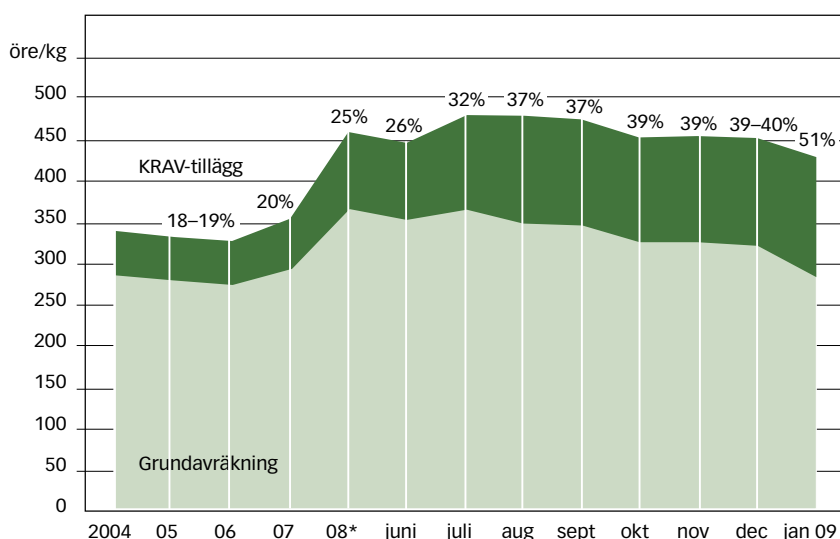


Ekomjolk – ett lite säkrare kort

Ekotillägget har blivit en allt större del av den totala betalningen för mjölken. Grundavräkningspriset är nere på samma låga nivå som under krisåren 2005, 2006 och början av 2007. Ekotillägget har däremot behållit den ökning som skedde under 2008.

Prisavståndet mellan ekomjolk och konventionell mjölk.



Grova genomsnittsberäkningar av grundavräkningspris och ekotillägg utifrån ungefärliga prisuppgifter från Arla Foods, Milko och Skånemejerier. *08 t o m maj

Den genomsnittliga procentuella merbetalningen för ekologisk mjölk från och med januari 2009 hos de tre mejerierna dras upp av det höga ekotillägget på 165 öre/kg hos Skånemejerier, som därmed har en procentuell merbetalning på ca 60%. Arla Foods och Milkos vars ekotillägg ligger på 126,1 respektive 130 öre/kg, har en procentuell merbetalning för ekologisk mjölk på ca 40-45%

Merpris till producent för ekologisk mjölk ören per kg utöver grundavräkning

	2006	2007	2008	jan -09
Arla Foods	50	61,2	104,9	126,1
Falköpings Mejeri	50	57,5	90/100/125	125
Gefleortens MF	40	44,8	75/100	100
Milko	50	57,6	111,6	130
Norrmejerier	50	67,6	130	130
Skånemejerier	55	61,7	111,7	165

I stort sett samtliga mejerier betalar dessutom ett omställningsbidrag. Detta betyder att merpriset för ekologisk mjölk betalas redan under det sista halvåret av karensen innan mjölken kan säljas som ekologisk.

Fram t o m 2006 var merpriset för ekologisk mjölk statiskt. Sedan dess har det fluktuerat med tillgång och marknadsefterfrågan och för 2007 och 2008 anges därför snittpriser för hela året.

Lågkonjunkturen har inte drabbat eko

Varken Ica eller Coop har märkt av någon minskad efterfrågan på det ekologiska sortimentet trots den ekonomiska lågkonjunkturen. Miljöchef Micke Robertsson på Coop tror att bristen på ekologiska varor kommer att bromsa försäljningen mer än konjunkturen lyckas med. Detta enligt ATLS webbupplaga 090122. Enligt Ridderheimsrapporten och Norstat (3 februari) svarar sju av tio att de inte kommer att dra ner på sina ekologiska inköp. En av tio anger t o m att de kommer att handla mer ekologiskt i kristider.

Ekobeställarna drar norrut

Energiska Ekobeställarna sprider sin näthandel med ekologiska konsumentprodukter. Efter expansion av konceptet till Stockholm och Uppsala har man nu dragit norröver till Östersund i Jämtland. Kanske kan detta också bli det som gör att det ekologiska köttet i Jämtland äntligen når marknaden. Mats Hallquist – nötköttsproducent som sitter i Ekologiska Lantbrukarnas distriktsstyrelse i Jämtland – är först ut med att leverera konsumentlådor med kött via Ekobeställarna. Givetvis slaktat på lantbrukarägda nystartade Jämtlandsgårdens slakteri. Se mer på www.ekobestallarna.se

Samtliga Coop KRAV-certifierade

Från februari är Coop klar med KRAV-certifieringen av samtliga sina butiker och stormarknader. För att en butik ska kunna certifieras av KRAV krävs ett brett sortiment av KRAV-märkta produkter samt att personalen ska ha goda kunskaper om KRAV och ekologisk produktion. När butiken är KRAV-certifierad får den hantera KRAVs namn och märke, vilket bl a innebär att man kan sälja KRAV-märkta produkter i lösvikt. De fyra första Coop-butikerna KRAV-certifierades 1992, men för ett drygt år sedan satte kedjan fart med alla sina butiker. Coop har Sveriges största ekologiska sortiment med över 1 700 artiklar.

Ekocentrum blir EkoMatCentrum

EkoMatCentrum är fortfarande ett resurscentrum för livsmedelsmarknaden med fokus på restaurang och storhushåll. Det tidigare namnet ledde ofta till missförstånd eftersom det fanns fler aktörer som jobbar under det namnet. Se mer på www.ekomatcentrum.se



I love eco en hit för Ica

När Ica lanserade sitt nya varumärke för ekologiskt I love eco i början av 2008 blev det snabbt en kundsuccé. Antalet ekologiska produkter i Icas sortiment fördubblades, och hela ekoförsäljningen ökade med 50% under 2008.

Att marknadsföra müsli

Skapa din egen ekologiska müsli och välj bland över 60 olika ingredienser, lockar Saltå kvarn på www.minmusli.nu. Under tiden som man på webben stoppar olika saker i müslin får man se hur näringsinnehållet förändras. Müslin skickas hem till kunden med post.

Köttfärsås till det lilla storköket

Scan har lanserat färdig ekologisk köttfärsås i tråg om 3,8 kg (2 st per kartong à 7,2 kg). Tänk kundgrupp är cafeterior, evenemangskunder, idrottshallar och som reserv på dagiset när kokerskan inte är på plats. Helkonserver som kan förvaras i rumstemperatur.



Willys knappar in på Hemköp

Axfood var sist ut av de stora kedjorna med ett eget varumärke för ekologiskt, Garant som lanserades halvvägs in på 2008. Detta bidrog till att öka ekoförsäljningen 2008 inom Axfood med hela 63%, dock då från en mycket låg startnivå. Andelen ekologiskt är fortfarande inte mer än 1.5%. Traditionellt inom Axfood är det Hemköp som stått för det ekologiska, men nu är det lågpris-kedjan Willys som ökar mest enligt Axfoods miljöchef Åsa Domeij.

► spaning på ...

Mjölkkrisen väcker entreprenörerna

” Låga mjölkpriser beror antingen på att marknaden inte fungerar eller på att det produceras för mycket mjölk. ”

Thomas Berglund, Almnäs bruk, som tillsammans med sex andra ekologiska mjölkproducenter startar eget mejeri i Hjo (sagt på Sparbankernas lantbruksdag i Skövde i januari).

” Basen för att alls ta oss till en marknadssituation är att det finns konkurrerande aktörer. Det krävs alternativ för dig som mjölkleverantör. Kanske får du skapa alternativet själv eller helst med kollegor. Om vi inte kan nå dit så kommer inte producenterna på lång sikt att vara företagare utan snarare kontrakterade driftledare på produktionsenheter, med egen ekonomisk risk. ”

Stefan Ljungdahl, ledarskribent i Jordbruks-aktuellt 090123

KRAV-kött blir en kvalitetsnisch

Både Danish Crown och Stockholms Butikskött ser möjligheter i att Scan lämnat KRAV-märket.

Efter att Scan bestämde sig för att inte marknadsföra KRAV-köttet, står nu andra aktörer redo att ta upp den kastade handsken. En av dem är Stockholms Butikskött som hoppas att KRAV-köttet ska hjälpa dem att ta en större plats i köttdiskarna.

I början av november plockade Scan bort KRAV-märket från sitt kött och lanserade i stället sitt egna varumärke ”Scan Ekologiskt”, som inte skiljer på EU-ekologiskt kött och KRAV-kött. Både Ica och Coop har sagt att man vill ha KRAV-kött även i fortsättningen. När detta skrivs har dock ingen av kedjorna gjort någon central lösning för att kunna erbjuda alla sina kunder KRAV-kött.

Grisarna fast hos Scan

Coop har sedan tidigare lokala KRAV-koncept som Kaprifolkött, Gröna Gårdar, Ostgotha, Gotlands Ekologiska och Upplandsbonden. Främst handlar det om nötkött, men man har även lite KRAV-gris från Ugglarp.

– Vi vill ha KRAV-kött i hela landet och håller nu på att titta på om vi kan hitta någon lösning även centralt, säger Anders Hansson, inköps- och sortimentsutvecklare för kött hos Coop.

Det som främst oroar Coop är hur man ska kunna få tillbaka KRAV-grisen i hyllorna igen. Många grisproducenter sitter fast med kontrakt hos Scan och här är man öppen för erbjudanden från slakterier och styckare.

Ica vacklar

Ica har heller inte hunnit göra någon central upphandling av KRAV-köttet. Däremot väljer enskilda butiker att köpa KRAV-kött från Stockholms Butikskött. Det är oklart hur Ica kommer att förhålla sig till

KRAV-köttet i framöver. Jenny Köpper, kategorichef för kött hos Ica, säger att försäljningen av ekologiskt kött har ökat sedan Scan satsade på eget varumärke. Däremot tror hon inte att Ica centralt klarar av att sälja även ett KRAV-kött, eftersom volymerna är för små.

– Vi tycker att det är synd att Scan tog bort KRAV-märket, men vi ser också att det är svårt att ha flera olika artiklar på kött och att förklara prisskillnaderna för kunderna, säger Jenny Köpper.

Kerstin Lindvall, miljöchef på ICA, säger dock att beslutet om att alla animalier ska vara KRAV-märkta står fast.

– Vi har inte mäktat med tidsmässigt att ta tag i detta just nu, men vi vill att Scan ska separera KRAV-köttet åt oss och går inte det, får vi antingen hitta en annan leverantör eller ändra vårt beslut, säger Kerstin Lindvall.

Danish Crown har KRAV-affärer

Ett par företag står nu beredda att satsa på KRAV-köttet. Danish Crowns Livsmedel AB, där KLS och Ugglarps ingår, säger att man tänker fortsätta att satsa på KRAV-köttet, vid sidan av det EU-ekologiska.

– Vårt ekologiska engagemang är förhållandevis nytt i Sverige. Vi ser dock att det är nödvändigt med KRAVs regler för att kunna sälja till vissa marknader och butikskedjor. Därför menar vi att vi bör kunna hantera både EU-ekologiskt och KRAV-kött, säger VD Karsten Deibjerg Kristensen.

Stockholms Butikskött fortsätter att jobba enbart med KRAV när det gäller ekologiskt kött och är nu beredda att växla upp ytterligare. Företaget har 35 anställda och styckar cirka 450 ton KRAV-kött per år.

VINJETFOTO: KAROLINA PIHLO



Vi väljer KRAV för att vi tror att det har större attraktionskraft hos konsumenterna, menar Thomas Östlund, Stockholms Butikskött.



Marina Edvardsson, säljare för de lokala KRAV-koncepten.

Sedan i höstas har man en ny förpackningslinje och kan nu både packa i bit och färdigskivat i tråg. Företaget jobbar med lamm, nöt,

kalv och gris och förhandlar för närvarande med butikskedjorna om att bli central leverantör av KRAV-kött.

Stockholms Butikskött tar KRAV

För oss är Scans beslut en möjlighet. Jag tror att EU-ekologiskt kommer att ta den stora volymen på ekologiskt kött, främst när det gäller gris. Vi är dock ingen volymleverantör och därför väljer vi KRAV för att vi ser det som mer exklusivt och vi tror också att det har större attraktionskraft hos konsumenterna. Men det är då viktigt att få fram KRAVs mervärden ordentligt, säger Thomas Östlund, VD för Stockholms Butikskött.

Därför tänker man också jobba aktivt med att positionera KRAV, dels i en kampanj tillsammans med organisationen, dels genom att göra om sin design och tydligare lyfta KRAV-märket på förpackningen.

För några år sedan började Stockholms Butikskött sitt arbete med att positionera sig som en kvalitetsstyckare. Då stod butikskedjorna i begrepp att börja packa sitt eget kött och Thomas Östlund insåg att det gällde att erbjuda något annat. Därför började man plocka in lokala koncept som Nibble Gårdsgris, Charolaisgruppen Gotland och alla ekologiska koncept.

– Jag tror också att det är viktigt att vi är ett kunskapsföretag och därför kommer exempelvis Ekologiska Lantbrukarna att arrangera fortbildning för vår personal.

Under hösten har man också anställt en säljare för de lokala KRAV-koncepten, Marina Edvardsson.

– Det finns ett intresse för lokala koncept, men det beror mycket på hur butikerna visar upp dem. Därför jobbar vi mycket med skyltmateriel och skyltar även upp köttet i butiken. Det är ett bra sätt att positionera köttet i disken, säger Marina Edvardsson.

ANN-HELEN MEYER VON BREMEN



DIRK van der KROGT

Uppluckring av statisk mjölkmarknad

VI HAR ETT RÖRLIGT ÅR BAKOM OSS på ekomjölkmärknaden.

Först och främst tänker jag på rörligheten i priset. Grundavräkningen har varit med om en av historiens största upp- och nedgångar under kort tid. Under samma period har ekotilläggets nivå justerats uppåt mycket kraftigt, där den starka marknads efterfrågan på ekologisk mjölk äntligen har omsatts till tydliga prissignaler från mejerierna. Från att länge ha legat på ca 50-60 öre/kg har ekotillägget stigit till 100-165 öre/kg. Den procentuella merbetalningen för ekologisk mjölk har därmed också höjts från ca 20-25%, till idag 40-45% och hela 60% hos Skånemejerier. Den sänkta grundavräkningen drabbar givetvis även ekomjölksbönderna - vilket man kan ifrågasätta med tanke på att det är fortsatt brist på ekomjölk - men höjningarna av ekotillägget har i alla fall gjort att priset blivit något mindre dramatiskt för ekoproducenterna

ÖKAD RÖRLIGHET PÅ MARKNADEN har även uttryckt sig i att volymer av ekologisk mjölk har förflyttat sig mellan mejeriföreningarna, antingen för att priset har varit bättre hos konkurrerande mejeriförening, men kanske lika ofta för att man har funnit att mejeriföreningen man byter till är mer i linje med ens egna företagsambitioner.

I februari begåvades marknaden dessutom av ett helt nytt lokalt ekologiskt koncept, Sju Gårdar – Ekologiskt från Uppland, där bönderna själva tar vara på de möjligheter som ligger i att marknadsföra närproducerat, ekologiskt och andra mervärden, och se till att ta betalt för dessa. Liknande ambitioner finns hos en grupp ekomjölkbönder kring Hjo i Västergötland. De vill blåsa nytt liv i Hjomejeriet som utpräglat ekologiskt och naturnära kvalitetsmejeri. En marknad som rör på sig skapar nya möjligheter hela tiden.

EN FÖRHOPPNING ÄR att de positiva prissignalerna ska resultera i större volymer ekomjölk i hela landet. Det saknas fortfarande tiotals miljoner liter för att tillgodose marknads efterfrågan och behovet av produktutveckling fullt ut. Samtidigt sjunker konsumtionen av flera konventionella mejerivaror, så onekligen ser det ut som om bristen på ekomjölk drar ner total konsumtionen av mjölkprodukter. En fortsatt ökning av ekomjölproduktionen är nödvändigt för att tillvarata marknadsmöjligheterna för svensk mjölk som helhet.