

Prioriterade områden till handlingsplan 2021/2022 för Mat- och Livsmedelsstrategin

Aktiviteter markerade i färgen **grön** avser satsningar som är särskilt prioriterade för handlingsplanens genomförande

Aktiviteter markerade i färgen **blå** avser förslag till strategiskt viktiga utvecklingsområden att arbeta med

Aktivitet	Ansvarig	I samverkan med	Hur/genomförande	När	Mål i strategin	Insatsområde i strategin
1. Gemensam kommunikationsstrategi	Torsta	Partnerskapets aktörer	Kommunikationsprojektet	Start 1/10-2020	3	1
2. Säkerställa långsiktigt arbete utifrån livsmedelsstrategin	Länsstyrelsen		Projekt genom Länsstyrelsen Förankring av livsmedelsstrategi		1 & 2	2
3. Säkerställa att livsmedelsstrategin mål inkluderas i det strategiska arbetet i regionen	Region JH		Inkludera Livsmedelsstrategin i alla strategiska samtal och remiss- samt revideringsprocesser		1	2
4. Forskning och universitetsutbildning		MIUN, SLU, KTH	Utveckla nya samarbeten med lärosäten - nationellt och internationellt.		2	1
5. Stärka attraktionskraften för att få fler att arbeta inom hela livsmedelskedjan	Grönt Center		Kompetenscentrum och mötesplats för kreativ utveckling och stärkande av aktörer inom matens hela värdekedja. Arbeta aktivt för att få Grönt Center att bidra till att uppfylla strategins mål genom fysisk mötesplats och kunskapsspridning		2	1&2

Prioriterade områden till handlingsplan 2021/2022 för Mat- och Livsmedelsstrategin

Aktiviteter markerade i färgen **grön** avser satsningar som är särskilt prioriterade för handlingsplanens genomförande

Aktiviteter markerade i färgen **blå** avser förslag till strategiskt viktiga utvecklingsområden att arbeta med

6. Sprida kännedom om Jämtlands län som gastronomisk region	6.1 Region JH, Östersunds kommun 6.2 JHT	6.1 Mittuniversitetet	6.1 Utveckla Creative Cities of Gastronomy. Kännedom hos globala aktörer om JH som samverkanspartner inom tema mat, kultur och turism. Samverkan med internationella utbyten och affärsnätverk inom matens värdekedja. Hållbarhetsprofil, hållbara städer och samhällen SDG 11 6.2 Stärkt samarbete och marknadskommunikation för besöksnäringen om aktiviteter och attraktioner i regionen i samverkan med nationella och internationella aktörer, med <i>Gastronomy</i> och <i>Adventure Sweden</i> som kommunikationsplattform.		3	1
--	---	-----------------------	---	--	---	---