

Dansk oro kring prisdumpning på ekomjölk

Just nu rasar ett priskrig på ekologisk mjölk i den danska detaljhandeln, där handlarna använder den ekologiska mjölken för att ta marknadsandelar av varandra. Priset i butik är nere under produktionskostnaden. Producenterna befävar nu att handeln saboterar konsumenternas förståelse för att ekoprodukterna måste ha ett merpris, vilket i förlängningen är ett hot mot hela ekomarknaden.

– Konsumenterna i Danmark har varit villiga att betala för den ekologiska kvaliteten och detaljhandeln har varit villiga att ta in produkterna på hyllorna. Det som pågår just nu är inte bara ett hot mot regeringens ekologiska målsättning, utan även mot den tillväxt vi sett fram till i dag, säger Evald Vestergaard som är vd för Økologisk Landsforening.

Källa: Økologisk Landsforening

2008 rekord för ekologiska livsmedel

Ekologiska livsmedel var 2008 hela 3,4% av alla livsmedel och alkoholfria drycker som såldes i Sverige. Det är en ökning med 0,8 procentenheter jämfört med året innan. Ekologisk fisk är 2008 års raket där försäljningen steg från 0,3 till 3,0 procent. År 2004 stod ekologiska varor för 1,9 procent av försäljningen. Den ekologiska försäljningen har sedan dess ökat betydligt mer än andelen ekologiska produkter i sortimenten. Bäst säljer ekologiska mejerivaror och ekologisk frukt. Däremot sjönk konsumenternas intresse en del för ekologiskt kött. En utförlig redovisning finns på SCBs webbplats www.scb.se

Sju Gårdar fick pris av Dagligvaruhandeln

På den årliga Dagligvarugalan på Grand Hotel i Stockholm i september belönades uppländska Sju Gårdar med Årets Ekologiska Pris. I början av året sjösatte de sitt lokala ekologiska varumärke på mjölk sedan de sju leverantörerna lämnat Arla och skaffat sig en egen logistik för att nå ut på marknaden. Juryns motivering löd: "Sju Gårdar har visionen att leverera en produkt som framställs både klimatsmart och med hänsyn till naturens kretslopp och inspirerar andra producenter till samverkan".

Övriga nominerade i klassen var Saltå Kvarn och Axfoods ekologiska varumärke Garant.

SNF varnar för klimtmärkning

En klimtmärkning som Svenskt Sigill är på väg att lanseras kritiserar av Naturskyddsföreningen. Det är i samband med föreningens årliga Miljövänliga Vecka (vecka 40) som i år har temat "Mat för ett bättre klimat". Naturskyddsföreningen anser att energi- och klimatkrav på mat ska arbetas in i de olika märkningar på mat som finns. Det är den väg som t ex KRAV valt.

– Klimtmärkning kan mycket väl bli ett praktexempel på "green-wash" dvs. att man lurar konsumenten att stirra blint på ett miljöproblem utan att göra avvägningar av helheten, säger Mikael Karlsson ordförande i Naturskyddsföreningen.



Ny spelplan för ekokött i butik

Coops Änglamarkskött KRAV-märkt sedan mitten av september.

COOP och Axfood snuvar Scan på affärer värda 50 miljoner. Från andra veckan i september säljer Coop kött detaljer under det egna varumärket Änglamark i alla sina butiker. I sortimentet finns både nöt-, lamm- och griskött och allt är KRAV-märkt. Stockholms Butikskött styckar och packar köttet. Därmed slutar Coop att sälja Scan

Ekologiskt styckat kött.

Djuren kommer i huvudsak från de regionala uppfödargrupperna Gotlands Eko, Ostgotha och Upplandsbondens, som legoslaktar hos Scan Visby, Skövde slakteri/ Scan Linköping respektive Faringe kött och slakt. Därutöver köper Stockholms Butikskött in helfall direkt från Skövde slakteri och Scan. →

Ekolamm säljer bra i egna koncept

Scans misslyckande med ekologiska lamm har lett till en framgångsrik konceptförsäljning i lokala projekt.

De regionala samarbetena bland ekolammproducenter fortsätter att växa. Från 2007 till 2008 ökade försäljningen med 23%. Från 2008 till i år räknar man med en ytterligare ökning på ca 20%. Totalt beräknas 7 300 lamm säljas av de regionala

samarbetena 2009. Vilket är 25% av de ca 30 000 lamm som är KRAV-certifierade. Andelen är än större om man bara räknar de lamm som faktiskt säljs som ekologiskt eftersom många av KRAV-lammen säljs som konventionella.

VINJETFOTO: KAROLINA PIHLO



Försäljningsökning

Coop är andra kedjan som nu återlanserar KRAV-köttet på bred front. Först ut var Axfood i början av juni, som också använder Stockholms Butikskött som KRAV-köttleverantör. Förutom via de regionala grupperna köper Stockholms Butikskött även KRAV-grisar från Ugglarps till Axfood. Första indikationerna från återlanseringen av KRAV-köttet i Axfoods butiker Hemköp, Willys, PrisXtra och Tempo är mycket positiva, med försäljningsökningar på ca 30% totalt på det ekologiska köttet. En orsak är det betydligt bredare artikelutbudet från Stockholms Butikskött.

Svar på efterfrågan

Om vi nu får se en liknande utveckling inom Coop med Änglamarks-köttet så är det naturligtvis mycket positivt. Vid sidan om Änglamarks-köttet fortsätter Coop även att satsa på de lokala ekoköttkoncepten (Kaprifol, Gotlands Eko, Upplandsbondens, Ostgotha) inom ramen för deras satsning på "Mat från Regionen". Även Axfood satsar på lokala koncept främst genom Hemköp och PrisXtra.

Från Coop framhåller man att satsningen är ett svar på den efterfrågan från kunder och medlemmar som de känner av.

–Vi är stolta över att kunna göra ett brett sortiment av KRAV-märkt

kött tillgängligt i Coops butiker. Lanseringen är en del av vår satsning på varumärket Coop Änglamark, säger Coops miljöchef Mikael Robertsson.

Massa styckdetaljer

De nya produkterna i Änglamark är: oxfilé, biff, entrecote, lövbiff, rostbiff, sjömansbiff, nöststek, högre, nötbog, nötgrytbitar, nötfärs, lammytterfilé, lammstek, lammrostbiff, lammentrecote, lammkotletter, lammfärs, fläskfilé, fläskkotlett, skinkstek, fläskkarré, fläskgrytbitar, blandfärs, picnic-bog, fläskfärs, revbensspjäll, spareribs och rimmad fläsklägg.

Med de här 28 detaljerna finns nu för första gången ett riktigt brett utbud tillgängligt för köttdiskarna i en hel kedja. Coop har dessutom 15 ekologiska charkprodukter, men dessa är inte KRAV-märkta, men råvaran är oftast KRAV-certifierad. Scan Ekologiskt har som jämförelse 12 detaljer och 13 charkprodukter i sitt sortiment.

Värdet på försäljningen av KRAV-köttet till Coop och Axfood handlar troligen om minst 50 miljoner kronor på årsbasis. En affär som Scan alltså tappar på grund av beslutet i november 2008 att ta bort KRAV-märkningen från sina förpackningar.

DIRK VAN DER KROGT
LENNART LARSSON

Ekolamm Gotland är störst och ökar också mest, mycket tack vare leveranserna till Stockholms Butikskött. Stockholms Butikskött köper också lamm från andra delar av landet och styckar och säljer ca 10 000 lamm, dvs en tredjedel av alla ekologiska lamm.

Med den snabba tillväxten tar Ekolamm Gotland också en allt större andel av den gotländska lammslakten. Slakten för Ekolamm

Gotland passerar i år troligen 12% av lammslakten hos Scan i Visby. Gröna Gårdar slaktar hos Scan i Skara och Bonnakött hos KLS i Kalmar. Övriga slaktar på små lokala slakterier.

Fler aktörer på G

Nya 2008 med att sälja lamm är Gröna Gårdar, Upplandsbondens och Gröna Hagars Kött, samtliga tidigare aktiva med försäljning av nö-

Handels egna varumärken betyder inte alltid prispress

BETYDER FÖRSÄLJNING till handels egna varumärken alltid prispress?

Frågan är aktuell då tre regionala samarbeten för ekologiska köttjursuppfödare växer snabbt just med hjälp av sådan försäljning. Det är uppfödare i Uppland, Östergötland och på Gotland som genom Stockholms Butikskötts satsning på ekologiskt kött fått nya möjligheter. Framförallt är det de nya kontraktet med Axfood och Coop som driver utvecklingen.

Framgången innebär dock att den ursprungliga tanken att marknadsföra köttet med regional märkning och helst i den egna regionen blir en allt mindre del. Man fungerar mer som "leverantörsföreningar" till Stockholms Butikskött, som sedan säljer köttet med handels egna varumärken eller med sitt eget varumärke eller det regionala varumärket. Bygandet av regionala varumärken har gett extra merbetalning, men går den att behålla när man i större grad blir leverantörer till handels egna varumärken?

DET FINNS OLIKA EGNA VARUMÄRKEN från de billigaste med låg kvalitet till premiumvarumärken som Änglamark, Garant och I love Eco. Till de billigaste får den som tar minst betalt leverera och man byter gärna leverantör för att pressa kostnaden ytterligare.

För premiumvarumärkena är det istället avgörande att jobba med långsiktiga relationer med företag som månar om att hålla hög kvalitet. Vilket ger större möjlighet för producenterna att ta betalt.

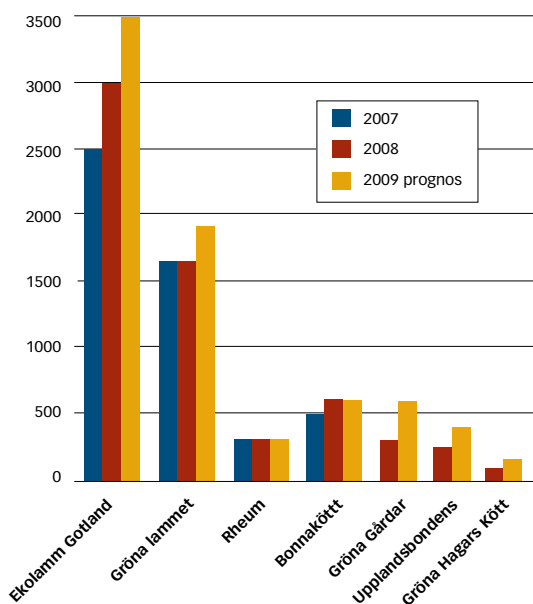
EN RISK MED FÖRSÄLJNING till handels egna varumärken är dock oundviklig, och det är att ex Änglamark tränger undan den regionala försäljningen av t ex Ostgotha hos Coop i Östergötland. Vill de regionala koncepten finnas kvar med försäljning under eget varumärke måste de kanske också arbeta med fler mervärden än ekologiskt, t ex ätkvalitet, gräsuppfödda djur, särskilda raser etc. Eller att också sälja genom andra kanaler.

LENNART LARSSON

kött. De bidrar med sina relativt små volymer till ökningen och fortsätter öka 2009.

Möjligheterna för fler lammproducenter att ansluta sig till de här försäljningssamarbetena varierar. Flera, som Gröna Lammets i Skåne, menar att det behövs i första hand fler vinter och vårlammproducenter för att kunna klara leveranser hela året till nya butiker. Ekolamm Gotland ser däremot positivt på möjligheten att ta med fler uppfödare eftersom man redan har en relativt bra blandning av producenter som har leveransklara lamm vid olika tider på året.

LENNART LARSSON



Saltå Kvarn nu också i köttbranschen

EN GRUNDTANKE i den biodynamiska odlingsinriktningen är att det för en hållbar växtodling behövs djurhållning.

Saltå Kvarn bestämde sig därför för några år sedan för att ta ansvar även för att avsätta djuren till ett mervärde från de gårdar som levererar spannmål till Saltås mjöl- och gryntillverkning. Sedan i januari i år är projektet sjösatt och man levererar nu biodynamiskt nötkött till butiker i stockholmsområdet. Försäljningen utvecklas bra och på Saltå Kvarn är man nöjda så här långt.

Utvalda butiker

- Vi slaktar 4-5 djur i veckan på Blå Kustens slakteri i Valdemarsvik, berättar Madelene Eriksson på Saltå Kvarn.

Köttet styckas och packas på slakteriet och säljs till 12 utvalda butiker i Stockholm, Norrtälje och Järna. Köttet är KRAV- och Demetermärkt och på förpackningarna finns uppgift om gårdsnamn. Det finns också några storkökskunder.

Priset är högre än för annat ekologiskt kött. Jämfört med Scan Ekologiskt ligger priserna 20% upp i butik

Att butikerna är utvalda och att Saltå har ett så starkt varumärke



som förknippas med hög kvalitet gör det möjligt att ta ut det högre priset.

250 djur i år

Nu i starten är det fem gårdar i Sörmland, Östergötland, Västergötland och Västmanland som levererar djur. I dagsläget har Saltå Kvarn ca 25 leverantörer av spannmål så det finns förutsättningar att utöka. Nu är det bara köttasdjur som slaktas, men förhoppningen är att även kunna sälja kött från mjölkkor och lamm.

Målet är att slakta ca 250 djur 2009 och för 2010 hoppas man på att slakta 500 djur.

LENNART LARSSON

Vi tillverkar och säljer direkt i Skandinavien



Den överlägsna **KVICK-FINN** kultivatorn med rotor för effektiv mekanisk rotogräsbekämpning i ekologisk odling. Fråga efter användar- erfarenheter i Sverige och på svenska i Finland.



Köckerling **GRASMASTER** för ogräsharvning, insådd, komplettering efter isbränna, tilläggsådd av klöver i vallar och beten.

RING, MAILA BORIS I FINLAND vi talar svenska +358 500 567 611 boris.lindgard@agrolink.fi www.ekotjanst.fi