

ДОБРА ПРАКТИКА ОТ НОРВЕГИЯ

Устойчивост на храните – политика и опит на Норвегия

Съдържание

1. Въведение.....	2
2. Понятието „Устойчиво развитие“	2
3. Устойчивост на норвежката хранителна система	3
3.1. Създаване на основа за растеж	5
<i>Укрепване на норвежките региони за храна и туризъм чрез целенасочена идентичност и брендиране.....</i>	5
<i>Провеждане на активна индустриална политика в областта на селското стопанство и морските дарове.</i>	5
<i>По-нататъшно развитие на силна индустрия на доставчици на технологии и услуги</i>	6
<i>Изграждане на силни хранителни и туристически региони</i>	6
<i>По-добро използване на схемите за етикетирание в хранително-вкусовия сектор</i>	7
Схеми за етикетирание на здравословни храни	8
<i>Мониторинг на норвежката диета</i>	8
<i>Намаляване на хранителните отпадъци</i>	8
3.2. Иновации и разнообразие	9
<i>Продължаване на приоритизирането на ориентираните към бизнеса инструменти за сектора на храните и туризма</i>	9
<i>Укрепване на връзката между нуждите от обществени поръчки и предлагането на хранително-вкусовата промишленост и кетъринг промишлеността.</i>	10
3.3. Експертиза, набиране на персонал и изграждане на репутация	10
3.4. Селскостопанската верига на стойността	12

1. Въведение

Храната е от основно значение за нашия живот и често се свързва с положителни изживявания като споделяне, семейство, комфорт и препитание, с други думи, нашата връзка с храната е интимна и лична. В същото време глобалната хранителна индустрия е най-голямата индустрия в света, а производството на храни, търговията на дребно, моделите на потребление и хранителните отпадъци са части от една много голяма и сложна мултинационална система.

В търсенето на продоволствена сигурност след Втората световна война, а по-късно и на удобство, веригите за доставки са станали по-дълги и в резултат на това храната пътува на по-дълги разстояния до потребителите. Тъй като страните стават по-богати, изборът и целогодишната наличност на прясна храна се увеличават, диетите на хората се променят. В резултата на това хранителната система е неустойчива, тя оказва сериозно отрицателно въздействие върху околната среда и допринася за климатичната криза.

Природните ресурси и екосистемите са под нарастващ натиск и хранителната система, каквато е, не е в състояние да се справи с проблемите на околната среда, като ограничаване на емисиите на парникови газове, управление на системите за използване на земята, за да се избегне обезлесяването или смекчаване на масовото изчезване и загубата на биоразнообразие.

Кризата с COVID-19 доведе до бърз растеж на търговците на дребно на храни, които предлагат доставка до дома, като пряк резултат от мерките за социално дистанциране¹. Друго последствие е намаляването на емисиите на CO₂ поради забавената икономическа активност в големи части на света. Освен това, тъй като границите в Европа се затвориха, намалената трудова мобилност имаше тежки последици за производството на храни, тъй като сезонните работници са ключови за производството на храни. Наблюдаваше се нарастващо отвращение към неопаковани храни поради страх от замърсяване, което може да доведе до увеличена употреба на пластмаси и опаковъчни материали.

Кризата с COVID-19 показва, че осигуряването на храни „от фермата до трапезата“ не може да се приема за даденост и разкри взаимосвързаността на участниците и дейностите в цялата продоволствена система.

2. Понятието „Устойчиво развитие“

За първи път понятието „устойчиво развитие“ е формулирано от Комисията „Брунтланд“ (1987), чиято е и най-известната дефиниция на устойчивото развитие като развитие, което „отговаря на нуждите на настоящето, без да излага на риск способността на бъдещите поколения да задоволяват собствените си нужди“ (ООН 1987).

Докладът „Брунтланд“ също така въвежда идеята, че фирмите трябва да поемат отговорност, което по-късно е разработено в рамката за „Тройната долна линия“ като начин за създаване на концепция за устойчивостта в бизнеса. Тя се основава на три стълба: 1) социалните последици от дейността на компанията, 2) последиците за околната среда и 3) способността на компанията да допринесе за икономическото развитие. Иначе известен като три П (хора, планета и печалба) и приписван на Джон Елкингтън. Тройната долна линия или подобни понятия все още се използват от фирмите за отчитане на дейности, различни от финансовите резултати.

¹ <https://www.scientificamerican.com/article/how-the-coronavirus-pandemic-is-affecting-co2-emissions/>

Международните усилия за устойчивост бяха разширени в световен мащаб чрез Програмата за устойчиво развитие до 2030 г. и 17-те цели за устойчиво развитие (ЦУР). В този контекст Европейският съюз (ЕС) прие няколко политики за повишаване на устойчивостта на хранителната система — например насърчаване на кръгова икономика, повишаване на ефективността на ресурсите, въвеждане на устойчивост „от фермата до вилицата“ и опазване и възстановяване на екосистемите². Въпреки това Европейската комисия установява, че нейните държави-членки все още се представят слабо по няколко от ЦУР, особено ЦУР 12 „Отговорно потребление и производство“ и ЦУР 14 „Живот под водата“.

3. Устойчивост на норвежката хранителна система

Норвежката индустрия за храни и напитки се разраства постепенно от края на 19 век и в момента е вторият по големина индустриален сектор в Норвегия. Компаниите от този сектор преработват основно норвежки селскостопански и рибни продукти. Структурата на индустрията до голяма степен се влияе от регулациите на селскостопанската и рибарската политика, повечето от компаниите са малки и средни, с няколко изключения.

Базираната на селското стопанство хранително-вкусова индустрия е насочена основно към вътрешния пазар. Рибната промишленост, от друга страна, изнася повече от 90 на сто от продукцията си. Месната промишленост се състои от една кооперативна кланица, собственост на фермер и независими преработвателни компании. Почти цялото потребление на месо в Норвегия се покрива от норвежките производители, с изключение на част от говеждото, което се внася безмитно от Ботсвана и Намибия.

Продукцията на риболовната промишленост се основава на суровини от норвежки и чуждестранен улов и от норвежките рибовъдни ферми. Продукцията от норвежките рибовъдни ферми се е увеличила значително през 90-те години на миналия век и сега съомгата е една от най-изнасяните стоки на страната. Рибовъдството вероятно има изключително голям потенциал за растеж, както по отношение на сегашните отглеждани видове (съомга и пъстърва), така и по отношение на новите видове (миди, сом, камбала). Рибовъдството се основава главно на рибно брашно, произведено в Норвегия, което използва суровини от норвежката промишленост за брашно от херинга и масло. Предприятията за херингово брашно вземат и обработват повече от 50 процента от цялата риба, разтоварена в Норвегия.

Млечната промишленост произвежда предимно мляко, кисело мляко, масло и сирене. Повечето млечни компании са членове на Meierisamvirket, кооперацията за млечни продукти, но конкуренцията се е увеличила през последните няколко години. Сравнително малка компания Synnøve Finden AS е завладяла 10 процента от пазара на сирене и има и други независими мандри. Млечната промишленост изнася сравнително големи количества сирене Jarlsberg.

Други предприятия за храни и напитки произвеждат хлебни изделия, шоколадови и сладкарски изделия, напитки, олио и мас. Хлебните изделия се състоят основно от хляб, пици и сладкиши. Шоколадовите и сладкарските изделия се състоят главно от шоколад и пастили, като този пазар е доминиран от Freia и Nidar Bergene. Индустрията за напитки произвежда бира и минерална вода, като около три четвърти от служителите в този сектор са свързани с дейностите на пивоварната индустрия. Други компании

² https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-holistic-approach-sustainable-development_en

произвеждат различни готови храни, като супи, сосове, салати, закуски и кафе. Те доставят основно на норвежкия пазар, където се конкурират с вносни стоки, произведени от големи чуждестранни компании, но някои от тях са се разширили на скандинавския пазар.

Норвежките хранителни компании се ангажират активно с проблемите на устойчивостта³. Въпреки това, тъй като устойчивостта е изключително трудна за дефиниране, фирмите разширяват и съобразяват своите дефиниции, за да паснат на вече съществуващите усилия в своите компании. Устойчивостта е особено трудна за дефиниране в хранителната система по три причини:

- Първо, устойчивостта в други сектори, като енергетика или транспорт, стана почти синоним на изменението на климата и намаляването на емисиите на CO₂. В хранителния сектор други парникови газове като метан са по-важни.
- Освен това, други също толкова важни, но по-малко обсъждани проблеми на устойчивостта като земеползване, обезлесяване, загуба на биоразнообразие и т.н. са от решаващо значение, когато става въпрос за производство на храни.
- И накрая, сложността на самата хранителна система с нейните дълги глобални вериги за стойност, силата на големите търговци на дребно и многостранните избори, пред които са изправени потребителите на храни, прави невъзможно да се вземе решение за един елемент, който определя устойчивостта в хранителния сектор.

Настоящата конфигурация на хранителната система има поразителни ефекти върху общественото здраве и благосъстояние. Абсолютният брой на недохранените хора, т.е. тези, които са изправени пред хроничен недостиг на храна непрекъснато се увеличава. От друга страна огромен брой деца и възрастни хора страдат от затлъстяване. Затлъстяването е свързано със заболявания като диабет, сърдечно-съдови проблеми и някои видове рак; всички те представляват значителна част от глобалното бреме на болестите.

Належащата нужда от промяна възлага големи надежди на иновациите като средство за разработване на нови технологии, нови бизнес модели или нови начини на организация, които могат да помогнат за смекчаване на ограниченията на ресурсите и предотвратяване на по-нататъшно влошаване на околната среда.

В разработената стратегия за превръщане на Норвегия във „Food Nation“⁴ (хранителна нация) са заложили следните приоритетни области:

- Преследване на цялостна политика за хранене и здраве, която набляга на устойчивостта, доброто здраве и безопасната, здравословна и висококачествена храна.
- Продължаване на мониторинга на норвежката диета.
- Актуализиране и подновяване на националната стратегия срещу антибиотичната резистентност, приложима от 2021 г.
- Засилване на сътрудничеството с индустрията за по-здравословна диета.
- Добър живот в безопасно общество. Продължаване на сътрудничеството с индустрията за намаляване на хранителните отпадъци чрез индустриалното споразумение от 2017 г.

³ Innovation for a sustainable food system <https://nofima.brage.unit.no/nofima-xmlui/bitstream/handle/11250/2655158/Rapport+24-2020+Sustainability+and+innovation+in+the+Norwegian+food+system.pdf?sequence=2>

⁴ <https://faolex.fao.org/docs/pdf/nor202977.pdf>

- Проследяване на Националния план за действие за по-добро хранене 2017-2023 г.
- По-нататъшно развитие на фокуса върху удоволствието от храната за възрастните чрез Golden Meal Moments (моменти със златна храна).
- Представяне на националната стратегия за добра диета и хранене на възрастните хора в старчески домове и услуги за домашни грижи.

Със стратегията „Food Nation Norway“ правителството желае по-специално да подчертае връзките между индустриалната и здравната политика в областта на храните. Съществуващото сътрудничество в областта на здравословното хранене, безопасността на храните и хранителните отпадъци са примери за това как се извършва междусекторна работа в областта на храненето, здравето и околната среда.

3.1. Създаване на основа за растеж

Целта на индустриалната политика е да допринесе за създаването на възможно най-голяма стойност в рамките на устойчива рамка. В същото време да се произвежда храна въз основа на пазарните възможности и потребителските предпочитания. Това изисква да се наблегне на качеството, както в обемното производство, така и в дребномащабното производство на отличителни продукти. Освен това трябва да се улесни разработването на цялостни концепции, при които храната и хранителната култура са неразделна част от продукта или услугата.

Укрепване на норвежките региони за храна и туризъм чрез целенасочена идентичност и брандиране.

ПРИОРИТЕТНИ ДЕЙСТВИЯ

- * Провеждане на активна индустриална политика в секторите на земеделието и морските дарове.
- * По-тясно обвързване на индустриалната политика в хранителния сектор с други индустриални политики, за да увеличи потенциала за създаване на стойност, включително в туризма.
- * По-нататъшно развитие на силна индустрия на доставчици на технологии и услуги.
- * Изграждане на силни хранителни и туристически региони, за да се създадат повече целогодишни работни места и повиши създаването на стойност.
- * Насърчаване на по-активното използване на схемите за етикетиране, за да се добави стойност към продуктите и да се допринесе за изграждане на силни хранителни и туристически региони.

Провеждане на активна индустриална политика в областта на селското стопанство и морските дарове.

Базираната на селското стопанство верига за стойност е една от малкото завършени вериги за стойност в Норвегия. Веригата на селскостопанската стойност има големи възможности да се развива допълнително и да допринесе за зеления преход в норвежката икономика.

Примери:

- Индустрията за отглеждане на северни елени е важна за растежа и създаването на стойност в няколко части на страната и е важен елемент в развитието на Норвегия като хранителна нация. Правителството работи за укрепване на конкурентоспособността и ефективността на всички етапи от веригата на стойността.
- Пристанищната индустрия е важна част от норвежката икономика в бъдеще и основната цел на правителството е Норвегия да остане водеща морска нация. За тази цел се прилага цялостен подход от фиорда до масата, с който се гарантира, че норвежката морска храна остава устойчива, безопасна и здравословна и с добро качество по цялата верига на стойността.

По-тясното обвързване на промишлената политика в хранителния сектор с други индустриални политики, за да се увеличи потенциалът за създаване на стойност. Храната и хранителните изживявания също формират основата за създаване на стойност в други бизнес области, като това развитие е особено очевидно в културата и туризма.

Проучванията на Innovation Norway показват, че има нарастващ интерес и търсене на отличителни преживявания сред туристите през последното десетилетие, базирани както на природата, така и на храната и напитките. Норвежките туристически компании и норвежките дестинации могат да използват това в своя полза, когато се възстановят и развият по-нататък след пандемията Covid-19. Ресурсите от морето и сушата, включително офшорните ресурси, могат да се използват в по-голяма степен като основа за разработване на нови концепции за храна и туризъм.

Индустриалната политика в сектора на храните и туризма трябва да бъде последователна, както на национално, така и на регионално ниво. Норвежките дестинации са разпространени в цялата страна и големият ръст на броя на посетителите през последното десетилетие показва важноста на туризма и потенциала му като селска индустрия. За тази цел е разработена Стратегията за туризъм от 2021 г., основана на селскостопански ресурси, ресурси за отглеждане на северни елени и Стратегията за култура и туризъм от 2019 г.

По-нататъшно развитие на силна индустрия на доставчици на технологии и услуги

Норвегия вече е водещ световен доставчик на технологии и услуги за по-устойчиво производство на морски дарове. Анализите на ефекта на вълните, проведени от SINTEF, показват, че индустрията за доставка на морски дарове допринася за създаването на нови работни места и разнообразна делова дейност в регионите. Същото развитие се извършва сега и на сушата. Разработването и внедряването на нови технологии и решения е предпоставка за по-устойчиво производство на храни.

Изграждане на силни хранителни и туристически региони

Чрез стратегията „Food Nation Norway“ правителството подсилва и надгражда добрата работа, която местните участници вършат в цяла Норвегия за изграждане на силни хранителни и туристически региони. Самите региони са поискали разделяне на 6 региона за храна и туризъм (регион Фиорд, северен регион, регион Trøndelag, регион Южна Норвегия, регион Осло и планински регион), които заедно съставляват Food Nation Norway. Регионите имат потенциал за по-нататъшно развитие чрез използване на по-голям дял от регионалната ресурсна база. Мрежите също помагат да се подчертае

географската връзка между хранителните продукти и производителите на храни и са се доказали като фактор за успех за много от малките участници в тази мрежа за сътрудничество. Това разделение се използва като отправна точка за национален принос към собствената мрежа на регионите и работата по изграждане на репутация.

По-добро използване на схемите за етикетирание в хранително-вкусовия сектор

Понастоящем има няколко схеми за етикетирание на хранителни продукти, които са разработени въз основа на вида на производството, географската идентичност и произход.

Примери: Етикетите Нова Норвегия, специални и защитени наименования.

Nyt Norge гарантира:

- 1) че суровините са норвежки и от норвежки ферми,
- 2) че фермерът е следвал стриктни норвежки правила и може да документира това и
- 3) че храната е произведена и пакетирана в Норвегия.

109 фирми използват етикета за приблизително 4300 продукта, основно месни и зеленчукови. Съществува потенциал тези схеми за етикетирание да се използват по-активно при изграждането на хранителни и туристически региони, за да се надгражда върху културното съдържание на продуктите и географската им идентичност и произхода.

Специалитет: Специалитет е информационен етикет, който се присъжда на местни храни и напитки според определени критерии. Етикетиранието има за цел да подчертае местните храни и напитки със специални качества и да ги направи лесни за намиране в магазина. Присъжда се от независимо жури при кандидатстване и процедурата по оценка е на всеки три години.

Защитени наименования: Защитените наименования са публична схема за етикетирание на хранителни продукти, която има за цел да предостави на потребителите надеждна информация за географския произход, традицията и отличителните качества на продукта. В момента Норвегия има 31 норвежки храни и напитки със защитени наименования и е лидер в скандинавския регион. Освен това норвежкият аквавит /норвежки ликьор, 40% алкохол, произвежда се от картофи и зърнена каша/ и норвежката водка са защитени от Споразумението за ЕИП за алкохолни напитки. Целта на защитените означения е да се създаде по-голямо хранително разнообразие и да се увеличи създаването на стойност чрез стимулиране на регионалното и местно производство на храни.

Продуктите от морски дарове също са включени в схемите за етикетирание на Норвежката хранителна фондация, но има и отделни схеми за етикетирание. Норвежкият съвет по морски дарове управлява етикета за качество skrei, който е защитена търговска марка. Освен това за морските дарове има търговска марка „Морски дарове от Норвегия“, която се управлява от Съвета по морски дарове и символизира произхода на всички норвежки морски дарове. Търговската марка може да се използва върху опаковката на продукта и за маркетинг извън Норвегия.

Схеми за етикетиране на здравословни храни

Nøkkelhullet е съвместна, скандинавска, доброволна схема за етикетиране на здравословни хранителни продукти. Разработени са общи нормативни критерии за използване на марката, които поставят изисквания за максимално съдържание на сол, наситени мазнини, добавена захар и минимално съдържание на фибри, пълнозърнести храни и зеленчуци. Марката Nøkkelhullet стана добре известна и спечели важна позиция както сред потребителите, така и в хранително-вкусовата промишленост, откакто схемата стартира през 2009 г. в Норвегия. Проучване сред потребителите през 2019 г. показва, че 96 процента познават марката. Близо седем от десет смятат, че Nøkkelhullet е добра система за етикетиране, а пет от десет смятат, че Nøkkelhullet улеснява вземането на по-здравословен избор.

Brødskala'n (скала за хляб) е регистрирана доброволна схема за марка, където Националната асоциация на пекарите и сладкарите е собственик на марката. Целта на марката е да допринесе за увеличаване на потреблението на здравословни и едрозърнести продукти чрез предаване на добра и подходяща информация на потребителите. Brødskala'n се използва както за опаковани, така и за неопаковани продукти. Скалата е разделена на 4 категории грубост на текстурата от 0 до 100 процента грубост. Под етикета е посочен точният процент грубост на конкретния продукт. Марката е много добре позната сред потребителите. Brødskala'n е разработена в сътрудничество с Норвежката дирекция по здравеопазване, Норвежкия орган за безопасност на храните и Съвета на потребителите.

Мониторинг на норвежката диета

Мониторингът на диетата на населението е важен за насочване на съответните мерки, тъй като са необходими непрекъснати данни за диетата на различните възрастови и социални групи, за да се достигане до различните потребителски групи и да се осигури основа за иновации и разработване на персонализирани хранителни продукти и услуги.

Намаляване на хранителните отпадъци

Фокусът на правителството върху биоикономиката, включително повишеното използване на ресурсите и хранителните отпадъци, са примери за мерки, които ще допринесат за зелен преход в хранителния сектор. През юни 2017 г. пет министерства и дванадесет индустриални организации подписват историческо споразумение за сътрудничество за намаляване на хранителните отпадъци. Целта на споразумението е да се намалят наполовина хранителните отпадъци в Норвегия до 2030 г., в съответствие с целите на ООН за устойчиво развитие. Страните са постигнали споразумение за съвместни усилия и цели за намаляване на хранителните отпадъци по цялата верига на стойността, включително допринасят за това потребителите да хвърлят по-малко храна. Всички фирми са поканени да подпишат споразумението чрез декларация за подкрепа и да допринесат за постигането на целта чрез мерки в собствената си организация и в сътрудничество с други. Властите са се ангажирали, освен това, да повлияят на потребителите да изхвърлят по-малко и да обобщат тенденциите в хранителните отпадъци в Норвегия през 2020 г., 2025 г. и 2030 г.

3.2. Иновации и разнообразие

Предприятията за храни са разнообразни, от малки предприятия с местен пазар до по-големи компании с експортно ориентирани дейности. Това, както и фактът, че компаниите принадлежат към различни индустрии и различни части от веригата на стойността, означава, че компаниите имат различни нужди от развитие. Въпреки това, общият знаменател е, че повечето компании са зависими от развитието на своите продукти, производство, процеси и бизнес модели. За да се поддържа конкурентоспособно и печелившо производство на храни в Норвегия, е важно да се проследяват международните развития в производството на храни в бъдеще. Норвегия има добра отправна точка чрез достъп до добри суровини, знания и капитал, както и разнообразна индустриална база, важно е да се засили капацитетът за иновации в норвежката хранително-вкусова промишленост.

Днес има конкурентно предимство и обществена необходимост от разработване на „по-екологични“ решения за производство на храни, например чрез използване на съставки, произведени от странични потоци. Суровините са лесно достъпни в селските райони и има какво да се спечели от по-висока степен на местна обработка и използване на остатъчни суровини за нови продукти. Стратегията на правителството за биоикономиката „Известни ресурси – безпрецедентни възможности“ подчертава областите на фокус в рамките на биоикономиката за насърчаване на увеличено създаване на стойност, заетост и по-ефективно и устойчиво използване на ресурсите.

Продължаване на приоритизирането на ориентираните към бизнеса инструменти за сектора на храните и туризма

Националните и регионалните инструменти на политиката могат да улеснят създаването на увеличена стойност в сектора на бизнеса, включително сектора на храните. Има нужда от мобилизиране и координиране на инструменти за развитие на бизнеса и научно-изследователска и развойна дейност. Бизнес мрежите или клъстерите са един от няколко инструмента, които предоставят възможности за укрепване на взаимодействието и създаване на нови връзки, както между секторите, така и в рамките на веригите за стойност. Това може да допринесе за увеличаване на разнообразието от продукти и увеличаване на иновациите в продуктите, производствените методи и процеси.

Повишеното взаимодействие между храната и туризма може да укрепят клиентската база на производителите на храни, ресторантите и да предостави на пътуващите по-богато изживяване под формата на повече концепции, например чрез селски туризъм с настаняване или посещение на традиционно заведение за хранене.

Иновациите и развитието в цялата хранителна система са предпоставка за справяне с предизвикателствата и обществените нужди. Със застаряващото население и в същото време по-разнородното население, новите нужди от персонализирани храни и напитки ще изискват нови решения. По подобен начин необходимостта от минимизиране на хранителните отпадъци може да изисква нови и цялостни решения, както в индустрията, така и в публичния сектор. Това развитие изисква нов подход, включващ множество заинтересовани страни, както в частния, така и в публичния сектор, които да работят заедно за разработване на обща визия.

Укрепване на връзката между нуждите от обществени поръчки и предлагането на хранително-вкусовата промишленост и кетъринг промишлеността.

Обществените поръчки могат да допринесат за повече иновации и разнообразие в продуктите и услугите. Има потенциал за по-тясно свързване на нуждите на публичния сектор от намаляване на хранителните отпадъци и от устойчива и здравословна храна с хранително-вкусовата промишленост. Те могат да насърчат иновациите, като позволят продукти и концепции да бъдат изпробвани в столове, институции и по-големи обществени организации, и да допринесат за разработването на нови решения, които по-късно могат да бъдат мащабирани. В общините обществените поръчки също могат да допринесат за по-широкото използване на местни храни и напитки. Съществува също необходимост от укрепване на експертните познания относно процесите на възлагане на обществени поръчки и възможностите за закупуване на местни храни и напитки. Освен всичко друго, lokalmat.no може да бъде подходящ инструмент.

Експертизата е от решаващо значение за приноса към развитието на бизнеса и иновациите и допринася за необходимото реструктуриране на обществото. Предизвикателствата, свързани с околната среда и климата, изискват постоянно осъвременяване и обновяване на експертния опит сред квалифицираните работници в хранително-вкусовата промишленост.

Населението също трябва да има основни познания за връзката между диетата и здравето, използването на суровини и познания за практически готварски умения. Променящият се възрастов състав и по-голямото разнообразие на населението ще изискват добри компетенции както в сектора на здравеопазването, но също и в хранително-вкусовата промишленост, за да се отговори на предизвикателствата и потенциала за развитие и иновации.

3.3. Експертиза, набиране на персонал и изграждане на репутация

Практическите готварски умения са необходими, за да се гарантира, че хората могат да избират и приготвят здравословна храна. За да се създадат добри хранителни навици, знания и интерес към храната, по-младото поколение трябва да бъде достигнато отрано, чрез родители, детски градини, училища и дейности за свободното време. Такива основни компетенции също са важни за наемане на работа в професиите в областта на храните. Хората с хранителни компетенции са от централно значение за качеството на хранителните услуги в обществени институции, хотели и ресторанти и т.н. Също така е важно да има достатъчно ресурси и опит на ниво университет и колеж в областта, които отговарят на необходимите компетенции във висшето образование в хранително-вкусовата област.

Репутацията на норвежките храни и напитки, съгласно стратегията Food Nation Norway, трябва да бъде изградена в сътрудничество между публичните власти, производителите и другите участници в индустрията и потребителите. Има установени различни схеми за поддържане на репутацията и работата по репутацията, извършена от и за индустрията.

Предвидени са следните приоритетни действия:

* Повишаване на осведомеността сред децата и младите хора за здравословни и устойчиви диети, използване на суровини, практически готвене, храна и хранителна култура.

* Повишаване на знанията сред населението за устойчивото производство на храни в градовете.

* Работа за повишаване на експертните познания и засилване на набирането на персонал в хранително-вкусовата промишленост и кетъринг промишлеността, включително чрез проследяване на препоръките на консултативния комитет за набиране на персонал в хранително-вкусовата промишленост и кетъринг индустрията.

* Работа за цялостно изграждане на репутация, която укрепва, доразвива и профилира Норвегия като хранителна нация на национално и международно ниво.

Усилията за изграждане на опит в диетата, използването на суровини, практическо готвене, храна и хранителна култура трябва да започне рано. Следователно децата и младите хора са ключови целеви групи в плана за действие за по-добро хранене. Детските градини, училищата и центровете за следучилищни занимания са важни арени, където по-голямата част от децата и младите хора са достигнати през социалните разделения. Програми като Matjungelen и Fiskesprell допринасят за ангажираността към здравословна храна и устойчивост сред децата и персонала в детските градини и центровете за следучилищни занимания.

Примери:

Matjungelen е безплатна програма за дейности за центрове за следучилищни занимания, където децата могат да изследват и да научат за храната, която е полезна за тялото и планетата. Детската градина Food Jungle - с базирани на игра и разнообразни дейности децата откриват джунгла от храна, изследват пътуването на храната от фермата до трапезата, играят с нови вкусове и изпитват заедно радостта от храната. Целта на програмата е да даде на децата знания и ангажираност с питателна и устойчива храна и по този начин да направят децата посланици за добър избор на храна в бъдеще.

Fiskesprell е национална диетична програма и има за цел да увеличи консумацията на морски дарове сред децата и младите хора, както и да помогне за изравняване на социалните неравенства, свързани с диетата. Fiskesprell разработва материали и организира теоретични и практически курсове, насочени към персонала на детските градини и училищата, наред с други, относно употребата на морски дарове въз основа на националните диетични насоки. Всички програми, предлагани от Fiskesprell, са безплатни. Fiskesprell ще помогне да се дадат на децата и младите хора положителни преживявания с морски дарове, така че морските дарове да станат естествен избор.

Новите учебни програми за начално училище правят предмета “храна и здраве“ по-ориентиран към бъдещето и с потребителска гледна точка, свързана с устойчивото хранително поведение. Предметът вече е по-практичен с акцент върху приготвянето на храна и производството на безопасна и устойчива храна с основа за добро здраве. Учениците трябва да могат да оценяват информацията за продукта и рекламата и да оценяват критично съветите, твърденията и информацията за диета и здраве. Предметът улеснява срещите между хранителни култури от Норвегия и други страни, за да се насърчи многообразието и за да има отвореност към разбирането и осъзнаването на това как идентичността и общността се изразяват и комуникират чрез храна и ястия в различни култури.

3.4. Селскостопанската верига на стойността

Селскостопанската верига на стойността е една от малкото завършени вериги на стойността в Норвегия. Веригата на стойността е важен фактор за зеления преход на норвежкото общество.

Географията на Норвегия предполага, че голяма част от текущата селскостопанска дейност в страната не би била жизнеспособна без държавна подкрепа⁵. В резултат на това Норвегия има най-високото ниво на селскостопанска подкрепа от всички страни от ОИСР, като 59% от приходите на фермерите идват от мерки за държавна подкрепа. По-голямата част от тази подкрепа се предоставя чрез подкрепа на пазарните цени и плащания, свързани с производството, като само 3% от общата подкрепа за сектора е предназначена за научни изследвания и иновации. За разлика от това секторите на рибарството и горското стопанство не зависят от търговската защита и високата държавна подкрепа.

Обявените цели на селскостопанската политика на Норвегия включват осигуряване на продоволствена сигурност и „готовност“; поддръжка на селското стопанство в цялата страна; увеличаване на добавената стойност; и постигане на устойчиво селско стопанство с по-ниски емисии на парникови газове. Въпреки че като цяло Норвегия има високи стандарти за опазване на околната среда и ангажимент за отворена търговия, селското стопанство е изключение по отношение на политиките за цялата икономика, като данъци върху емисиите на парникови газове и търговски споразумения.

⁵ <https://www.oecd-ilibrary.org/sites/20b14991-en/index.html?itemId=/content/publication/20b14991-en>