

Alternativa livsmedelsnätverk i Sverige

– Utmaningar och möjligheter

Rapporten är resultatet av ett tvåårigt forskningsprojekt som haft som mål att kartlägga och analysera de alternativa livsmedelsnätverkens roll i Sverige – så kallade Alternative Food Networks (AFN:s). Dessa nätverk rymmer en mångfald av initiativ och aktörer som befinner sig utanför den storskaliga och industriellt organiserade livsmedelssektorn. I stället präglas de av platsbundenhet, direktrelationer mellan producent och konsument, småskalig produktion, hållbarhetsambitioner och ofta även ett ideologiskt förhållningssätt till mat, mark och försörjning.



Detta projekt har identifierat tre huvudsakliga empiriska insatser som tillsammans har utgjort grunden för analysen:

- **Djupintervjuer med företagare** inom alternativa livsmedelsnätverk (Alternative Food Networks, AFN) i olika delar av Sverige. Dessa samtal har gett oss inblick i drivkrafter, strategier och vardagliga utmaningar hos småskaliga producenter.
- **Uppbyggnaden av Sveriges första samlade databas** över AFN-aktörer, med information från flera digitala plattformar, företagsregister och manuellt verifierade adressuppgifter.
- **En enkätundersökning** riktad till dessa aktörer, med syfte att kartlägga deras affärsmodeller, regelverkserfarenheter, samverkansmönster och syn på framtiden.

Tillsammans ger dessa delar en nyanserad och konkret bild av hur AFN-verksamheter fungerar i praktiken och vilka faktorer som avgör deras möjligheter att överleva och utvecklas.

Resultat i korthet

Projektets resultat visar på flera återkommande och strukturella mönster, som är av relevans för både policyutveckling och affärsutveckling:

- **Ideologiska och platsbundna drivkrafter dominerar**

De intervjuade företagarna motiveras sällan av traditionella tillväxtmål. Istället återkommer berättelser om värderingsdrivet företagande, där ekologisk hållbarhet, lokal förankring och kontroll över hela värdekedjan ses som mål i sig. Många väljer medvetet bort expansion och rationalisering till förmån för närhet till kunder, hantverkskvalitet och självbestämmande. Det handlar ofta om att bygga ett livsprojekt – inte en skalbar affärsmodell.

- **Mångfald är ett överlevnadsvillkor**

För att hantera osäker efterfrågan, säsongsvariationer och smala nischer tvingas många producenter diversifiera – både i vad de säljer (produkter) och hur de säljer det (kanaler). Det är vanligt att samma producent



erbjuder ett 80–100-tal produkter, allt från färska varor till fermenterade eller förädlade livsmedel. Samtidigt kombineras flera försäljningskanaler: gårdsbutik, REKO-ring, marknader, webbutik, restauranger och småskaliga återförsäljare. Denna mångfald ökar resiliensen, men kräver också bred kompetens och tid – resurser som ofta är knappa.

- **Regelverk upplevs som oproportionerligt betungande**

Många AFN-aktörer vittnar om regelverk som är utformade med storskaliga verksamheter som norm. Exempelvis krävs separata tillstånd för förädling, distribution och slakt, vilket leder till höga kostnader och komplicerade processer för mindre producenter. Vissa aktörer uttrycker en upplevelse av att lag-

stiftningen ibland saknar logik – exempelvis när samma hygienkrav gäller för en gårdsbutik med ett fåtal besökare som för en industriproducent. För många innebär detta att vissa affärsidéer aldrig realiseras, trots efterfrågan.

- **Samarbete och klustring skapar robusthet**

En viktig slutsats är att samverkan mellan småskaliga aktörer är avgörande för synlighet, kundtillströmning och lönsamhet. Genom att sälja varandras produkter i gårdsbutiker, samorganisera transporter, delta i REKO-ringar eller gemensamma turisterbjudanden skapas ett slags "lokala ekosystem" av samberoende verksamheter. Där sådana kluster finns, blir de en magnet för både konsumenter och nya entreprenörer. Där de saknas, är ensamheten ofta en begränsande faktor. ■

Projektnamn: Swedish Alternative Food Networks

Projektledare: Özge Öner

Övriga projektdeltagare: Olga Lark, Ebba Henrekson

Beviljat anslag: 1 996 224 kronor

Projekttid: januari 2023–december 2024



Handelsrådet | 103 29 Stockholm
Besöksadress: Regeringsgatan 60
Telefon växel 010-471 85 80
www.handelsradet.se