandet av marknaden. De producentföretag som medverkar, måste vara införstådda med att verksamheten denna första gång kanske inte kommer att bära sig.

## 15. Innovativt

Det finns idag ingen matmarknad för närproducerat inom Lundaland. Om vi lyckas få igång en sådan, vill vi också knyta till oss andra privata aktörer, universitet och forskningsföretag, vilka driver projekt som kan dra nytta av en matmarknad i Lund.

Vi ser att en matmarknad för Lundalands matproducenter väsentligt kan gynna hela området. Samtidigt tror vi att en sådan matmarknad har störst chans att lyckas om den placeras inom Lunds stad, där flest människor kan nå matmarknaden med minsta möjliga energiåtgång.

Vi vill också kunna engagera föreningarna, i staden. Inte minst gäller detta invandrarföreningar med paraplyföreningen LIFS, men också naturskyddsföreningen och andra föreningar med intresse för odling, omställning, klimatfrågor, trädgård, matlagning mm. Stadsparken är ett område som normalt drar till sig många yngre personer, vilka vi hoppas kunna påverka.

Om detta projekt lyckas, kommer vi under utvärderingsfasen söka finna en aktör, som vill driva Lundalandsmarknaden vidare. Lunds kommun stöttar konceptet eftersom det skapar bra aktiviteter i samband med Stadsparkens 100 årsfirande, men ser det inte som en kommunal uppgift att driva Lundalandsmarknaden.

Genom de aktiviteter som presenteras under punkt 16, hoppas sökanden att möjligheterna för att lyckas dra igång Lundalandsmarknaden, skall öka.

## 16. Aktiviteter som väsentligt stärker möjligheterna till genomförande

Det pågår vid ansökningstillfället ett projekt i Lunds stad, som leds av Peter Karlén en privat aktör/entreprenör. Hans företag avser etablera ett ölbryggeri i Observatorielunden vid Stadsparken. Här skall även restaurangverksamhet bedrivas med menyer baserade på närproducerat. För att markera starten på denna verksamhet, skall det hållas en "oktoberfest" i samband med Stadsparkens 100 års jubileum. I planerna finns att det skulle anordnas en s.k. skånsk matgata. Peter Karlén har visat intresse för att Flyinge Utveckling "håller i detta". Datum för evenemanget är vid detta projekts början inte slutgiltigt bestämt men planeras till antingen den 16-17 september eller 23-24 september 2011.

Peter Karlén har uppslag kring hur det fördjupade matmötet skulle kunna utvecklas till att innefatta föreläsningar/utställningar och matdueller mellan kokkar, baserat på lokalodlade råvaror, allt för att bidra till en helhetsupplevelse i samband med "oktoberfesten" och Lundalandsmarknaden. Bokbord enbart inriktat på matlitteratur "kokböcker receptböcker etc., kommer också att finnas tillgängligt för byte/försäljning/köp. Besökarna/konsumenterna erbjuds också att kunna köpa matupplevelser, d.v.s. lagad mat på råvaror som säljs vid de befintliga torgstånden. Detta kommer att serveras i oktoberfestivaltältet, som står oanvänt under dagtid då marknaden äger rum. Utställarna får såväl extra intäkter som en marknadsföringkanal för odlade/närproducerade råvaror. Sistnämnda verksamhet planeras genomföras med hjälp av Sven Larsson från Tegnér's Matsalar, som i övrigt skall förestå maten under själva "oktoberfesten".

Observatorielunden i stadsparkens nordöstra del är påtänkt som marknadsplats, då oktoberfesten är planlagd att äga rum i husen här.



Detta ger fördelar ur marknadsföringssynpunkt, vilket gynnar arbetet med att få igång Lundalandsmarknaden.

Skulle ”oktoberfesten” av olika anledningar inte bli av, måste vårt projekt ha alternativa placeringar av en Lundalandsmarknad i beredskap.

Per Bergkvist driver det nationella projektet ”100 nya matföretag” med finansiering från Jordbruksverket. Detta projekt har visat stort intresse för att medverka till en kunskapsbaserad Lundalandsmarknad, med placering i Lund.

## 17. Faktorer och trender i omvärlden som kan ha samband med projektet, på längre sikt.

- Svenskars och invandrares intresse av mat och odling ökar.
- Många invandrare kommer från odlingsbygder i hemlandet.
- En viktig mötesplats för att öka förståelsen mellan människor från olika kulturer.
- Ta kål på myter.
- Kultur betyder ju i grunden odla.

”Precis som att alla **invandrare odlar** potatis under parkettgolvet”

Många svenskar reser idag till fjärran länder, men framtiden kanske innebär fler som turistar hemma och fler andra européer, som väljer att turista i Sverige? Intresset för andra länders matkultur är stort i Sverige.

”Fredrik Önnervalls matresa i Kina visas just nu på TV”

Mycket pekar på vikten av investeringar i basnäringar, som säkert och under många år ger möjligheter till arbete och sysselsättning i landet.

Miljö och klimatfrågorna blir allt viktigare. Transportkostnaderna skjuter i höjden, vilket gynnar närproducerat. Vi behöver minska importen av livsmedel från andra länder, inte minst från dem som ligger långt bort. Frukt och grönt blir allt viktigare. Lund ingår bland klimatkommunerna.

Hållbar odling. NPK-gödning är en metod som hotas av sinande tillgångar på fosfor. Minskat läckage till vattendrag och havsbottnar är också önskvärt.

Kopplingen mellan hälsa och hälsosamma råvaror/tillagningsmetoder blir allt tydligare.

Vi behöver lära av andra länders matkulturer. Här har Sverige en god ställning, med medborgare från många olika länder. Utrikesfödda och deras betydelse måste lyftas fram.

I Skåne finns en närhet till stora befolkningscentra med goda kommunikationer. Intresse från många olika länder att besöka Skåne ökar.

Allt fler söker efter bra och nyttig sysselsättning efter pensioneringen. Vikten av integration i det mångkulturella Sverige, där också särarten lyfts fram. Odling representerar då en arena som alla kan vara med på. Ett varmare klimat ger bättre förutsättningar för odling av mera sydligt förekommande växter, inte minst i Skåne. Vi ser numera allt fler vinstocksodlingar växa fram.

Arbetslösheten bland utrikesfödda och ungdomar är högre. Att erbjuda utbildning och nätverk, är ett sätt att stimulera dessa grupper.

Skåne har en stor livsmedelsindustri och här finns Skånska livsmedelsakademien. Entreprenörskap inom livsmedelsområdet är därför av stor betydelse.

Skånska Livsmedelsakademien är ett viktigt nätverk i Skåne för att hjälpa till och marknadsföra svensk mat.

I Sverige finns ett stort intresse för omställning till en mera CO<sub>2</sub>-neutral livsmedelsproduktion. Det finns en omställningsgrupp knuten till Lund. Stadsodling är av intresse i Lund, som också har flera koloniområden.

Intresset för närproducerade livsmedel ökar, likaså intresset för ekologiskt odlade råvaror, och allt fler personer är intresserade av att medverka till ett mer hållbart .

Efterfrågan på mat växer i takt med att världens befolkning ökar. Samtidigt ökar välståndet i många utvecklingsländer, som exempelvis i Kina, vilket resulterar i högre matkonsumtion. Detta pekar på att odling av en mångfald av närproducerade råvaror måste tillföras också i svenska kök, för att vi skall kunna bli Europas matland.

Det är viktigt att ytterligare synliggöra andra länders matkulturer i Sverige, vilket berikar matlandet Sverige. Genom mindre modifieringar av sådana matkulturer, kan de passa in och bli en del av svenska matlandet. Detta visades bland annat av Maria Masoomi på Jordbruksverkets konferens i Jönköping 9/2-11.

Lansering av Sverige - det nya matlandet - innebär att lyfta fram det vi är bra på, men detta måste göras i takt med när vi har tillräckligt med intressanta ställen att visa upp. Unika restauranger finns, men ännu inte i tillräcklig omfattning.

Vägre restauranger och andra enklare dagens-rätt-restauranger behöver anpassas, så att upplevelsen inte går förlorad.

Ann-Marie Hovstadius Visit Sweden håller i kommunikationsplattformen, som ännu inte är lanserad av bland annat dessa skäl.

Priserna hos lantbrukaren, vad matprodukter beträffar, har i reella tal stadigt sjunkit sedan 1970-talet. Stordrift har blivit ett sätt att klara den sjunkande lönsamheten, men vi ser nu att även denna strategi verkar ha nått vägs ände. Detta hotar att ytterligare sänka självförsörjningsgraden i Sverige.

Föredrag på Jordbruksverkets konferens Kreativ landsbygd 2011

Paketerade matupplevelser har stadigt ökat i värde de senaste åren. Kombinationer som exempelvis vandring+mat, närodlat + mat, cykel+mat, pilgrimsvandring + mat, underhållning+mat, lärande+mat, matlagning+mat, naturupplevelser+mat, kultur+mat, mångkulturellt+mat, fest+mat och konst+mat kan ge ett betydligt bättre täckningsbidrag.

Föredrag på Jordbruksverkets konferens Kreativ landsbygd 2011. En grisbonde tänkte ställa om till odling, där man får hyra en viss odlingslott och så har man gemensamma lokaler för försäljning.

Det mångkulturella inslaget i Sverige innebär goda möjligheter att paketera matupplevelser som också påverkar människors syn på varandras kultur. Låt detta komma fram genom att erbjuda sådana mötesplatser! Detta projekt är ett sådant exempel. Föredrag på Jordbruksverkets konferens Kreativ landsbygd 2011.

Svenska kockar lyckas väl i sammanhang, där man tävlar inom konsten att laga mat. Detta har stor betydelse för att öka intresset för matupplevelser i Sverige.

Vi i västerlandet äter för upplevelsen, där det sociala sammanhanget är mycket viktigare än smaken. Det är historien om själva upplevelsen som vi berättar för andra, som är poängen. Då är smak ganska svårt att göra en historia av.

Upplevelsen innefattar:

- Miljön där maten serveras.
- Hur maten presenteras.
- Vem som är kock.
- Hur det sociala utbytet med övriga gäster fungerade.
- Upplevelser före måltiden.
- Tallriken – en ögonfröjd i form av estetisk upplevelse.
- Vinet

Richard Fällström Grythyttan Akademi och Örebro Universitet, SLU Alnarp Tillväxt Trädgård 2011.

Kvinnor 65+ är de som ökar mest som restaurangbesökare. Kvinnor handlar och lagar den mat som barnen och mannen vill ha. Ju fler smakord vi kan tillföra språket, desto mer försäljning. SLU Alnarp Tillväxt Trädgård 2011

Färrer butiker, hushållen minskar i storlek, tekniska prylar i köket ökar, lyxigare köksinredningar, fler matprogram på TV, mindre tid på matlagning, befolkningen åldras, allergierna ökar, upplevelser efterfrågas. SLU Alnarp Tillväxt Trädgård 2011

Frukt och grönt omsätter årligen 21 miljarder kronor i Sverige inom butiksledet. Svenskodlat stod för 26% år 2007. Tjugotusen personer sysselsatta inom området. Andelen svenskodlat minskar. SLU Alnarps forskningsprogram Tillväxt Trädgård är viktigt för att påverka utvecklingen mot mera inhemsk storskalig odling.

SLU Alnarp Tillväxt Trädgård 2011

Barnens bästa bord – ett projekt som vi varit i kontakt med. Projektledaren Susanne Thorén vill söka licensiera restauranger som erbjuder bra mat på barnens meny.

Krav på kassaapparat, som lämnar kvitto vid torgförsäljning!

*”Lagen skärps för torghandeln  
2011-12-23 09:13*

*Lagen för torghandeln kan komma att skärpas nästa år. Skatteverket föreslår inom kort att kassaregisterlagen även ska omfatta torg- och marknadshandeln.*

*Nästa år kan torg- och marknadshandlarna tvingas att använda kassaapparater och lämna ut kvitton, uppger Rapport.*

*– Från Skatteverkets sida kommer vi att lämna in ett förslag om lagändring i början av nästa år, säger Conny Svensson, nationell samordnare på Skatteverket, till Rapport.”*

Källa dagens Handel

<http://www.dagenshandel.se/dh/dagensh.nsf/0/BFBB0FBB584A39BC125796F002D5CCE?open>

Detta kommer att skapa oro på marknaden för all slags torghandel/julmarknader under någon tid. Mindre aktörer kommer troligen att lägga av. Det ställer direkta krav på att elektricitet kan dras fram till samtliga stånd.

Vad förslaget från Skattemyndigheten slutligen kommer att omfatta är i dagens läge svårt att svara på. Vi får se hur detta utvecklas under 2012-2013.

## 18. Målgrupps-/intressentanalys

### Målgruppen

Företag, i första hand inom Lundaland, som erbjuder matprodukter till försäljning. Ideella föreningar, institutioner och andra organisationer som verkar inom mat, omställning, odlingsrådgivning, forskning, matlagning, bokutgivning m.m. Vi har haft kontakter med 39 stycken utställare innefattande personliga besök i de flesta fall. Ytterligare 12 stycken utställare kunde ha besökts och 16 stycken utställare, i huvudsak utanför området Lundaland, har deltagit på Skandinaviens största Julmarknad Huseby Bruk.

### Intressentgruppen

Länsstyrelsen i Skåne län (huvudfinansiär)

Jordbruksverket (Matlandet Sverige)

Region Skåne

Lunds Universitet med Lunds Tekniska Högskola

SLU Alnarp

Skånska Livsmedelsakademien

Lunds Integrationsfrämjande Samarbetsorganisation (LIFS)

Leader Lundaland

Lunds kommun

Svenska kyrkan

Ideon Agro Food

Holma Esbjörn Wandt

Sustainable Business Hub

Peter Karlén som arbetade med att få igång Observatorielundens

ölbryggeri. Inspiratör till att projektet kom igång

Per Bergström drev ett projekt under Jordbruksverket, för att stötta

mathantverkare. Företag i Malmö

Kontakter med tjänstemän inom Lunds kommun och Helsingborgs kommun, totalt 31 timmar.



## 19. Hur kan projektidén utveckla landsbygden i Lundaland?

Om Lundalandsmarknaden kan etableras, stimuleras entreprenörskapet i Lundaland inom matproduktion och möjligheterna för matproducenter att testa av marknaden.

Det är klimatsmart att erbjuda produkterna i Lund i stället för att konsumenterna skall åka runt bland ett antal gårdsbutiker och handla.

Lundaland får fler entreprenörer.

## 20. Riskanalys/riskhantering

Som påpekats i ansökan finns risk att själva marknaden inte kan komma att genomföras som tänkt på grund av att vi inte når målet med 20 utställare på Lundalandsmarknaden. Om detta inträffar skall kontakt tas med Lundalands verksamhetsledare och Lunds kommun enligt avtal med dem. Ett sådant möte ägde rum med verksamhetsledaren den 30 augusti 2011 då projektägaren meddelade att endast två utställare av 40 har ställt sig positiva till Lundalandsmarknaden och ytterligare 8 kanske, kan tänka sig att medverka vid annat tillfälle och annan plats.

Även Lunds kommun meddelades vid samma tidpunkt och enligt bifogat avtal skall då parterna skiljas utan att några kostnader drabbar projektet. Se avtalet nedan.

## 21. Genomförande av aktiviteter

A1. Kartläggning av matproducenter i Lundaland samt inhämta intresse, för att medverka i projektet och tillsammans forma Lundalandsmarknaden.

Kartläggningen har pågått från 15 juni till och med den 30 augusti, då vi kunde konstatera att endast 10% var intresserade av att delta eller 4 av 40 kontaktade tänkbara utställare. Om vi hade nått vårt mål att 30% skulle vara intresserade, hade vi fortsatt några veckor till och troligen nått målet 20 utställare.

*A2. Lokalisera den lämpligaste platsen för Lundalandsmarknaden inom Lunds stad.*

Vi ansåg att Stadsparken med Observatorielunden var den perfekta platsen, med tanke på att Peter Karlén skulle ha sitt arrangemang här (se under 16).

Nu visade det sig i slutet av april att aktiviteterna inte kunde genomföras. Vi valde då att gå vidare på egen hand, även om vi insåg att den draghjälp vi skulle fått, hade försvunnit. Vi flyttade också Lundalandsmarknaden till helgen 30/9-2/10 2011 för att få mera tid till genomförandet.

Vi förde omfattande diskussioner med Lunds kommun och dem som höll i firandet av Stadsparken 100 år. Vi fick polisens tillstånd att hålla marknaden på en bra plats i Observatorieparken. Vi hade kontakter med miljö och hälsoskyddet inom kommunen. För försäljning av livsmedel på allmän försäljningsplats gäller i tillämpliga delar vad som stadgas i gällande livsmedelslagstiftning och med stöd av meddelade föreskrifter i denna lagstiftning. För försäljning av vissa livsmedel krävs tillstånd av miljönämnden. Vi kollade upp allt detta. Förändringar genom att Peter Karlén hoppade av, samt tillstånd av olika slag via Lunds kommun, påverkade våra möjligheter att komma igång med kartläggningen, vilken borde ha kommit gång tidigare.

Att finna en alternativ plats såg vi ingen anledning till och vi skulle inte heller ha en chans att skaffa nya tillstånd. Att åstadkomma kontakter med berörda tjänstemän på Lunds kommun var inte svårt, men drog ut mera på tiden än vi beräknat.

Vår ansökan byggde också på att den avgift som utställarna skulle betala för sin plats skulle faktureras av Lunds kommun, eftersom vi menade att det var deras mark, som berördes. Därtill skulle kommunen få kostnader för sopor och el. Detta lyckades vi dock inte att få kommunen att godta, vilket medförde att vi fick ta på oss denna uppgift.

Vi förstod också att det var olika delar av kommunen som berördes, dels de som hanterade själva 100 årsfirandet, dels personer som hanterar marken i parken och olika tillstånd. Vi underskattade tidsåtgången för Lunds kommun att hantera dessa frågor.

*A3. Kartläggning av intresset för att införa/introducera "Lundalandsmärkt" som garanti för närproducerat inom Lundaland.*

Denna fråga väcktes aldrig eftersom man överlag tackade nej till medverkan i Lundalandsmarknaden.

*A4. Kontakter med ideella föreningar, andra försök med lokala matmarknader, lokala intressenter som vill medverka, följeforskare/examensarbetare som önskar medverka.*

Vi kontaktade främst Per Bergkvist 100-nya matföretag, som driver ett nationellt projekt med finansiering av Jordbruksverket, för att få igång flera matproducenter i Sverige. Per verkar från sitt kontor i Malmö. Kontakter med honom etablerades vid Jordbruksverkets nationella konferens i Jönköping, som gav flera viktiga impulser och kontakter.

Vi hade också kontakt med Ideon Agro Food och Naturbetesföreningen i Lundaland.

Skånska Livsmedelsakademien är en ytterligare kontakt som vi haft, samt SLU Alnarp Tillväxt Trädgård.

Under hösten 2011 har vi även haft förbindelse med Domkyrkoförsamlingen och Lunds Stift i syfte att undersöka möjligheten att förlägga Lundalandsmarknaden till platsen framför Lunds domkyrka. Tanken har inte avvisats, utan mottagits med visst intresse, men har heller inte lett till några konkreta planer inom projektiden.

*A5. Planering av marknadsföringsinsatser för Lundalandsmarknaden. Genom de ideella föreningarna planerar vi också marknadsföra evenemanget.*

Marknadsföringen planerades ihop med Lunds kommun, men fick avbrytas under augusti då vi började inse att marknaden inte skulle bli av.

*A6. Genomförande tillsammans med annan aktör. Se ovan under 16.*

Detta samarbete blev inte av eftersom Peter Karlén hoppade av sitt projekt. Vi hade dock omfattande kontakter och planering innan hans avhopp, vilka vi hade god nytta av. Vi hade kommit så långt i planeringen att vi förstod att det inte skulle gå att välja en ny plats. Detta hade bara dragit ut på tiden ytterligare.

*A7. Utvärdering av resultatet*

Vi nådde målen då det gäller kartläggningen av tänkbara utställare. Över 40 utställare kontaktades och svaren redovisas i bilaga.

Man kan dock konstatera att Lundaland har relativt få företag som producerar matprodukter av karaktären egentillverkad slutprodukt, som säljs direkt till slutkonsument på egen gårdsbutik och/eller marknader. Detta pekar på behovet att etablera Lundalandsmarknaden som en mötesplats för försäljning, men också inspiration för entreprenörer att starta odlingsföretag som kan komma med på en sådan marknad.

Vi räknade med att nå antalet ideella timmar via utställarnas medverkan på marknadsdagarna med gott mått. Minst tjugo utställare x 25 timmar per utställare skulle ha givit oss 500 timmar. Många timmar lades nu ned på offentliga kontakter i Lunds kommun, vilka vi dock inte kan tillgodoräkna oss. Vad gäller antalet ideella timmar nådde vi inte målet, eftersom vi tvingades ställa in arrangemanget.

Vad gäller indikatorerna, skapades ett nytt nätverk med Peter Karlen och Per Bergkvist, samt ytterligare ett med möjliga utställare. Båda dessa nätverk har dock delvis gott förlorade genom att Christer Helgstrand, som arbetade med detta, måste sluta sin anställning tidigare är beräknat och att marknaden inte genomfördes som planerat.

Ett nytt nätverk med Mats Persson domkyrkoförsamlingen och Bo Larsson Lunds Stift, Kristian Lillö m.fl. har bildats av undertecknad. Detta skulle kunna leda vidare under förutsättning att projektet hade mera tid.

Ett nätverk med personer från SLU Alnarp Håkan Sandin, Helena Karlén m.fl har byggts upp. Detta skulle också kunnat komma till användning.

Ett nätverk med Susanne Thoren Barnes bästa bord, där flera personer ingår, har också etablerats.

Ett lyckat exempel på en lokal matmarknad har etablerats av Kronobergs län med MAT 2011 i Växjö, som kommer att följas upp av MAT 2012, med en budget på över 2MSEK.

Lunds domkyrka har uppemot 500 000 årliga besökare. Platsen är lätt att hitta till. En matmarknad med en placering här skulle få en egen identitet och en egen plats. Placeringen i Stadsparken var knuten till de idéer som Peter Karlén framförde, men som sedan föll. Om man vill göra ett omtag, bör platsen mellan domkyrkan och nya domkyrkoforum kunna vara ett intressant alternativ att utvärdera.

## 22. Analys av projektresultatet

Fas 1. Vi tappade draghjälp från Peter Karléns försök att etablera en ”oktoberfest” i Stadsparken.

Fas 2. Kontakterna med myndigheterna kring arrangemanget drog ut på tiden, vilket gjorde att vi inte vågade gå ut och kontakta utställare förrän vi stod på säker mark.

Fas 3. Semesterperioden kom mitt i arbetet med utställarna.

Fas 4. Antalet tänkbara utställare inom Lundaland uppgår till omkring 40-50 stycken. Antalet som var positiva slutade på 5%. Ytterligare 10% kan nog tänka sig komma med vid gynnsammare förutsättningar.

Många producenter med intressanta produkter är svåra att dra från den gårdsbutik de har, på grund av att de inte har extra personal som kan delta på en marknad.

Fas 5. Beslut att inte genomföra marknaden måste tas.

Fas 6. Försök att finna en bättre och mer central plats i Lund.

Fas 7. Vi har studerat hur många lokala producenter som kan finnas om vi går utanför Lundaland och till hela Skåne.

Direkt intresserade är 5% och ytterligare 20% eller 8 stycken svarade att man kanske skulle kunna tänka sig att medverka. Antag att något mer än hälften av dessa kommer, så är vi uppe i totalt 20%, således 20% av 150 = 30 stycken.

Finns det så många?

I hela Skåne kan det finnas uppemot 400 stycken lokalproducenter. Men denna siffra är inte helt lätt att belägga, eftersom inte alla gårdsbutiker finns med på Internet.

### Konkurrerande marknader

Bondens egen marknad finns på Drottningstorget i Malmö.

Det är dock det enda stället i Skåne som erbjuder detta.

<http://www.bondensegen.com>

De gör nog en riktig bedömning att Malmö har ett bättre läge och ett större antal kunder. Datumet vi föreslog visade sig dessutom krocka med Bondens i Malmö, som kom upp med sitt datum när vi redan hade bestämt vårt.

Vad kan man göra för att förbättra intresset.

De som tackar nej gör det för att de

- inte har produkter som lätt kan säljas på en utomhusmarknad,
- har brist på personal som kan hjälpa till,
- har svårt att veta långt i förväg hur det blir när marknaden skall hållas,
- känner osäkerhet om vad det kan ge i försäljning,
- inte vet om de har produkter vid tidpunkten för marknaden,
- istället väljer att medverka på en etablerad marknad, såsom Bondens egen i Malmö,
- inte har ett eget stånd att ställa upp,
- tycker att det är jobbigt att stå på en marknad en hel dag när vanan saknas,
- inte har alla tillstånd som krävs. De skulle gärna vilja vara med, men känner inte till vilka regler som gäller (ex. kassaapparat).



Det krävs även vissa tillstånd om man vill sälja tillagad mat på plats,

- känner osäkerhet kring arrangemanget och de ansvariga bakom,
- hellre väntar och ser om det blir en succé med Lundalandsmarknaden,
- väljer en ICA-affär som nu börjar ta in närproducerat (ex ICA Andersson i Södra Sandby),
- Smaka på Skåne lanserar nu närproducerat i befintliga butiker.
- ICA Tornet i Lund söker få in lokala matproducenter.

Vad tror vi att producenterna skulle vinna på att medverka på en Lundalandsmarknad?

- komma ut och synas,
- lära sig vilka regler som gäller,
- träffa andra utställare,
- få impulser till nya produkter,
- få flera som kommer till den egna gårdsbutiken. Bland annat Glorias Äppelgård bekräftar denna effekt genom försäljning via ICA Tornet i Lund,
- bli starkare tillsammans.

### Konkurrerande verksamheter

Nyligen har flera konkurrerande verksamheter etablerats i Lund med omnejd. Se nedan

Grand Deli ligger mitt i Lund och säljer produkter, som är närproducerade delikatesser.

ICA-Tornet, som tar in produkter.

Bondens egen marknad, som finns i Malmö. Enda stad i Skåne.

Smaka på Skåne, som lanseras i ICA – butiker bland annat ICA-Andersson i Södra Sandby.

## 23. Skattemyndighetens syn på torg- och marknadshandel

Torg- och marknadshandel är handel som sker på *gator och torg marknader och loppmarknader mässor, idrottsgalor och festivaler eller tillfälligt utnyttjade lokaler eller liknande.*

Försäljningen kan delas in i tre olika grupper, beroende på vad du säljer och i vilken omfattning du säljer. Den kan anses vara *näringsverksamhet eller hobbyverksamhet, alternativt försäljning av privat lösöre*

Du redovisar din försäljning i deklarationen på olika sätt, beroende på i vilken grupp din försäljning platsar.

Några punkter att komma ihåg för dig som upplåter plats till försäljning

Som uthyrare ska du anteckna följande uppgifter på den som hyr plats:  
*namn eller firma och person- eller organisationsnummer och adress och telefonnummer.  
Dessutom ska tid och plats antecknas. Anteckningarna ska sparas i sju år.*

## Skatteregler vid försäljning

En verksamhet ska beskattas i något av inkomstlagen kapital, näringsverksamhet eller tjänst. Det är viktigt att beskattning sker i rätt inkomstslag, eftersom detta har betydelse bl.a. för behandlingen av underskott och påförande av socialavgifter. När man bedömer vilket inkomstslag verksamheten hör till, tittar man främst på tre kriterier: *självständigheten, varaktigheten och vinstsyftet.*

Om alla tre kriterierna är uppfyllda, d.v.s verksamheten drivs självständigt, varaktigt och med vinstsyfte, ska den beskattas i inkomstlaget näringsverksamhet. Enstaka försäljningar av t.ex. en köpt tavla, en fotografisamling en frimärkssamling eller liknande ska beskattas i inkomstlaget kapital. Om verksamheten inte ska beskattas i något av inkomstlagen näringsverksamhet eller kapital, hör den till tjänst.

Undantag: Inkomst av försäljning av bär, svampar och kottar som den skattskyldige själv plockat under ett inkomstår är skattefri om den inte överstiger 12 500 kronor (beloppsgränsen gäller fr.o.m. inkomstår 2007.)

Näringsverksamhet. Om din försäljning betraktas som näringsverksamhet måste du registrera verksamheten hos Skatteverket. Du ska då fylla i blanketten Skatte- och avgiftsanmälan (SKV 4620) eller registrera dig via e-tjänsten ”verksamt.se”. Skicka in din ansökan om registrering minst tre veckor innan du ska börja sälja.

## Hobbyverksamhet

Hobby är något du gör på din fritid utan egentligt vinstsyfte, t.ex. försäljning av hemslöjd som du tillverkat själv, trädgårdsodling, djuruppfödning, jakt, fiske eller kulturell verksamhet.

Redovisning av vinsten gör du på blankett T2 som du bifogar din inkomstdeklaration. Hobbyverksamhet är momsfri om omsättningen inte överstiger 30 000 kronor.

## Kommentarer kring arrangörens skyldigheter mot Skattemyndigheten

Arrangören har skyldighet att föra en skriftlig anteckning om namn, adress, organisationsnummer eller personnummer, telefon samt datum för aktiviteten. Detta gäller för samtliga utställare på arrangemanget. Därtill är man som arrangör skyldig att spara denna anteckning i sju år.

Syftet från myndighetens sida är så klart att kunna ta reda på om någon utställare deltar på många olika ställen utan att ta upp sin försäljning till beskattning.

Om en förening/företag som då och då står som arrangör av arrangemang där det finns utomstående, som marknadsför/säljer sin egna produkter/tjänster, är föreningen att betrakta som arrangör. Huruvida någon försäljning sker eller inte, är inte arrangörens sak att bedöma, endast att föra anteckningar och spara dem i sju år enligt ovan. Vid en skatterevision ser Skattemyndigheten lätt att ett arrangemang har ägt rum, särskilt om föreningen har tagit ut en utställaravgift. Arrangören har i dagsläget inget ansvar för om utställaren har F-skatt sedel eller bara har det som hobbyverksamhet.

## 23a. Politikens syn på Skattemyndighetens synpunkter

I samband med att två ledamöter från regeringens organ Skatteutskottet besökte Flyinge Utveckling i ett annat ärende den 31 januari 2012, frågade jag om det fanns någon samsyn från de styrande politiska partierna rörande Skattemyndighetens vilja att förändra och införa plikt att ha kassaapparat även vid torgförsäljning.

Man menade att detta skulle bli svårt att få igenom för verksamheter som har ringa omfattning. Omsättning kring en miljon nämndes. Svaret var naturligtvis av icke officiell natur, men tyder på att man från regeringens sida tycker att Skattemyndighetens nitiska vilja här kanske går lite väl långt.

## 24. Kontaktade utställare med flera

Intresseklass 0= ointresserad 1= vet inte 2= möjligt 3= JA

### 1. Grand Deli

Klostergatan 11, Lund. Telefon: 046-280 64 00. info@granddeli.se  
ÖPPETTIDER: MÅN-FRE 11-19 LÖRDAG 11-16 www.granddeli.se  
Martina Schwerin  
Arbetar med catering och butik. Närproducerat och delikatesser från hela Skåne  
Kontaktad 2011-07-11  
Intresseklass 2

### 2. Höjebromölla bärodling

046 780 02 12 <http://www.hojebromolla.se>  
Höjebromölla 1a,  
245 93 Staffanstorp  
Mårten Persson  
Butik och självplock för alla typer av bär  
Självplock av hallon Onsdag, Lördag och Söndag 12 - 15:30.  
Kontaktad 2011-08-09  
Ingår i Svensk Lantmat  
[www.lantmatsyd.se](http://www.lantmatsyd.se)  
info@hojebromolla.se

Intresseklass = 2 beror av när på säsongen, på senhösten har jag inga produkter.

### 3. Glorias Äppelodling

Gloria Nordlund  
[www.gloriasappelgard.se](http://www.gloriasappelgard.se)  
info@gloriasappelgard.se  
046 133211 0705 1332 11  
Ladugårdsmarken 551  
225 91 Lund  
Egen äppelodling förädling. Försäljning till återförsäljare  
Ingår i Svensk Lantmat, Bondens egen Marknad Malmö  
Intresseklass=3 under förutsättning att jag kan få personal att arbeta för mej under marknaden

### 4. Lunnarpshill Gårdsbutik AB

046 20 90 24  
Gunvor och Jan Wallgren  
Lunnarpshill 321  
247 94 Dalby  
<http://www.lunnarpshill.se/>  
lunnarpshill@telia.com  
Tuppar färsk eller rökta



Gårdsbutik. Har gårdsförsäljning på helgerna. Välj bland butikens lockande utbud av oljor, marmelad, nymalet kaffe, te, friskvårds- och presentartiklar, och vår specialite färska och rökta tappar.

Ingår i Svensk Lantmat

Kontaktad 2011-08-09

Intresseklass=1

### 5. Ebbatorps Fågel

<http://www.ebbatorpsfagel-gardsbutik.se/>

0413-34161

Södra Munkarp 432, Eslöv

Väg 17 mellan Kungshult och Snogeröd. Följ vägskylt Gårdsbutik 3

[slise58@hotmail.com](mailto:slise58@hotmail.com)

Bengt och Christel Persson

Öppettider.

Lördag: 10-13.

Ingår i Svensk Lantmat

Kontaktad 2011-08-11

Intresseklass=0

### 6. Harlösa Lantchark

[www.lantchark.se](http://www.lantchark.se)

046 613 80

Förädlar/styckar grisprodukter och säljer vidare.

Kontaktad 2011-08-11

Intresseklass=0

### 7. Honungsgården

[www.honungsgarden.se](http://www.honungsgarden.se)

Martine Borglin

BREDGATAN 24 B 222 21 Lund

[info@honungsgarden.se](mailto:info@honungsgarden.se)

Ekologiskt godis och äpplehonung

Säljer främst på Internet och olika marknader

Kontaktad 2011-08-12

Intresseklass=0

### 8. Sillapågen i Lomma

[info@sillapagen.se](mailto:info@sillapagen.se)

0706-43 43 20

Sillinläggningar, stekt sill på bröd

Gårdsbutik, marknader men också till grossister, Företaget är till salu

Kontaktad 2011-08-13

Intresseklass=0

### 9. Chokolaterie Hovby No 9 i Lund

Stora Gråbrödersgatan 3 222 22 Lund

046-14 44 88

[www.hovbyno9.se](http://www.hovbyno9.se)

Handgjorda praliner som säljs i egen butik

Inte aktuellt i år att medverka

Intresseklass= 2

Kontaktad 2011-08-13

### 10. Ljus grönt

0415-610 17

Pärup 7289

242 91 Hörby

[info@ljusgront.se](mailto:info@ljusgront.se)

Lars-Göran Tyrding

Tel: 0415-610 17 Mobil:0739-77 26 96 eller 0702-83 66 56

Bär- och grönsaksodling, sylt, saft, marmelad, chutney, ättiksinläggningar

Odlar och förädlar själva. Gårdsbutik samt medverkar på julmarknader

Medverkar på Bondens Marknad i Malmö

Kontaktad 2011-08-13

Intresseklass=0

**11. Flyinge Hembageri AB**

046 520 35

[www.flyingehembageri.se](http://www.flyingehembageri.se)

Roslösvägen 8, 247 47 Flyinge

Carina och Hasse Andersson

Bakverk, tårter, bröd som säljs i egen butik eller via grossister

Deltar på Flyinge Julmarknad

Intresseklass=3

Kontaktad 2011-08-15

**12. Hellestadsvamp**[hans.persson@hellestadsvamp.se](mailto:hans.persson@hellestadsvamp.se)

0707223818

Svamp, grönsaker, saftar och syltar samt inläggningar.

Gårdsbutik samt marknader

Intresseklass=2

Helst augusti

Kontaktad 2011-08-15

**13. Lundamelle (Lundachark AB)**

046 540 75 60

Nöbbelövs Mossaväg 1

226 60 Lund

Tillverkar Lundamelle, en lokal korv som säljs på rörliga försäljningsenheter + försäljning till andra korvlådor. Även egen butik

Intresseklass=2

**14. Dagstorps frukodling**

046 771 580

[www.dagstorpsfrukt.se](http://www.dagstorpsfrukt.se)

Särslöv 8

244 95 Dösjöbro

Äpplen päron, plommon, totalt ett 30-tal sorter ekologiskt odlade frukter  
Gårdsbutik samt marknader  
Ingår i Bondens egen Marknad

Intresseklass= 3 om det inte hade krockat med Bondens marknad i  
Malmö  
Kontaktad 20110816

**15. Tirups Örtagård**

040 44 52 53

Butik mån-fre 10-18

lör-sön 10-17 Cafétet alla dagar 11-17

040-445253

[info@tirupsortagard.se](mailto:info@tirupsortagard.se)

Kontaktad 2011-08-16

Gårdsbutik för växter med liten restaurang.

Intresseklass=2 dock för kort framförhållning denna gång.

**16. Sövde musteri**

0416-160 01 Mobil 0703-56 55 32

Benny Håkansson

Sövde Musteri

275 96 Sövde

[www.sovdemusteri.se](http://www.sovdemusteri.se)<http://www.matochsmak.se/Producenter/tabid/1107/List/1/CategoryID/1/Level/a/Default.aspx>

Mustar äpplen, must, glögg, druvjuice, cider, svensk honung, kryddor,  
sylv

Gårdsbutik, Internet, Julmarknaden (dock den enda som man medverkar  
på)

Kontaktad 2011-08-16

Intresseklass=0 då har vi högsäsong kan inte medverka

**17. Eko-skafferiet**

Åsa Anderberg

046 707058

Västervångsvägen 13

237 41 Bjärred

E-post: eko-skafferiet@sundmat.nu

Telefon: 046707058

<http://handlaekologiskt.nu>

kryddor, potatis, rotfrukter, äpplen, päron, ägg, kött

Gårdsbutik, Internet

Intresseklass=0 butiken är navet i försäljningen

Kontaktad 2011-08-18

### **18. Kött o Viltboden**

046 71 21 70

Delikatessprodukter och vilt

Säljer vidare till grossister

**Kött & Viltboden P-L HB**

Varuvägen 2

246 42 Löddeköpinge

[Klicka här för karta till Kött & Viltboden!](#)

**Tel:** 046-71 21 70

**Fax:** 046-71 21 70

### **Öppettider Kött & Viltboden**

Tisdag- Fredag 10,00- 18,00

Lördag 10,00-14,00

Intresseklass=2 Bäst i augusti

Kontaktad 2011-08-19

### **19. Skånestyckarna HB**

**Skånestyckarna HB**

Terminalv. 5

246 42 Löddeköpinge

[Klicka här för karta till Skånestyckarna HB!](#)

**Telefon:** 046-71 32 78

**Fax:** 046-71 32 77

**E-post:**

[info@skanestyckarna.se](mailto:info@skanestyckarna.se)

[goran@skanestyckarna.se](mailto:goran@skanestyckarna.se)

[karin@skanestyckarna.se](mailto:karin@skanestyckarna.se)

Nära samarbete med Kött och Viltboden

Intresseklass=2

Kontaktad 2011-08-19

### **20. Flädie Mat och Vingård**

046-320 339

Gårdsbutik, Internet

Flädie Mejeriväg 19

237 91 Bjärred

tel 046-320 338

[info@fladiematvingard.com](mailto:info@fladiematvingard.com)

[www.fladiematvingard.com](http://www.fladiematvingard.com)

Intresseklass=0 inte vår försäljningskanal precis

### **21. Mossagården**

046 855 44

Frukt, grönsaker potatis mm distribuerar ekologiska lådor till kunderna.

Mossagårdsfestivalen

Packar och återförsäljer andras produkter

[Mossagården Eko AB](#)

Mossagården

240 14 Veberöd

Kontoret är bemannat måndag - fredag kl. 08-17 med lunch kl. 12-13.

Det går alltid bra att ta kontakt via telefon eller mail. Välkomna!

Växel: 046-855 44  
Kontor: 046-859 70  
fax: 046-855 85  
info@mossagarden.se  
kundtjanst@mossagarden.se  
Intresseklass = osäkert då vi inte träffade Ebba Marie Olsson själv.  
Besök 2011-08-20

## 22. Klinta Kryddor o grönt

[www.klinta.org](http://www.klinta.org)

Snogeröd 660  
24395

Höör

info@klinta.org

0413-331 39

0705 33 83 44

Egen odling av frukt och grönt. Man har även ett café inne i växthuset.  
Har mycket besökare och tämligen stor verksamhet

Intresseklass=1 arrangemanget är helt okänt. Tveksamt

## 23. Fiskboden i Lomma HB

[www.fiskboden.info](http://www.fiskboden.info)

färsk fisk och skaldjur

Säljer via egen butik och restaurang

Intresseklass=0 Vi har inga resurser för att stå ute på en marknad

Kontaktad 2011-08-20

## 24. Kävlinge Pastej

[www.cnchark.se/](http://www.cnchark.se/)

Västra Långgatan 3

244 31 KÄVLINGE

Kontor: 046 - 730763

Mobil: 0768 - 557440

E-post

kontakt@cnchark.se

pastejer samt wienerkorv.

Egen gårdsbutik samt säljer vidare till grossister

Intesseklass=0 omfattande grossist försäljning

Kontaktad 2011-08-21

## 25. Stenugnsbakat

[www.stenugnsbakat.se](http://www.stenugnsbakat.se) ?

046 78 70 82

Stenugnsbakat med surdeg

Gårdsbutik samt marknader

Intresseklass=0 kanske med annat upplägg

Kontaktad 2011-08-20

## 26. Huvudstorp No 4

[www.huvudstorp.se](http://www.huvudstorp.se)

epost [gunilla@huvudstorp.se](mailto:gunilla@huvudstorp.se)

Huvudstorpsvägen 231

244 95 Dösjebro

Telefon: 046-73 03 57

Mobil: 070 58 30 357

Erbjuder kurser och studiebesök i hemmiljö.

Intresseklass=0 vet inte om det är rätt ställe att ställa ut på för oss.

Kontaktad den 2011-08-22

## 27. Dalby frukt o Grönt (Råbytorp)

046 14 09 53

Allt inom frukt o grönt är grossist

Intresseklass=0 får inte in detta i planeringen



**28. Långaröd**

0413-541 70

<http://langarod.ekogardar.se/>

Henrik o Håkan, Curt o Ann-Kristin Larsson

Långaröd

241 92 Eslöv

0413-541170 0413-541127

Henrik 070-31 411 70 Håkan 070- 225 15 21 Curt 070-23 87 613

rybsolja , ekologiskt mjöl, speltmjöl

All verksamhet pågår intill gården

Mjölken går till ekomejeri allt annat kan beställas över nätet eller mot postförskott.

Intresseklass=0

Kontaktad 2011-08-23

**29. Garagebageriet**

0708-305622

[garagebageriet@hammar.se](mailto:garagebageriet@hammar.se)

Stenugnsbakat surdegsbröd

Vi jobbar med SMS-utskick till de som bokar sig för bröd.

Intresseklass=0 dock kommer de att ställa ut på Flyinge Julmarknad i dec 2011

**30. Nordquists Spettkaksbageri**[www.spettkaka.se](http://www.spettkaka.se)

0413-555 606

Nordqvists Spettkaksbageri

Bosarpsvägen 2, 24136 Eslöv

Säljer via butik och postformulärsbeställning

Intresseklass=0 inte intressant med detta i oktober

**31. Södervångs plantodling**

040 48 09 00

plantodling för bär, jordgubbar och hallon

[www.sodervangsplantodling.se](http://www.sodervangsplantodling.se)

Ivar Persson

Säljer på besök och via Internet

Intresseklass=0 produkterna lämpar sig endast vår och sommar

Kontaktad 2011-08-25

**32. Niroma Choklad o Praliner**epost [info@niroma.se](mailto:info@niroma.se)[www.niroma.se](http://www.niroma.se)

Kim Lantz

chokladpraliner och desserter

Butik och café säljer chokladprovningar och till restauranger

Intresseklass=1 intressant men inte just nu

Kontaktad 2011-08-25

**33. Soldattorpets Mejeri**

Måns Tuvevsson

Soldattorpets Mejeri

Hyby Grindväg 310-40

230 41 Klågerup

Tel: 0708-414 623

E-post: [info@soldattorpetsmejeri.se](mailto:info@soldattorpetsmejeri.se)

Ost, blåmögelost, vitmögelostar

Intresseklass=1 utomhus i oktober skulle behöva större framförhållning och planering

Kontaktad 2011-08-26

**34. Grönt o Gott i Lund**

[www.grontogott.se](http://www.grontogott.se)

epost: [info@grontogott.se](mailto:info@grontogott.se)

Stora Gråbrödersgatan 3, 222 22 Lund E-post: [info@grontogott.se](mailto:info@grontogott.se)

sallader, stenugnsbakat, bröd som lunchpaket, med en mångfald av grönsakstillbehör

Säljer över egen butik och Internet

Intresseklass=1 vet inte om vi har rätt tillstånd, ett annat år kanske

### **35. Eriksgården**

046 141 18

Eriksgården

Hörns byaväg 272

275 92 Sjöbo

Telefon: 0416 - 141 18

[eriksgarden@sjobo.nu](mailto:eriksgarden@sjobo.nu)

[www.eriksgarden.nu](http://www.eriksgarden.nu)

saft och marmelader, bärplockning , restaurang

Intresseklass=1 är upptagna på annat håll just denna helg

Kontaktad 2011-08-26

### **36. Ingelsta kalkon i Lund**

Egenproducerat kalkonkött

Intresseklass=0 vi har ju butiksförsäljning i Lund

### **37. Nølgren o Olsson Kött AB**

0413-126 60

Transportvägen 18, 241 38 Eslöv

Köttlådor och vilt

Säljer via egen affär i Eslöv.

Intresseklass=0 har inte tid eller personal till detta

Kontaktad 2011-08-27

### **38. Bisysslan Egenhändigt i Karaby**

046 77 11 06

Carina Hagerblad

Honung ljus

Intresseklass =1

### **39. Solnäs Gårdsbutik**

046-24 70 89

Lisbeth Lövendahl

Solnäs Gård, Fjelie

237 91 BJÄRRED

Telefon: 046-24 70 89

Mobil: 0708-24 77 89

E-post: [eric.lovendahl@lm.lrf.se](mailto:eric.lovendahl@lm.lrf.se)

Gårdsbutik äpplen päron plommon

Intresseklass=0 butiksförsäljning under lör/sönd stängt

Kontaktad 2011-08-27

**Exempel på företag som kunde ha kontaktats under kartläggningen om vi hade valt att kontakta på ett större område än Lundaland.**

### **40. Annedals Gård**

Annedal, Stäviev. 90

235 91 Vellinge

[www.annedalsgard.se](http://www.annedalsgard.se)

Grönsaker, bär, potatis odlade med varsam hand, nyplockade från åkern.

Inläggningar efter egna recept såsom chutney, sylt, pickles osv.

Honung från Bidrottningen i Vellinge och Skälderhus Naturprodukter.

Ägg både från konventionell producent och KRAV-ansluten. Rapsolja och linfröolja samt hudvårdsprodukter, baserade på rapsolja, från Gunnarshögs Gård. Äppelmust, cider, äppelglögg och druvjuice från Sövde Musteri. Téer, naturgodis och en fantastiskt god ölkorv från Råröds Gård.

**41. Backabo Gård**

Backabo Gård Pl 2039 Boarp 28023 HÄSTVEDA  
Kyckling, anka, gås, kalkon, ägg, köttprodukter av lamm, nöt, gris, vilt, odlad fisk, honung. Mitt i den Göingska skogen ligger Backabo Gårdsbutik. Där saluförs egenproducerade varor som rökt och färsk storkyckling. Fryst finns alltid på lager.

**42. Backgården**

Backgården i Raus Backgården 5130 25362 Råå  
Vi har en naturlig uppfödning av köttdjur, grisar, och höns. Köttet säljs styckat enligt önskemål och uppmärkt i kartong. Ägg från utegående höns.

**43. Bassholma Struts**

Ekerödsvägen 313  
266 95 Munka Ljungby  
strutskött

**44. Bengtssons Ost**

Klostergatan 10  
222 22 Lund  
utvalda svenska ostar samt grundstenarna ifrån det europeiska sortimentet.

**45. Bjärhus Gårdsbutik**

Bjärhus Gårdsbutik  
Bjärhus 7738  
264 93 KLIPPAN  
här finns kvalitetskött från gris-, lamm- och nötkreatur. Att äta riktigt bra kött ska vara en smakupplevelse.

**46. Brunnby Boställe**

Norra Kustvägen 1009  
260 41 Nyhamnsläge  
Brunnby Boställe föder upp nötboskap, sköter värdefulla betesmarker, hyr ut betesdjur, samt säljer kött och lokalproducerade produkter i egen gårdsbutik.

**47. Bröderna Sibbessons bärodling**

Lillesjövägen 51  
29594 Näsrum  
Hallon och jordgubbar, lantchips mm i egen gårdsbutik

**48 Den gamles gård**

Den Gamles Gård  
Sniberup 9366  
242 97 Hörby  
frukt och bär som normalt säljs på torghandel

**49. Ekastigs gård**

Ekastiga Gårdsbutik Ekastiga 24393 Höör  
kött från lamm och gris

**50. Flädergården i Vinslöv**

Flädergården  
Flädergården 1407  
288 90 Vinslöv

stora odlingar av fläder, som omvandlas till ett 20-tal olika produkter

**51. Gunnarshögs Gård**

Gunnarshögs Gård  
276 56 Hammenhög  
rapsoolja, linfröolja

**52. Haga Produkter**

Sunnanåvägen 141  
232 91 Arlöv  
Gårdsbutik säljer; tomater, gurka, melon, ruccola, sallad, potatis, ägg.

Företag från Skåne som ställer ut på Skandinavians största julmarknad på Huseby Bruk i Småland den 5-13 november 2011 (ca 170 utställare). De blir då exempel på företag som har resurser nog att medverka på en stor mat/julmarknad.

**1. Östanå Fårgård**

Tovade ullprodukter från egen färbesättning  
0530-413 90

**2. Textila Ting Syd**

Förkläden, spishanddukar  
046 15 10 61

**3. Ramsåsa Halmslöjd**

Halmslöjd  
0417-420 30

**4. I.S Te och kryddor**

Te och kryddblandningar  
042-181112

**5. Kiviks Saft och Sylt**

Safter och sylter

044-100 700

**6. Maglarpsbullen**

Gräddbullar  
0410-48888

**7. Marzipanstugan**

Marsipangrisar  
0415-51600

**8. WH Baguette**

Baguetter på havets läckerheter  
040-401232

**9. Osthuset i Malmö och Lund**

Julens alla ostar  
070-5750773

**10. Gräddbullerian**

Handgjorda gräddbullar med olika smaker  
042-205454

**11. Kvalitet och Fynd**

Spettkaksskorpor  
042-330730

**12. Röstånga Bröd HB**

Långtidsjäst surdegsbröd  
0413-13323

**13. Tehuset Java**

Tesorter  
046-2111986

**14. RA Smidesdesign**

Smidesprodukter  
040-404546



15. Den lilla korvkiosken  
Grillad korv samt nyponsoppa  
044 310 402

16. Golden Wafel AB  
Spanska våfflor  
0418-32775

# Avtal Lundalandsmarknaden 2011

Parterna Flyinge Utveckling ( 846502-7657) ideell förening, nedan kallad Projektet och Lunds kommun har denna dag slutit följande avtal.

## §1 Bakgrund

Bakgrund till detta avtal finns i bilaga Lundalandsmarknaden

## §2 Marknadsplats

Lunds kommun tillhandahåller utrymme för Lundalandsmarknaden inom Lunds Stadspark, förslagsvis omkring Observatorielunden. Tillgängligt utrymme utställningsyta är minimum 120 löpmetrar utefter parkväg.

## §3. Tid

Lundalandsmarknaden äger rum under tre dagar tiden fredag 30 september – 2 okt 2011 med möjlighet att flytta in på ytan från den 29 september.

## §4. Ekonomi

Utställareavtal tecknas i huvudsak via Projektets arbetsinsats och utställareavgiften faktureras därefter av Projektet baserat på dessa avtal. Utställareavgiften beräknas efter 250 kr/löpmeter. Minimum tre löpmetrar per utställare.

## §5 Lundalandsmarknaden

Projektet åtar sig att kartlägga utställare som verkar inom Lundaland och Lund och som uppfyller syftet för att få deltaga. Projektet räknar med att hitta 20-40 betalande utställare. I mån av tid och möjlighet även föreläsningar/diskussion/debatter kring odling/mathållning/lokalproduktion kokboksbyttardag / kokboksutställning / kockdueller kring lokalproducerade råvaror + provsmakning. Projektet tar fram ett varumärke *Lundalandsmarknaden*, som kommer att användas i syfte att skapa en identitet. Projektet svarar för efterstädning.

## §6 Lunds kommun

Lunds kommun åtar sig att tillhandahålla containers för avfall, bistå med el, vatten, avlopp, toaletter. Lokaler för föreläsning/utställningar i Observatorielunden i en rimlig omfattning inkl AV-utrustning. Att utse samordnare för Lunds kommuns åtagande. Att medverka tillsammans med Projektet i en invigning av den första Lundalandsmarknaden.

## §7 Samverkan

Projektet skall söka de olika tillstånd som krävs. Tillsammans skall parterna hjälpa åt med marknadsföringsinsatser i egna kanaler.

## §8. Bryta avtalet

Projektet skall fortlöpande informera samordnaren om hur Lundalandsmarknaden fortskrider.

Om Lundalandsmarknaden inte samlar tillräckligt med utställare så kan parterna tillsammans besluta sig för att inte fullfölja planerna. Parterna skall då inte ställa några ekonomiska eller andra krav på varandra.

## §9 Uppföljning

Projektet skall under projekttiden 15/4-15/12 2011 genomföra en uppföljning av Lundalandsmarknaden, för att fånga upp utställarnas intresse att medverka framgent och i vilka former Lundalandsmarknaden skall kunna få en fortsättning under kommande år.

Parterna har tagit var sitt exemplar av detta avtal.

Lund den

Flyinge Utveckling

Lunds kommun

Gunnar Petersson  
Ordförande



## 24. Liknande marknader utanför Lundaland.

### Växjö Mat 2012

Växjö genomförde under 2011 en matmarknad med 56 utställare från Kronoberg och angränsande län. Man kommer att följa upp detta under september 2012 under namnet **Mat 2012**. I år räknas med 80 utställare, som kommer att samlas på Stortorget i ett 2400 kvm stort tält.

Förutom mathantverkare satsar man på final i kocktävling för unga ekokockar, samt ett intressant seminarieprogram.

Antal besökare förra året var cirka 30 000 personer och i år troligen något fler. Stor ekonomisk uppbackning från Växjö kommun, Länsstyrelsen med flera. Arrangemanget har en budget på omkring 2 MSEK.

Man bedömer att värdet av att etablera en matmarknad i Växjö är mycket stort och lockar inte bara privatpersoner, utan många professionella aktörer i Matlandet Sverige.

<http://www.mat2011.se/>

Att ta rollen som arrangör av en årligen återkommande matmarknad, som exemplet från Växjö visar, kan visa sig bli riktigt lönsamt på sikt. Om man lyckas behålla intresset under några år, kan marknaden etablera sig som den ledande i Sverige.

### Österlens Matmarknad i Tomelilla.

<http://www.osterlensmatmarknad.se/>

Här har man lyckats komma igång med sin matmarknad, som drivs av ett AB. Se deras hemsida.

### Internationell matmarknad

<http://www.engelholm.se/Nyhetslista/Internationell-matmarknad/>

Ängelholms kommun har tagit detta initiativ och samlade mat från 15 länder redan första året 2011.

### Bjärekulla Matmarknad

<http://www.valhallpark.se/sv/Gamla-nyheter/Bjarekulla-matmarknad/>

Bjärehalvöns matmarknad

### Skånedagarna

Ett återkommande årligt arrangemang med mycket mat.

Numera i Bosjökloster men tidigare på Frostavallen. Tydligt mitt i Skåne på landsbygden inom Leader MittSkåne.

Men också en mängd av föreningar.

Startade 1977 och drivs av Region Skåne. Man kunde ju tänka sig att arrangemanget flyttade runt inom Skånes olika delar. Så gör man dock inte. Kunde vi ha det inom Lundaland? Ja, Flyinge Kungsgård skulle nog klara det, även Borgeby.

### **Söderåsens Matmarknad**

Ett projekt som startade 2010 och drivs av Leader Skåne Nordost. Man kommer att fortsätta även 2012 och har nu kommit in i en fas där det börjar bära sig själv. Kanske en bra idé att driva detta projekt inom ramen för LAG under uppstartsfasen.

### **Bondens egen marknad i Malmö**

En väl etablerad marknad i hela Sverige där Malmö är den enda i Skåne. Se webbplatsen.

### **Halländsk Matmarknad**

Matmarknad vid Mickelmäss den 24-25 september

### **Matmarknad i Borås**

4 maj 2012 öppnas matmarknad för närproducerat i Borås