



# Offentlig marknad för livsmedel i Sverige samt import av livsmedel till aktörer i offentlig sektor

---

*Olle Ryegård, Agroidé AB*

*2013-10-03*



## Inledning

Agroidé AB har under juni till oktober 2013 på uppdrag av LRF arbetat med att ta fram siffror på försäljning av livsmedel i Sverige till offentlig marknad som går genom offentlig upphandling. Importandelen av livsmedelsförsäljningen till offentlig marknad har också beräknats.

Det finns ingen officiell statistik över den offentliga marknadens livsmedelsinköp fördelat på råvaror, halvfabrikat, färdiglagad mat etc. Vidare finns ingen statistik som gäller import av livsmedel med koppling till den offentliga upphandlingen.

De redovisade siffrorna i rapporten har tagits fram genom intervjuer med beslutsfattare inom kommuner, landsting, Jordbruksverket (SJV), Statistiska Centralbyrån (SCB), Tullverket, konkurrensverket, Sveriges Kommuner och Landsting (SKL), Delfi och livsmedelsgrossister till offentlig marknad samt studier av det statistiska material som finns tillgängligt hos dessa. Utifrån detta material har Agroidé gjort beräkningar och bedömningar som sammanställts och presenteras i den skrift som följer. Värdena är redovisade utifrån inköpskostnaden till offentlig sektor.

## Sammanfattning

Den offentliga marknaden för livsmedel uppgår till cirka 8,9 miljarder kronor 2013. Sektorn växer för närvarande endast med inflationen och marknaden har de senaste åren vuxit mellan en till fem procent. Det som tydligt styr och reglerar den offentliga marknaden är EU:s förordning angående att fri handel ska gälla inom hela EU, lagen om offentlig upphandling och de nationella politiska mål som är satta när det gäller ekologiska livsmedel.

Det finns sex klara trender på den offentliga livsmedelsmarknaden:

- stark prispress
- mindre kött
- mer säsongbetonade menyer
- mindre hel-/halvfabrikat
- grossister utvecklar egna EMV-varor
- mer ekologiskt

Det råder en stark prispress på den offentliga livsmedelsmarknaden. En skillnad med försäljningen till offentlig marknad jämfört med den till restauranger och privatmarknad är att man väljer bort varumärken till förmån för pris och volym.

Den offentliga marknaden köper mindre kött till förmån för grönsaker. Man försöker också följa säsongerna för olika livsmedel mer och köper mindre hel- och halvfabrikat. Mer mat lagas från grunden. De nationella politiska målen börjar nu också att slå igenom när det gäller ekologiska

livsmedel. De ökar kontinuerligt sina försäljningsvolymerna på den offentliga marknaden.

Av de 8,9 miljarderna kommer 4,4 miljarder från varor som har svenskt ursprung och/eller är svenskproducerade eller -tillverkade. En ytterligare trend är att andelen importerade varor i utbudet för det offentliga ökar i rask takt. Detta är en del av livsmedelsmarknadens globalisering. Det blir också svårare och svårare att följa ursprungslandet av livsmedlet eftersom många livsmedelsföretag som var svenska för ett par år sedan idag är multinationella och att egna varumärken med sitt anonyma ursprung fortsätter att växa.

## Vad är livsmedel?

Livsmedel utgörs i huvudsak fem typer av varor med avseende på berednings- eller förädlingsgrad. Här finns *råvaror* eller obearbetade varor som kräver beredning och tillagning samt *beredda råvaror* som delvis bearbetats (styckat kött, filead fisk mm). Vidare finns *halvfabrikat* (t ex djupfrysta grönsaker, torkade soppor och såser) som enbart kräver värmebehandling eller att vätska tillsätts. Vidare omfattas inköpen av *helfabrikat*, dvs. färdigberedd vara som i vissa fall behöver värmas (t ex pytt i panna, stekta köttbullar, smör, ost och sylt). Därutöver tillkommer olika *drycker* (mjölk, juice, öl, mm).

## Offentlig marknad i Sverige

Den offentliga marknaden är i Sverige beräknad till 820 miljarder kronor för 2010, enligt en rapporten Offentlig Marknad 2011 gjord av Dagens samhälle AB.

I Sverige utgörs den offentliga marknaden av 290 kommuner, 21 landsting och fyra regioner, samt statlig verksamhet. I den statliga verksamheten ingår bland annat försvar, fängelser, universitet och statliga verk.

Med offentlig marknad räknas allt som köps in genom offentlig upphandling med skattemedel från kommuner, landsting och stat.

## Offentlig marknad i Sverige - Livsmedel

Den totala försäljningen av livsmedel och drycker i Sverige uppgick år 2012 till 234 miljarder kronor. Försäljningen ökade med sex miljarder kronor jämfört med 2011. Det motsvarar knappt tre procents uppgång. Ökningen beror både på att volymen sålda varor ökade med närmare en procent, men också att priserna på varorna steg med drygt en procent. (Källa: Pressmeddelande SCB, 2013-10-02)

Enligt Rapporten ”Mat och marknad – offentlig upphandling” (2011:4) från Konkurrensverket uppgick den offentliga sektorns inköp av livsmedel 2009 till 8,4 miljarder kronor. Marknaden beräknas idag vara värd 8,9

miljarder kronor 2013, enligt Agroidé. Detta fördelades på 6,3 miljarder kronor för kommunal verksamhet och 1,2 miljard för landsting och regioners verksamhet samt 1,4 miljarder på övrig statlig verksamhet.

*- Tittar vi på Stockholms Stad så står skolmaten för drygt hälften av försäljningen, sedan är drygt en tredjedel mat till förskolor och resten mat till äldreboende och övrigt, säger Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentlig marknad Menigo.*

I övrig statlig verksamhet köper den offentliga marknaden in livsmedel för 1,4 miljarder kronor. Hit räknas bland annat försvaret (0,3 miljarder) och kriminalvården (0,2 miljarder). En stor del av detta säljs genom måltidsentreprenörerna Sodexo (0,5 miljarder), Fazer (0,3 miljarder), ISS (0,5 miljarder) och Compass group (0,4 miljarder) till de statliga verksamheterna. Siffrorna inom parantes avser företagens totala försäljning till offentlig marknad.

## Livsmedelsinköpen påverkas av politiska beslut

Den offentliga marknads livsmedelsinköp påverkas i hög grad av politiska beslut. I detta avseende så skiljer sig upphandlingar med offentlig marknad ordentlig från den privata marknaden. Här finns det båda nationella och kommunala mål som styr vad som skall köpas in. Sedan regleras och styrs även inköpen av LOU (Lagen om Offentlig Upphandling).

Det ligger också ett tydligt uppdrag på den offentliga marknads inköpare att ta det lägsta anbudet för en efterfrågad kvalitet och volym av livsmedel. Ett sätt för inköparna att pressa priset är att gå samman och upphandla stora volymer.

Staten har satt upp ett nationellt mål för att öka den ekologiska livsmedels konsumtionen. Det nationella målet var att 25 procent av alla livsmedel som köps in till offentlig marknad skall vara ekologiska 2010, en tidsram som sedan förlängts. Målet håller just nu på att omarbetas och många kommuner har idag redan uppfyllt det. Det finns inga andra liknande nationella mål såsom att minst 50 procent skall vara svenskt eller att 50 procent skall vara närproducerat. Däremot har många kommuner satt egna mål närt det gäller närproducerat.

De ekologiska mål som sätts upp i kommuner och landsting varierar mycket. Det kan vara allt från enkla rekommendationer till tydliga procentmål eller andra tydliga mål som att all mjölk ska vara ekologisk. Antalet kommuner och landsting som har någon form av procentmål fortsätter att öka. 145 kommuner och landsting uppger att de har ett procentmål för ekologiska livsmedel. Den stora skillnaden mellan 2010 och 2012 är att kommuner och landsting går från rekommendationer till bestämda mål. Andelen andra typer av mål än procentmål minskar också. Några av respondenterna har ett procentmål kombinerat med ett ”annat mål”. Det är många kommuner som har andra målar än det nationella, som

är 2013. Flera uppger målår såsom 2014, 2015 och 2020, enligt EkoMatcentrum.

*- Uppföljningen har många kommuner uppfattat som en svårighet med närproducerade livsmedel. Tydligt formulerade mål ger resultat och kan ses som något positivt för utvecklingen av ekologisk mat i offentlig marknad, säger Eva Fröman EkoMatcentrum.*

Enligt en undersökning som genomförts av EkoMatcentrum 2012 har en fjärdedel av landets kommuner och landsting tagit beslut eller uppsatt mål om att köpa närproducerade livsmedel. Elva procent, något färre än 2011, uppger att de är på gång med att ta liknande beslut. Majoriteten av kommunerna och landstingen har dock inte behandlat frågan om närproducerat än. 62 procent uppger att mål eller beslut inte har diskuterats i kommunen eller landstinget. *(Med närproducerade livsmedel avses här livsmedel som odlats eller förädlats i länet eller inom ett maximalt avstånd bestämt av den som upphandlar).*

Undersökningen visar också att 87 procent av alla kommuner och landsting tagit någon form av beslut eller mål om att servera ekologisk mat i de offentliga storköken. Sedan 2011 har andelen ökat med femton procentenheter. 1999 var det 72 procent av Sveriges kommuner och landsting som inte hade något ekomål. Idag är det enbart tretton procent av kommunerna och landstingen som inte har något mål för ekologiskt.

*- Endast rekommendationer om att servera ekologiskt eller närproducerat leder sällan till någon större förändring. Antalet kommuner och landsting som enbart har rekommendationer om att köpa ekologiskt har minskat och fler går mot procentmål. Tydligt ställda mål ger klara besked om vilka riktlinjer som ska gälla. Tydliga mål kan också följas upp på ett enkelt sätt, säger Eva Fröman EkoMatcentrum.*

## Inköp av livsmedel - LOU

Enligt lagen om offentlig upphandling (LOU) och EU:s förordning om densamma så är det inte tillåtet att fråga efter svenska produkter framför europeiska. Fri handel ska gälla inom hela EU. Detta gör att det kan vara svårt att få med närproducerade livsmedel i de offentliga upphandlingarna eftersom det i princip strider mot EU:s förordning om fri konkurrens i EU.

De offentliga aktörernas uppfattning om sin möjlighet till påverkan av produkternas ursprung i upphandlingen varierar stort. Vissa säger sig kunna bestämma exakt vilken vara de vill ha, medan andra menar att de inte har laglig rätt att påverka varans ursprung.

*- Politikerna kan sätta vilka mål de vill, men jag som upphandlare styrs av LOU. Allt handlar om hur man formulerar upphandlingen. Genom att formulera sig på "rätt" sätt så får man ett svenskt kött. Vi följer Miljöstyrningsrådet och tittar mycket på djurskyddskraven när vi formulerar upphandlingen. Jag har haft många informationsträffar med de*

*lokala leverantörerna för att lära känna deras sortiment, så jag vet vad jag ska fråga efter i upphandlingen, säger Marita Johannesson, upphandlingsansvarig Växjö kommun.*

*- Vi kan inte fråga om till exempel svenskt kött, det är omöjligt enligt LOU. Vi har ingen uttalad strategi när det gäller ursprungsland eller när det gäller närodlad. Däremot har vi sagt att vi ska öka möjligheterna för små och mellanstora företag. Vi har inte så många lokala producenter. Det blir svårt eftersom vi upphandlar gigantiska volymer. Vi är också en stad där det finns stor efterfrågan på lokalt och närproducerat. Min uppfattning är att restaurangerna ofta är där först och sopar rent marknaden, säger Åsa Backlund, upphandlingsansvarig Stockholms stad.*

*- "Svenskt" är ingen fråga i upphandlingen. Vi kan inte ställa krav på att ursprunget ska vara svenskt. Det är även svårt att arbeta med närproducerat, och vad är det? Det finns ingen officiell definition på vad det är. Vi kan absolut inte kräva närproducerade produkter. Det är lättare med ekologiskt. Det blir ett krav som vi kan ställa och enkelt mäta och följa upp. Däremot kan vi ställa krav på kvalitet, kötthalt, fetthalt och dylikt som gör att man så gott som utesluter importerade produkter. Vi ställer kvalitetskrav och krav på ekologiskt, säger Ann Sagvall, upphandlingsansvarig för livsmedel, Upphandlingsbolaget Göteborg Stad.*

*- LOU är både ett hjälpmedel och ett hinder. Det är ett regelverk som vi har att förhålla oss till, samtidigt som det kan bli en fälla som försvårar och tar längre tid. Vi har ingen policy om närproducerade livsmedel. Man kan inte ställa sådana krav. Det handlar också om uppföljning - hur kontrollerar vi att kraven följs, och det har vi inga resurser till. Vi plockar ner upphandlingen till krav som vi kan följa upp - ekologiskt och KRAV-märkt, säger Gunilla Berggren, ansvarig upphandling skolrestaurangerna Malmö Stad.*

*- Det är inga problem alls med LOU, även om man vill köpa svenskt. Det är ju bara att se till att det finns svenska alternativ i det vinnande anbudet. Att det sedan finns importerade alternativ också behöver ju inte betyda att man väljer det. Det är varje kostchef och enhet som gör valet när de beställer. Finns det bara en valmöjlighet i anbudet så finns det inget som går i konflikt med LOU om man väljer svenskt. Sedan gäller det att ha kommunikation och utbildning med enheterna så att de gör rätt val, säger Lena Dalström, upphandlingsenheten vid Halmstad kommun.*

*- En del offentliga aktörer vet exakt hur de ska formulera sin fråga för att få precis den produkt de vill ha. Det handlar om hur insatta och intresserade de är, Christer Bodener, arbetar med offentliga anbud hos Menigo.*

Livsmedlen som konsumeras inom den offentliga sektorn köps in genom offentlig upphandling. Upphandlingsperioderna brukar variera mellan en och som mest fyra år. Den offentliga marknaden växer med inflationen och kännetecknas av stor prispress. Här finns ett stort incitament till import och

sämre kvalitet. LOU underlättar inte för den inhemska försäljningen, enligt alla de små som stora grossister som tillfrågats. Snarare försvårar lagen inköp av svenska livsmedel till offentlig marknad.

*- Det är cirka 200 anbud som kommunerna gör förfrågningsunderlag till vart tredje år. Det innebär att cirka 70 kommuner samarbetar med någon annan kommun i samband med den offentliga upphandlingen av livsmedel, Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentlig marknad Menigo.*

En skillnad med försäljningen till offentlig marknad jämfört med restauranger och privat marknad är att man här ofta väljer bort varumärken till förmån för pris och volym.

*- Lagen om offentlig upphandling gör att det finns kinesiska grönsaker i vartenda offentligt kök i hela Sverige säger Jonnie Landén RP Frukt, grossist som levererar till många offentliga storkök i södra Sverige.*

En snittaffär för en större grossist till den offentliga marknaden ligger på 1000 till 2000 artikelnummer, i ett treårigt ramavtal (med en option att förlänga två år), leverans till 50 till 150 ställen och ett snittvärde per leverans på 6000 kr. Det totala värdet under perioden brukar uppgå till i snitt 80 miljoner kronor per upphandling.

*- Vi verkar för att man skall kunna öka direktupphandlingen från 200 000 kr till 600 000 kr. Det kommer möjliggöra att kunna köpa in mer närproducerad svensk mat, säger Axel Hansson, LRF, ansvarig för offentlig upphandling.*

## Miljöstyrningsrådet ger upphandlingshjälp

Miljöstyrningsrådet är regeringens expertorgan inom miljöanpassad offentlig upphandling. Regeringen har beslutat att flytta miljöstyrningsrådet från att vara ett eget bolag till att ingå i Konkurrensverket 1 juli 2014. I uppdraget ingår att öka kunskapen och kompetensen gällande en hållbar offentlig upphandling. Enligt Miljöstyrningsrådet serverar offentlig marknad varje dag tre miljoner måltider och den offentliga konsumenten har själv liten möjlighet att påverka innehållet.

*- Att ställa miljö- och sociala krav i offentlig upphandling är viktigt och inom livsmedelsområdet berörs så många medborgare direkt. Upphandlare både får, kan och bör ställa krav på livsmedlens kvalitet, miljö och djurskydd, säger Monica Sihlén projektledare på Miljöstyrningsrådet.*

*- Det är lätt att ställa krav i upphandlingarna, men otroligt svårt att följa upp dom som enskild kostchef. Vi måste lita på våra grossister och matleverantörer. Det är en jobbig punkt och här finns det fortfarande mycket att göra, säger ordförande Marianne Backrud Hagberg Kost & Näring.*

En undersökning som Miljöstyrningsrådet har genomfört visar att det har ställts miljökrav i 83 procent av alla upphandlingar under perioden juni 2010 till november 2011 i Sverige. 55 procent av upphandlingarna innehöll krav gällande djuromsorg, så kallade djurskyddskrav. Några nya siffror har inte kommit fram ännu för 2013.

*- I upphandlingen har vi utnyttjat vår möjlighet att ställa krav på djuromsorgen. Vi har använt Miljöstyrningsrådets krav. Vi har ställt krav på bland annat liggytor, hur man hanterar antibiotika, transporter till slakt och slaktmetod. Vi fick in en hel del svenskt kött, men även tyskt och danskt, som levde upp till kraven. Vi har också sett till att det finns möjlighet att följa upp att kraven verkligen efterföljs och att vår leverantör har ett ansvar i detta, Anders Vedin, upphandlingsansvarig Helsingborgs kommun.*

*- Vi har märkt att fler kommuner under det senaste året har ställt krav i upphandlingarna på att svensk djurskyddslag skall efterlevas vid produktion av de produkter de köper in, säger Thomas Ericson, Affärsområdeschef Offentlig Upphandling Menigo.*

*- Vi har nu i vår nya upphandling ställt krav på att svensk djurskyddslag ska efterlevas vid produktion av de produkter vi köper in, Petra Krause upphandlingsansvarig Stockholms Stad.*

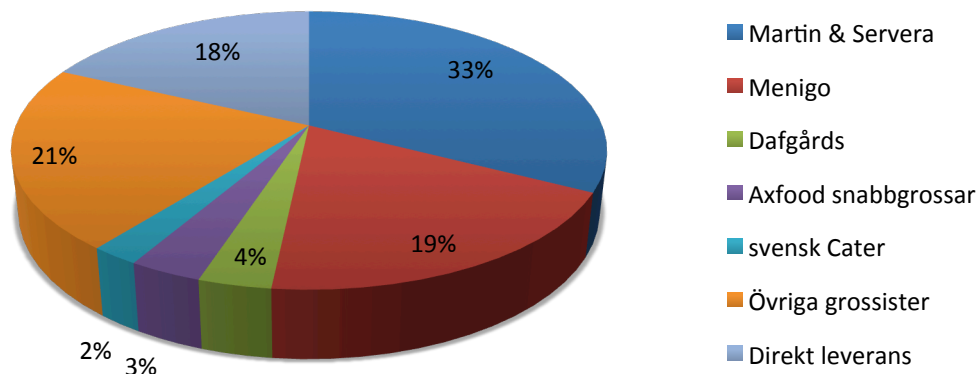
## Försäljningskanaler till offentlig marknad livsmedel

Försäljningen av livsmedel till den offentliga marknaden sker främst genom de större livsmedelsgrossisterna. Drygt sextio procent säljs genom de fem största aktörerna som även räknas som fullsortimentsgrossister.

<u>Fullsortimentsgrossister</u>	<u>Miljarder kronor 2013</u>
1. Martin & Servera	2,9
2. Menigo	1,7
3. Dafgårds	0,3
4. Axfood Snabbgrossar	0,3
5. Svensk Cater	0,2



## Livsmedelsförsäljning offentliga marknad värderades 2013 till 8,9 miljarder kronor



Martin & Servera är störst och säljer livsmedel till den offentliga marknaden för drygt 2,9 miljarder kronor 2013. Näst störst är Menigo AB som säljer för 1,7 miljarder kronor samma period. Sedan kommer Dafgårds som säljer för cirka 0,3 miljarder kronor och fyra är Axfood snabbgrossar som säljer för knappt 0,3 miljarder kronor. Femma är Svensk Cater (säljer enbart till kommuner) med 0,2 miljarder kronor.

- *Vår försäljning till den offentliga marknaden ökar förhållandevis lite. Det är ett stabilt segment som rör sig väldigt långsamt eftersom man i många kommuner och landsting fokuserar starkt på pris och tvingas på många håll krympa sina budgetar, däremot ser vi en bra tillväxt till privata restauranger, säger Nils Berntsson, Marknadsdirektör Martin & Servera.*

- *Vi har ökat vår försäljning till den offentliga marknaden med sju procent 2013 till 1,7 miljarder kronor. Främst är det frukt- och gröntsegmentet där vi har lyckats väl och färskvaror står för cirka 50 procent av vår omsättning till det offentliga. Knappt en tredjedel är mjölkprodukter, säger Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentlig marknad Menigo.*

- *Vår försäljning till offentlig marknad har endast ökat måttligt och vi säljer för cirka 300 miljoner kronor 2013, säger Irene Waldermarsson, affärsområdeschef Axfood Snabbgrossar.*

Grossisterna ovan samarbetar med och saluför många av de stora livsmedelsförädlade företagens hela sortiment av produkter till den offentliga marknaden. Företag som valt denna försäljningsmodell för sina produkter är bland annat:

Unilever, Findus Sverige AB, Atria, Scan, Svenska Lantägg, Kronägg, Stjärnägg, Lantmännen Unibake, Lantmännen Kronfågel, Delicato,

Wasabröd, Dalsjöfors, Nyléns & Hugossons, Procordia, Domstein, Feldt's Fisk & Skaldjur AB, Åbro, Gevalia, Löfbergs Lila, Källbergs AB, Carlsberg, GB glass, Sia glass, Arla, Falköpings mejeri och Skånemejerier. De stora grossisterna säljer även vidare sitt sortiment till måltidsentreprenörerna Sodexo, ISS och Compass Group, Coor (100 miljoner) och Fazer Amika (50 miljoner),

*- Eftersom upphandlingsunderlagen ser olika ut i hela Sverige när det gäller livsmedel måste vi grossister hålla ett enormt lager av olika produkter. Menigo har över 6000 unika artiklar, bara inom köttbullar ett trettiotal olika artiklar. Det är vår stora utmaning, säger Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentlig marknad Menigo.*

*-Vi satsar på att utöka vårt miljömärkta produktsortiment till både den privata och den offentliga marknaden. Vi har nu över 1500 produkter varav merparten är ekologiska. 2013 räknar vi med att detta sortiment ökar från 8,0 procent till vårt mål på 9,5 procent av den totala försäljningen, dvs cirka 900 miljoner kronor totalt, säger Nils Berntsson, Marknadsdirektör Martin & Servera.*

Livsmedelsföretag som även levererar direkt till den offentliga marknaden är Arla (0,8 miljarder), Skånemejerier (0,4 miljarder), Spendrups (0,1 miljarder), Procordia, Fazer, Cerealia Foodservice, Carlsberg m.m. De sålde livsmedel för 1,6 miljarder kronor 2013, vilket motsvarar knappt tjugo procent av den totala livsmedelsmarknaden. Dessa flöden, direkt från de livsmedelsproducerande företagen, är oklara och här bedömer Agroidé att det finns betydande varu- och penningflöden som inte är belysta.

Övriga grossisters försäljning av livsmedel (frukt och grönt, kött, special) till den offentliga sektorn beräknas till 1,9 miljarder 2012, vilket motsvarar drygt 20 procent av den totala livsmedelsmarknaden inom offentlig marknad. En lokal grossist är Mårdskog & Lindqvist som säljer livsmedel mellan Norrköping och Kalmar för cirka 50 miljoner kronor till offentlig marknad.

### **Fler och övriga kanaler**

Många verksamheter kompletterar sina inköp vid den lokala detaljhandeln. En bedömning från de ledande grossisterna och Agroidé är att dessa flöden är betydande och kan omfatta mer än en miljard kronor 2013. Dessa flöden är inte inräknade ovan, eftersom det inte sker någon offentlig upphandling av dessa volymer (*direktupphandlingens beloppsgräns är femton procent av tröskelvärdet på cirka 287 000 kr 2012. Det finns ett förslag att den skall öka till 600 000 kr*).

Nästan alla råvaror såsom frukt, grönt, kött, fisk, ägg, mjöl och socker säljs genom grossist. När det gäller mjölkprodukter sker en betydande direkt leverans från mejerierna såsom Arla och Skånemejerier. Detta gäller även färskt bröd från t ex Pågen.

## Övriga försäljningskanaler

- ICA
- Coop
- Axfood
- Övriga detaljhandelsföretag

Kunderna på den offentliga marknaden har stora samordningsvinster genom att handla av få aktörer både när det gäller pris och samdistribution av varorna. Därför går de största flödena över de stora grossisterna.

## Offentlig marknad Sverige följer inflationen

Prognosen för försäljning till offentlig marknad under 2013 och framåt är fortsatta ökningarna på mellan en och fem procent. Värdeökningarna följer inflationen. Marknaden 2012 beräknas till drygt 8,7 miljarder kronor. Med nuvarande inflationstakt så hamnar marknaden 2013 på 8,8 miljarder kronor. 2009 beräknades marknaden enligt nuvarande modell vara värd 8,4 miljarder kronor.

*- Den offentliga marknaden ökar hela tiden genom invandring och att vi blir äldre, säger Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentlig marknad Menigo.*

De faktorer som talar för en tillväxt i den offentliga marknaden för livsmedel är Sveriges ökande population, samt att vi blir fler och fler äldre människor som utnyttjar den offentliga servicen.

*- Vår försäljning till den offentliga marknaden ökar förhållandevis lite. Det är ett stabilt segment som rör sig väldigt långsamt eftersom man i många kommuner och landsting fokuserar starkt på pris och tvingas på många håll krympa sina budgetar, däremot ser vi en bra tillväxt till privata restauranger, säger Nils Berntsson, Marknadsdirektör Martin & Servera.*

## Stora offentliga kunder – Stockholm, Göteborg och Malmö

### Stockholms stad – 300 miljoner kronor 2013

Stockholms Stad köper in livsmedel och drycker för 300 miljoner kronor 2012 (270 miljoner kronor 2011). Stockholms stad har satt ett nytt miljömål där man ska öka andelen ekologiskt från 15 procent till 25 procent 2015. Stockholms stad står just nu inför ny upphandling.

*- Det skulle vara jätteroligt att få in mer lokalt och svenskt. Ett tips är att ta kontakt med upphandlarna, ge sig till känna och tala om vad man kan erbjuda. Vi letar ofta efter nålar i höstackar. Det går att utforma anbuden så att man kan få in mer lokalt, om man bara vet, som upphandlare, vad man ska fråga efter. Samverkan mellan producenter är också bra och att man kan lösa logistikfrågorna, säger Åsa Backlund, upphandlingsansvarig Stockholms stad.*

- Min känsla är att vi ändå har en hel del svenskt, kyckling till exempel, och många svenska varumärken. Vi har heller inte låst anbuden utan det är upp till varje beställare att välja från leverantörernas produktlista, även om vi helst ser att de väljer från anbudsprodukterna eftersom det är då vi får upp volymerna och ner kostnaderna. Om grossisten har en mindre lokal leverantör kopplad till sig så kan man alltså välja den, även om den inte ingår i anbudet, säger Åsa Backlund, upphandlingsansvarig Stockholms stad.

- Vi ska öka vår andel ekologiskt ganska ordentligt och det måste vi genom vår upphandling göra möjligt. Vår upphandlingsstrategi är ganska mycket inriktad på ekologiskt och på att få upp kvaliteten. Vi kommer att arbeta mycket med hur vi kravställer produkterna. Vi kommer genomföra smaktester bland annat. Vi vill ha bättre kvalitet på produkterna, säger Åsa Backlund, upphandlingsansvarig Stockholms stad.

### **Göteborgs Stad Upphandlingsbolaget – 400 miljoner kronor 2013**

Upphandlingsbolaget: Upphandlar livsmedel till Göteborgs Stad samt kranskommuner, för sammanlagt 400 miljoner, varav Göteborgs Stad står för knappt 300 miljoner. Göteborgs stad har tagit ett politiskt beslut om att öka andelen ekologiskt till 50 procent 2015 och att köttet ska vara 100 procent 2014. Dit är det en bra bit. Man ligger på cirka 13 procent eko både för köttet och inköpen totalt.

- Vi serverar i princip bara ekologisk dryckesmjölk. Men vad Arla har i sina förpackningar, det vet vi inget om, ifall mjölken kommer från Danmark, England eller Sverige, och det är man inte heller så pigg på att berätta, säger Ann Sagvall, upphandlingsansvarig för livsmedel Upphandlingsbolaget.

- De trender som råder är att minska andelen kött och laga mer vegetabilisk kost. Att arbeta med säsongsanpassning, det ger även en bättre ekonomi, samt att få ner svinnet. Att laga mer mat från råvara och undvika hel och halvfabrikat är också en stark trend, säger Ann Sagvall, upphandlingsansvarig för livsmedel Upphandlingsbolaget.

- Jag upplever att vi erbjuds mycket svenska produkter. Det svenska står sig väl prismässigt när det gäller spannmålsprodukter och bröd. När det gäller ost, kött, kyckling och färs är det stor prisskillnad mellan svenskt och utländskt. Vi erbjuds billig kyckling från Danmark, Frankrike och Thailand. De stora länderna, förutom Sverige när det gäller kött är Danmark, Tyskland och Irland, säger Ann Sagvall, upphandlingsansvarig för livsmedel Upphandlingsbolaget.

### **Malmö Stad – 210 miljoner kronor 2013**

Malmö stad köper 2013 in livsmedel och drycker för mellan 200 till 210 miljoner kronor (180 miljoner kronor 2012). Målet är att ha 100 procent ekologiskt 2020.

- Malmö Skolrestauranger ligger idag på 55 procent ekologiskt och Malmö stad på 40 procent. Vi använder oss av mindre lokala grossister när det gäller konventionellt och ekologiskt bröd. Tidigare hade man även Bosarp som leverantör av kyckling, men nu ingår de i Martin & Serveras sortiment, vilket man upplever som en stor förenkling, säger Gunilla Berggren, ansvarig upphandling skolrestaurangerna Malmö Stad.

- Att välja närproducerat är inget kriterium för oss. Vi vill gynna ekologisk produktion. Det är ju lite lustigt att vi som ligger bland de främst i landet på ekologiskt, här finns flera andra kommuner som också ligger långt fram som Lund, befinner oss i det jordbrukslän där det är minst andel ekologisk jordbruksmark. Det har gått trögt här. Vi fick i princip hota Skånemejerier med att ta in danska anbud på ekoprodukter för att det skulle bli lite fart. I dag har vi enbart ekologisk dryckesmjölk, fil och yoghurt. Detta levereras från Skånemejerier. Vi är stabila köpare som kommer att finnas kvar och vi kommer att fortsätta med ekologiskt. Jag fattar inte att man inom lantbruket är så tröga här i Skåne, säger Gunilla Berggren, ansvarig upphandling skolrestaurangerna Malmö stad.

- En klar trend är mer tillagning från grunden och färre hel- och halvfabrikat. Mindre kök ger också större möjligheter och mindre svinn. En annan klar trend är att gå mot mindre kött och mer vegetabiliska måltider. Vi har en köttfri dag i veckan redan nu. Vi ingår i stadens mål om att sänka koldioxidutsläppen och då finns det bara den vägen för oss att gå, att minska andelen kött. Vi jobbar också mycket med att välja råvara utifrån säsong och det gynnar närproducerat, eftersom man väljer bort sådant som då kommer långt bort ifrån, säger Gunilla Berggren, ansvarig upphandling skolrestaurangerna Malmö Stad.

- Martin & Servera, som är vår huvudleverantör är extremt duktiga på att jobba med lokala producenter och man har plockat upp många mindre producenter till exempel Bosarps Kyckling, och köken kan då välja att plocka in dessa, säger Gunilla Berggren, ansvarig upphandling skolrestaurangerna Malmö Stad.

- Att vi har valt att satsa på ekologiskt har gjort att vi ökat andelen svenskt, i alla fall på köttet, där vi bara har Scan som leverantör, vilket vi inte enbart hade tidigare. Jag upplever att tillgången på ekologiskt har blivit bättre, vi blir inte restade i samma omfattning som tidigare. I dag kan det finnas två likvärdiga ekologiska produkter att välja mellan, vilket aldrig förekom tidigare. Prisnivån har också blivit bättre. Att ligga på 40-50 procent ekologiskt är inga större problem. Men man måste revidera menyerna och utesluta vissa produkter, säger Gunilla Berggren, ansvarig upphandling skolrestaurangerna.

- Vi kan inte välja hur vi vill. Jag upplever att det ibland ställs väldigt höga krav på hur vi ska välja och att vi ska välja svenskt. Vi har ju valt att ingå i en union, men vi är väldigt nationalistiska där, säger Gunilla Berggren, ansvarig upphandling skolrestaurangerna Malmö Stad.

## Mellanstora och mindre offentliga kunder

### Örebro Landsting – 30 miljoner kronor 2013

Örebro Landsting serverar cirka en miljon portioner mat om året och man ökar budgeten per portion. Idag är 36 procent ekologiskt och målsättning 45 procent till 2015. Satsningen på ekologiska livsmedel har gett en fördyring av kostnaderna med cirka fem miljoner konor, eller tjugo procent.

*- När det gäller ekologiskt har mejeri och kaffe blivit billigare. Ost, frukt, grönsaker och kött har i vissa fall blivit vansinnigt dyrt, säger Mia Kling, försörjningschef Örebro Landsting.*

*- Vi vill väldigt gärna öka den lokala maten inom LOU.s ramar och jag ser ingen motsättning i en hög ekoandel och en hög andel lokalproducerat. Ägg och potatis är exempel på produkter där vi skulle vilja ha leverantörer från Närke och där det borde vara möjligt. I dag har vi inte möjlighet att ta reda på hur stor andel svenskt kött vi har. Det vill vi ändra till nästa upphandling, så vi har möjlighet att göra uppföljningar. Vi kommer att dela upp anbuden i mindre poster för att göra det lättare för mindre, lokala leverantörer att delta. Akilleshälen för de lokala leverantörerna är logistiken och bristen på samordning. Vi har inga möjligheter att ta emot många små leveranser, säger Mia Kling, försörjningschef Örebro Landsting.*

*- Trenden är husmanskost, äkta köttbullar, potatismos, rotmos och fläskkorv, en ganska stor skillnad mot för några år sedan då man vill ha mer lyxbetonad mat som fläskfilé. Vi går mot minskad andel kött och mer vegetarisk kost. Vi har diskuterat en vegetarisk dag i veckan, men där är vi inte ännu. Vi räknar med att vår budget minskar kraftigt framöver och då måste vi minska andelen kött för att få ner kostnaden, säger Mia Kling, försörjningschef Örebro Landsting.*

*- Kan vi säkra leveranserna och volymerna till en rimlig prisnivå så finns det gyllene möjligheter för svenska odlare. Önskan finns helt klart att öka andelen lokala livsmedel som vi använder, men volymerna är definitivt ett problem. Vi skulle också vilja få en dialog med en part som kan hjälpa våra kockar att hantera livsmedlen rätt, som känner till exempelvis potatissortens specifika egenskaper, eller mjölets, för det varierar. Det är inte alltid vi får råvarorna att fungera, vi hanterar råvaran fel, och då blir det ökat svinn och ökade kostnader. Både producenterna och vi skulle tjäna på en ökad dialog här, säger Mia Kling, Försörjningschef Örebro Landsting.*

### Växjö Kommun – 55 miljoner 2013

Växjö kommun köper in livsmedel för cirka 55 miljoner 2013. 33 procent var ekologiskt 2012 och 10,9 procent lokalproducerat. Växjö har som mål att 50 procent skall vara ekologiskt och lokalproducerat 2015.

- Jag är ansvarig för upphandlingen inom hela Kronobergs län (130 miljoner) och de trender som råder är att man pratar mycket om klimatsmart, vissa satsar på vegetariska alternativ, säsongsbetonade matsedlar, man lagar mat mer från grunden och man vill ta den svenska djurskyddslagstiftningen i beaktande vid upphandlingen. Ekologiskt och lokalt är heta frågor som många vill satsa på, säger Marita Johannesson upphandlingsansvarig Växjö kommun.

- Genom att dela upphandlingen i mindre delar så kan vi få in fler lokala producenterna. Men förutsättningarna för att det över huvud taget ska vara möjligt är vårt e-handelssystem och att vi har en distributionscentral. Annars skulle det vara svårt för de mindre lokala producenter att leverera till oss, säger Marita Johannesson upphandlingsansvarig Växjö kommun

### **Helsingborg kommun 70 miljoner kronor 2013**

Helsingborgs kommun köper in livsmedel för drygt 70 miljoner 2013. Den ekologiska andelen närmar sig 20 procent med målet är 40 procent 2015 ekologiskt och eller närodlat inom Skåne.

- Vi har inget bra sätt att mäta närodlat idag, så vi vet inte hur vi ligger till. Men vi tror att vi har en ganska hyfsat hög andel lokalproducerat. En hel del av det vi köper in är närodlat, men vi kan inte visa det idag. Vi är i uppstarten av att kunna genomföra uppföljningar för detta och kunna mäta närodlat på ett bra sätt. För mig handlar det främst om en uppföljningsfråga, i stället för en upphandlingsfråga, att öka den lokallevererade maten, säger Anders Vedin, upphandlingsansvarig Helsingborgs kommun.

- Man måste arbeta aktivt med leverantörens produktsortiment hela tiden under avtalsperioden och följa upp att det finns produkter på listorna som motsvarar de ursprungliga krav som vi ställt. Annars finns risk att produkter byts ut. Många inser inte vilket tidskrävande arbete det här är och är inte villiga att lägga de resurser som behövs, säger Anders Vedin, upphandlingsansvarig Helsingborgs kommun.

- Det som vi jobbar mot, förutom mer ekologiskt och lokalt, är matlagning från grunden, minskad andel kött, minskat svinn vid tillagning och i matsalarna, säger Anders Vedin, upphandlingsansvarig Helsingborgs kommun.

- Vi är inte i närheten av att gå hela vägen när det gäller djurskyddskraven, men vi är en god bit på väg och vi lär oss hela tiden. Vi måste få en förståelse för branschen och hur det fungerar. Vad är enkelt att följa upp? Vi vill ju inte skapa ett pappersmonster här, säger Anders Vedin, upphandlingsansvarig Helsingborgs kommun.

### **Halmstad kommun – 50 miljoner kronor 2013**

Halmstad kommun köper in livsmedel för cirka 50 miljoner kronor 2013. Kommunen har gått från 30 procent till att 80 procent av det kött som

serveras i Halmstad kommuns skolor och äldreboenden är svenskt idag. En fjärdedel är lokalproducerat. Ekoandelen var 25 procent 2012.

*- Det finns en önskan i kommunen att köpa närproducerat och att få god djuromsorg under produktion och slakt. Många kommuner vill upphandla närproducerat svenskt livsmedel. Reglerna för detta har dock tidigare varit diffusa, men nu är det lättare att ställa djurskyddskrav i upphandlingarna, säger Lena Dalström, upphandlingsenheten vid Halmstad kommun.*

För drygt ett år sedan föll den så kallade ”Sigtunadomen”, som innebar att kommunen enligt kammarrätten fick rätt att ställa djurskyddskrav enligt svensk miljö- och djurskyddslag på de livsmedel man köper in. Något som var mycket svårt innan domen.

### **Norrbottnens läns Landsting - 35 miljoner kronor 2013**

Norrbottnens läns landsting köper in livsmedel för 35 miljoner kronor 2013. Sju olika aktörer har anbud varav 5 lokala. De stora är Menigo och Svensk Cater.

*- Vi såg en möjlighet att genom att satsa på ekologiskt kunde vi främja de norrbottniska producenterna. Vi gick från sex procent ekologiskt till drygt 20 procent i år och samtidigt har vi ökat leveranserna från lokala aktörer, givetvis helt inom LOUs regelverk. Det var lättare att få lokala leverantörer när vi bestämde oss för att satsa på ekologiskt. Samtidigt sjönk kostnaderna för maten. Jag har faktiskt inget riktigt bra svar på varför. Jag tror att det kan vara att när vi samordnade inköpen så kom vi upp i volym och då fick vi ner priset. Till exempel köper vi 100 procent ekologiskt nötkött av en lokal aktör (Nylen / Hugossons) till samma pris som vi betalade för det konventionella förut, säger Anders Broström, upphandlingsansvarig Jämtlands läns Landsting.*

*- Vi vill ha ännu fler lokala leverantörer. Vi har tagit oss god tid att arbeta med leverantörerna och hållit många träffar. Många leverantörer har också hört av sig till oss. Vi kommer att kartlägga Norrbottens samtliga leverantörer inför framtiden. Om man vet vad man vill ha och vem man vill ha som leverantör så kan man ganska enkelt utforma kraven så att man får just den leverantören utan att gå förbi LOU. Det är lättare för oss som är små, vi har bara åtta leveransställen att använda lokala aktörer, säger Anders Broström, upphandlingsansvarig Jämtlands läns Landsting.*

## **Helst närproducerat och ekologiskt**

När prisfaktorn borträknad är majoriteten av aktörerna inom offentlig marknaden eniga om önskemålen för livsmedelskriterierna i upphandlingen. Denna bild har snarare stärkts under 2013.

1. Ekologisk och närproducerat
2. Närproducerad
3. Svensk



4. Importerad/ekologisk
5. Importerad

Punkt tre och fyra kan ibland konkurrera med varandra

*- Om vi ska välja mellan en importerad ekologisk potatis och en svensk närproducerad, så väljer vi självklart den närproducerade, Caroline Axelsson, inköpsansvarig Jönköpings kommun.*

*- För oss är ju den danska marknaden nära, därför väljer vi ibland hellre danska ekologiska produkter, i stället för svenska konventionella, säger Gunilla Bergman inköpsansvarig Malmö stad.*

*- Jag väljer hellre en importerad ekologisk morot än en svensk konventionell. Jag vill visa de svenska producenterna att det finns en marknad för ekologiska produkter, Carola Magnusson, som dagligen tillagar 2000 matportioner till skolor i Storstockholm.*

## Trender & Framtid

Under arbetets gång med rapporten har sex klara trender utkristalliserat sig:

- stark prispress
- mindre kött
- mer säsongsbetonade menyer
- mindre hel-/halvfabrikat
- grossister utvecklar egna EMV-varor
- mer ekologiskt

Försäljningen av livsmedel som ekologiska och rättvisemärkta produkter har parallellt ökat, inte minst till den offentliga marknaden. Denna utveckling står i stark kontrast till EMV:s prispokus, även om EMV under senare år i högre utsträckning har profilerat sig med kvaliteter som producerats ekologiskt. Försäljningen av närproducerade livsmedel med information om den lokala tillverkaren räknas idag som en ännu starkare trend med det starkaste fästet i restaurangbranschen. Det kontrasterar försäljningsframgångarna för EMV och importerade livsmedel och drycker.

*- Vår försäljning av svenskt kött ökar, även om ökningen är liten. Den offentliga marknaden står under hård prispress och för att klara köpa in dyrare svenskt kött eller att köpa in ekologiska produkter så ersätter många kommuner kött med grönsaker istället för att utöka livsmedelsbudgeten, säger Nils Berntsson, Marknadsdirektör Martin & Servera.*

- *Vi arbetar med att utveckla och sälja våra egna EMV varor till den offentliga marknaden, säger Nils Berntsson, marknadsdirektör Martin & Servera.*
  
- *Vi satsar på egna EMV-produkter och att göra ME Too-produkter. Det är effektivt sätt för oss att få rätt pris från våra leverantörer. Våra kunder frågar efter kvalitet och jämnhet på livsmedelsprodukten. Varumärket spelar ingen eller väldigt lite roll för våra kunder. Det vill ha "god nog" kvalitet för lägsta möjliga pris, säger Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentlig marknad Menigo.*
  
- *Vi kan se ett trendbrott när det gäller offentlig upphandling. Kommuner såsom tex. Västerås och Helsingborg går tillbaka och köper in mat till sina storkök och lagar maten själv istället för att köpa tjänsten, Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentlig marknad Menigo.*
  
- *Vi ser ingen tydlig trend i våra kunders förfrågningar i det segment vi arbetar med. För något år sedan testade vi att trycka lite mer på närproducerat och ekologiskt men då var våra kunder ganska svala. Det är kanske mer moget nu, säger Irene Waldermarsson, Affärsområdeschef Axfood Snabbgrossar.*
  
- *Vi vill hjälpa kunderna att kunna laga maten från grunden i de offentliga storköken. Vi har ett stort sortiment med bra råvaror, halv eller helfabrikat, som gör det enkelt för den offentliga marknaden att arbeta med oss, säger Magnus Dafgård, Vice VD Dafgårds.*
  
- *Vi kan se en försäljningsökning av svenskt kött under året. Våra kunder är mer medvetna nu än tidigare och ett fåtal kunder ställer nu krav om att köttet skall uppfylla de svenska djurskyddslagarna. Många vill köpa svenskt kött, men det är en hårt prispressad bransch och kunderna är inte bredda att betala dubbelt så mycket för tex. svenskt griskött jämfört med tyskt. Här är pris skillnaden för stor, säger Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentlig marknad Menigo.*
  
- *Det efterfrågas mycket närproducerat och ekologiskt. Här arbetar vi hela tiden med att utveckla vårt produktsortiment, allt från råvaror till halv- och helfabrikat. Rena råvaror är grunden till en bra måltid, säger Magnus Dafgård, vice VD på Dafgårds.*
  
- *Kommunerna pratar jättemycket om ekologiska livsmedel och många kommuner satsar på ekologiskt i kombination med svenskt. Stockholm stad har nyligen tagit beslut om 25 procent ekologiskt och det kommer att synas i försäljningsstatistiken, säger Eva Fröman EkoMatcentrum.*
  
- *Inom kommunerna upplever många det som mer komplicerat att arbeta med närproducerat än med ekologiskt. Det finns inga klara definitioner och det är svårare att mäta. Ekologiskt är fortfarande det kriterium man i de flesta fall tittar på först. Fairtrade är också väldigt framgångsrikt. Inom restaurang är det precis tvärt om. Där är det nästan bara närodlat, små*

*producenter och lokalt som gäller. Kunskapen om ekologiskt är väldigt låg, säger Eva Fröman EkoMatcentrum.*

En generell bedömning är att importen ökar, främst på grund av den starka svenska valutan. Utbudet av importerade varor ökar i offererade upphandlingar. En motverkande faktor är att viljan och ambitionen bland många offentliga aktörer att handla svenska, ekologiska och gärna närproducerade livsmedel är hög och ökande. Prisfaktorn är dock i de flesta fall fortfarande avgörande.

*- Vår ekoandel fortsätter att öka och när vi får kunder som beställer mycket från vårt ekosortiment så kan vi utöka detta och det har även andra kunder nytta av. Vi har märkt att många kunder är beredda att betala lite extra för ekologiskt och är skillnaden liten byter vi ut den konventionella produkten mot den ekologiska, säger Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentlig marknad Menigo.*

*- Vi arbetar hela tiden med att se över vårt produktsortiment och vi märker att kunderna frågar mer efter lokalt och närproducerade produkter, säger Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentlig marknad Menigo.*

*- Våra kunder i kommuner, stat och landsting efterfrågar mer lokala och närproducerade livsmedel. Det märker vi, säger Nils Berntsson, Marknadsdirektör Martin & Servera.*

*- Vi ser att det finns en stark vilja och trend bland våra kunder på den offentliga marknaden att handla mer lokalt och närproducerat. De frågar också mycket efter nya ekologiska produkter, säger Nils Berntsson, marknadsdirektör Martin & Servera.*

*- Som företag så satsar vi mycket på det vi kallar ansvarfullt företagande. En del av det handlar om att bidra till ett hållbarare samhälle genom att tex. utöka sortimentet av ekologiska produkter, bidra till lösningar för att minska matsvinn, säger Nils Berntsson, Marknadsdirektör Martin & Servera.*

*- De som tillagar maten är otroligt viktiga, precis som de råvaror som de skall tillaga. arbeta med högkvalitativa råvaror och laga mer mat från grunden är glädjande nog en tydlig trend, säger Nils Berntsson, Marknadsdirektör Martin & Servera.*

*- Jag upplever att man minskat fokus på svenskt och närproducerat, utåt. Man är väl medveten om att man inte får det. I alla fall talar man mindre om det. Att man sedan utformar sin upphandling på ett listigt sätt som gör att det gynnar svenskt i smyg upplever jag också att man är betydligt mer medveten om att man kan, men man pratar om det mindre än tidigare, säger Cecilia Ryegård, Expert ekologisk marknad.*

Arla Foods, världens största producent av ekologiska mejerivaror:

*- Vår försäljning av ekologisk mjölk till offentlig marknad har hela tiden ökat och fortsätter att öka. Hittills under 2013 har vår ekologiska försäljning till offentlig marknad ökat med åtta procent i värde, säger Ann Freudenthal ansvarig Arlas gröna kommunikation.*

Magnihill - Omsätter 120 miljoner kronor, varav en tredjedel kommer från ekoförsäljningen. Företaget producerar, skalar, skär och packar frysta grönsaker:

*- Vi var på en mäsas alldeles nyligen som gällde Stockholms upphandling där vi som levererar till offentlig sektor fick presentera våra produkter för de offentliga kunderna, dagis, skolor, vårdhem med flera. Den absolut starkaste trenden och det alla pratade om att de ville ha, var ekologiskt, säger Wiveca Persson, VD på Magnihill.*

*- En tydlig trend är att man vill använda mer grönsaker och mindre kött. Det gör att man får ner kostnaderna för maten och man kan satsa på högre kvalitet på de råvaror man köper. Vi satsar på nya produkter som är lätta för aktörerna inom offentlig sektor att använda, som de slipper skala och skära och som ger minimalt svinn, det tjänar alla på, även miljön, säger Wiveca Persson, VD på Magnihill.*

*- Jag upplever att när man väljer att satsa på ekologiskt får man en större kärlek och respekt inför maten. Ett dyrare livsmedel inger respekt. Eko är inte slit och släng. Dessutom är det många som ser att man kan använda sig av den ekologiska maten i pedagogiken. Det ger en intressant och spännande infallsvinkel i lärandet i skolorna och på daghemmen där man kan använda sig av det man serverar på tallriken för att till exempel prata om miljö på ett begripligt sätt och detta uppskattar många av kunderna, säger Wiveca Persson, VD på Magnihill.*

*- Vi bara ökar och ökar på det ekologiska till offentlig sektor. Vi har svårt att hinna med och växa i samma takt. Vi är jätteglada för att vi har lyckats knyta nya svenska ekoodlare till oss, men vi behöver fler. Vårt största problem just nu är att klara av leveranserna. Vi räknar med att halva vår omsättning kommer från den ekologiska försäljningen inom några år. I dag står den för en tredjedel, säger Wiveca Persson, VD på Magnihill.*

## **Mer svenskt vid tillagning från grunden**

De offentliga kökens hantering av livsmedel avgör i stor grad hur mycket importerade varor som inhandlas. De kök som använder sig av råvaror och lagar maten från grunden använder färre importerade produkter, medan de som använder halv och helfabrikerat har en betydligt större andel importerade livsmedel. Trenden inom offentliga storkök går just nu mot att fler lagar mat från grunden.

*- Trenderna är tydliga bland kostcheferna på de offentliga storhushållen. Det handlar idag om att laga mat från grunden. Rena råvaror, närproducerat och ekologiskt naturligtvis, säger ordförande Marianne Backrud Hagberg på Kost & Näring.*

Hel- och halvfabrikat är ofta sammansatta av många ingredienser och råvaror. Ursprungsland för ingredienserna och råvarorna behöver inte anges av tillverkaren. Här döljer sig ofta importerade råvaror. När köken själva tillagar sin mat och köper in råvarorna är det betydligt enklare att ta reda på och reflektera över råvarans ursprung.

*- Det är lätt att motivera närproducerat, samtidigt måste det ju finnas produkter att köpa. Många tillverkare lägger ut produktionen av förädlade produkter utomlands och vår egen självförsörjningsgrad minskar allt mer, Caroline Axelsson, inköpsansvarig Jönköpings Kommun.*

*- Vi tror mycket på närhet och svenskt. Vår ekoförsäljning är oförändrad. Det är mer fokus från våra kunder på närproducerat. Vi försöker och uppmanar våra inköpare att bygga upp kontakter med lokala leverantörer och odlare, säger Lars Karlsson VD på svensk Cater.*

*- Vi säljer idag ekologiska livsmedel för tio miljoner kronor. Det motsvarar fyra procent av vår totala försäljning på 300 miljoner kronor till offentlig marknad 2012. Vårt mål är att sälja ekologiska livsmedel till den offentliga marknaden för 40 miljoner kronor 2014, då vi hoppas sälja för 500 miljoner kronor, säger Nicholas Pettersson, VD Axfood Närlivs.*

*- Vi har ett ekologiskt mål på 25 procent till år 2015 och den ekologiska andelen är i dag 13,5 procent (2011). I pengar innebär det att vi köper ekologiska livsmedel för 37 miljoner kronor, säger Åsa Backholm, upphandlare Stockholms Stad.*

*- Våra politiker har målsättningen att alla livsmedel vi köper in ska vara närproducerade, Kristina Fahlgren-Palm, Kostchef i Skara.*

## Import av livsmedel till Sverige 2012

Förfarandet med offentlig upphandling av livsmedel är tämligen unikt för Sverige. Att få en hel kommun eller ett landsting som kund är attraktivt eftersom det ofta rör sig om en stor volym under flera år. I övriga Europa har livsmedelsindustrin börjat uppmärksamma den svenska modellen och de utländska aktörernas intresse för att vara med och slåss i anbuden om den offentliga upphandlingen är i ökande. Det gör att man kan anta att det utbud som erbjuds av livsmedelsprodukter kommer att präglas allt mer av importerade produkter.

Under 2012 importerade Sverige livsmedel till ett värde av cirka 102 miljarder kronor (99 miljarder, 2011)(Källa: SCB, 2013-02-27), vilket är knappt hälften av det totala värdet av livsmedelsförsäljningen i Sverige 2012 (källa: Fri Köpenskap). Exporten av livsmedel har under samma period ökat till 58 miljarder kronor, vilket är en ökning i värde med fem procent jämfört med 2011.

Försäljningen av de egna varumärkena (EMV), ha ökat kraftigt. Mellan åren 2000 och 2012 mer än fördubblades försäljningen av EMV i Sverige även om utvecklingen skiljer mycket mellan produktkategorier (Konkurrensverket, 2011). Dessa produkter är många gånger anonyma i den meningen att det saknas uppgift om livsmedlet är tillverkat av en svensk producent eller inte.

Svensk livsmedelsindustri tappar kontinuerligt andelar på den svenska marknaden. Öppnare gränser har lett till att mer och mer importerade livsmedel och drycker säljs via dagligvaruhandeln. Modern informationsteknologi har underlättat dagligvaruhandelns paneuropeiska grossistverksamhet, utländska lågprisvarukedjors etablering och tillväxten av egna märkesvaror - trender som alla har stimulerat importen av livsmedel. En annan förklaring är att konsumenter i högre utsträckning efterfrågar ett bredare sortiment och på så sätt mer importerade livsmedel, enligt en rapport från Agrifood som presenterades i september 2013.

Förädlade livsmedel stod för 65 procent av importen, eller 65 miljarder kronor. Med förädlade livsmedel avses här livsmedel som kräver ingen, eller endast liten ytterligare förädling för försäljning till konsument, detta enligt Jordbruksverkets definition.

Livsmedelsimporten har under 2012 och under 2013 gynnats av att den svenska kronan har stärkts i förhållande till andra valutor. Här finns det ingen officiell statistik mer än att de stora grossisterna säger att de har ökat sina importinköp och försäljning av importerade produkter till den offentliga marknaden. Enligt SCB har importen av nötkött och förädlade mejeriprodukter såsom ost ökat 2012. Eftersom den offentliga marknaden är oerhört priskänslig kan man räkna med att en del av de nya volymerna importerat kött och ost är sålda till den offentliga marknaden.

Att ta reda på varornas ursprung försvåras av EU:s regelverk. Reglerna gör gällande att om en vara importeras till ett EU-land och bearbetas i någon form och sedan säljs vidare så får detta EU-land anges som ursprungsland. Reglerna påverkar avsevärt hur importländer kan redovisas och Sveriges import från annat EU-land kan därför inte redovisas efter ursprungsland.

Till exempel får kaffe som är malet i Sverige ett svenskt ursprung när det säljs vidare till andra länder och Thailändsk kyckling som importeras till en mellanhand i Danmark och där prepareras med saltlösning kan sedan säljas vidare till Sverige med Danmark som ursprungsland.

Den svenska råvaru- och livsmedelsmarknaden är begränsad och produktutvecklingen kan därför inte mätas med produktutvecklingen ur ett internationellt- och europeiskt perspektiv. Därför kan ett antagande göras att andelen importerade varor kommer att öka.

Värdet av importerade förädlade livsmedel och drycker i löpande priser mer än fördubblades mellan åren 1999 och 2012 till cirka 55 miljarder kr. Denna förskjutning av konsumtionen mot import har skett gradvis sedan

EU-inträdet och har främst skett inom varugrupper där Sverige har en egen produktion (Konkurrensverket, 2011). Ju mer förädlad en vara är desto mer importerat brukar man hitta i varan.

## Svenska livsmedel till offentlig marknad 2013

Av den totala försäljningen av livsmedel till offentlig marknad på 8,9 miljarder kronor 2013 så utgör knappt hälften, mindre än 4,4 miljarder kronor, svenskproducerade livsmedel.

Av dessa 4,4 miljarder kronor utgör livsmedel som med säkerhet skulle kunna odlas och produceras i Sverige cirka 1,0 miljarder kronor.

Av de 4,4 miljarder kronor som fördelas på livsmedelsinköp som betecknas som svenska, så kommer 2,8 miljarder kronor från förädlade livsmedel. Råvaran i dessa livsmedel kan vara såväl svensk som importerad och detta behöver ej anges av tillverkaren.

När det gäller förädlade produkter som tillverkas i Sverige är råvarornas ursprung i de flesta fall okänt. Det beror främst på tillverkarnas frivilliga märkning när det gäller ursprunget av den förädlade produktens råvaror och grossistföretagens statistiksystem där man inte redovisar detta. Många förädlade produkter består också av såväl svensk som importerad råvara.

Aktörer inom offentlig sektor har inte heller kontroll över råvarornas ursprung i de förädlade produkterna.

## Fördelning importerade livsmedel till offentlig marknad

Importen till offentlig marknaden i Sverige är värderad till över 4,4 miljarder kronor 2013, fördelat på 1,6 miljarder på råvaror och på 2,8 miljarder kronor förädlade produkter.

Råvaruimporten är fördelad enligt följande - frukt/grönsaker - 0,4 miljarder kronor, kött (fläsk, nöt, kyckling): 0,4 miljarder kronor, mejeri/ägg: 0,2 miljarder kronor, spannmålsprodukter: 0,1 miljarder kronor, Fisk: 0,2 miljarder kronor, Kaffe, te, ris, bananer och andra råvaror som inte kan produceras i Sverige: 0,3 miljarder kronor. Det innebär att råvaruimporten är värderad till 1,6 miljarder kronor.

När det gäller importen av förädlade livsmedel så är värdet beräknat till 2,8 miljarder kronor. Kategorin omfattar förädlade produkter i olika grader, till exempel panerad fisk, köttfärs, köttbullar, pommes frites, pannkakor och korv.

*- Att bedöma hur stor andel av de förädlade produkterna som består av råvaror som skulle kunna produceras i Sverige är en omöjlig uppgift. Men att det handlar om en betydande andel är inte svårt att gissa, säger Nils Berntsson marknadsdirektör Martin & Servera.*

- Cirka tio procent av de råvaror vi säljer till offentlig sektor är importerade varor som nog skulle kunna odlas i Sverige, säger Jonas Köhler, inköpschef Menigo.

- Kan inte svara exakt men vi har en stor andel import. Mycket grönsaker importeras från Spanien och Holland. Trenden är att det blir färre och färre slaktdjur i Sverige och där har man inte lyckats attrahera marknaden, framförallt är det en prisfråga. Min bedömning är att drygt 50 procent av kycklingen är import och att andelen import är ännu högre för de övriga köttet, hos oss, säger Lars Karlsson, VD Svensk Cater.

- Jag kan inte svara på hur stor den totala importen är, men när det gäller det ekologiska sortimentet så är andelen svenskt absolut större än för det konventionella sortimentet. Jag skulle vilja säga att huvudparten av vårt ekologiska sortiment är absolut svenskt, utan att ha några exakta siffror. Vi har lättare för att få tag i ekologiskt i Sverige än på den internationella marknaden. Dessutom finns det en koppling mellan svenskt och ekologiskt. Om kunden frågar efter ekologiskt så vill de gärna också att det ska vara svenskt. När man gör ett ställningstagande och blir medveten på miljöområdet, så åker de svenska och närproducerade värdena med på samma gång, säger Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentliga affärer Menigo.

## Importländer – EU står för 60 procent

Det ställs olika krav på livsmedel som är importerad och livsmedel som är producerade i Sverige. Importerade livsmedel behöver endast uppfylla EU-gemensam lagstiftning, t ex minimidirektivet för djurskydd inom EU, för att få sättas på den europeiska marknaden och därmed säljas till svenska kommuner. Livsmedel producerade i Sverige måste följa svenska produktionsregler som t ex är mer långtgående inom djurskydd än minimidirektivet för djurskydd inom EU.

**Frukt och grönsaker:** är den varukategori där den offentliga marknaden köper in mest importerade varor. Stora importländer är Nederländerna, Spanien, Tyskland, Danmark och Italien. På senare år har importen av Kinesiska råvaror skjutit i höjden, främst när det gäller ekologiska grönsaker.

**Kött:** importeras i huvudsak från Danmark, Tyskland, Irland, Latinamerika och Nederländerna. Cirka 20 procent av kycklingen importeras från Thailand.

**Fisk:** När det gäller fisk är stora importländer Norge, Thailand och Chile.

**Mejeri/ägg:** importeras huvudsakligen från Danmark, Tyskland, Nederländerna och Finland.



## Fördelning importerade råvaror

Här följer en beskrivning av hur andelarna för råvarorna fördelar sig på volym och värde i den offentliga livsmedelsmarknaden. Värdet är jämfört med värdet av den totala importen av livsmedel i Sverige i motsvarande kategori. Offentlig marknad står för fyra procent av den totala livsmedelsmarknaden.

**Mejeriprodukter:** Importen av mjölk, grädde och smör är relativt låg, men den har ökat de sista åren. Importen av ost, främst holländsk Gouda, drar upp såväl värde som volym på importen för kategorin. Av landets totala import av mejeriprodukter står offentlig marknad för tre procent.

**Ägg:** När det gäller ägg är andelen import försumlig, Mer än 99 procent av de ägg som köps till den offentliga marknaden är svenska. Av totalimporten av ägg på 200 miljoner kronor säljs ägg till ett värde för cirka en miljon kronor till offentlig marknad. Det betyder 0,5 procent av landets totala import av ägg. Då iform av äggpulver.

**Kött (nöt/fläsk):** Cirka två procent av den import av fläsk och fyra procent av importen av nötkött som sker till Sverige säljs vidare till den offentliga marknaden. Trenden här är att prispressen ökar och att importen av kött därmed också ökar.

**Kyckling:** När det gäller importerad kyckling har den offentliga marknaden en hög andel import. Offentlig sektor köper in importerat kycklingkött för 200 miljoner kronor (sexton procent av den totala importen).

**Potatis (förädlade/oförädlade produkter):** Av den totala importen av potatisprodukter på 0,8 miljarder kronor köper offentlig marknad potatisprodukter till ett värde av knappt 0,1 miljarder kronor. Det betyder att andelen importerade potatisprodukter är förhållandevis hög i de offentliga storköken, tolv procent. Potatis är annars en produkt som går mot strömmen. Här är hälften import och hälften svenskt när det gäller råvaran, medan den inhemska andelen är nästan 80 procent när det gäller förädlade produkter. Råvarans ursprung i dessa förädlade svenska potatisprodukter är okänd.

### Kommentar:

Livsmedel som ägg, mjölk, smör och grädde är till allra största del svenskproducerade på den offentliga marknaden. När det gäller ost sker en viss import främst från Holland. Kyckling, fläsk- och nötkött är kategorier med förhållandevis hög andel importerade varor. En tydlig tendens är att importens andel ökar med livsmedlens förädlingsgrad.

Inom offentlig livsmedelsmarknad är hälften av nötköttet(cirka 50 procent), mer än hälften av kycklingen(cirka 55 procent) och mer än en tredjedel av fläskköttet(cirka 40 procent) är importerat, enligt Agroidés bedömning.

Mer än 70 procent av de grönsaker som upphandlas för konsumtion inom offentlig marknad är importerade och för den enskilda varugruppen potatis och potatisprodukter är nästan hälften importerat.

- *Mitt intryck är att antalet importerade varor som erbjuds oss av till exempel kyckling ökat betydligt. (Gun Jönsson upphandlingsansvarig Jämtlands läns Landsting)*

- *När det gäller nöt- och fläskkött så importeras cirka hälften av det kött som vi säljer. På kyckling är det 70 procent. Vi har nästan ingen import av mjölk, ägg eller mjöl av det vi säljer till offentlig marknad. Om vi står och väljer mellan två matchande anbud och ett av dem är svenskt så brukar vi välja det svenska, säger Nils Berntsson, marknadsdirektör på Martin & Servera.*

- *Marknaden för köttprodukter är ordentligt prispressad. Vi säljer nästa uteslutande importerat kött till våra kunder i den offentliga marknaden. 70 till 80 procent av frukt och grönt importeras. När det gäller råvaror såsom ägg, mjöl och mjölkprodukter så klarar svenska produkter prispressen bättre. En stor orsak till den höga importen är LOU och ramavtalens utformning av de upphandlande aktörerna. Vi kan bara svara på dem, säger Nicholas Pettersson, VD Axfood Närlivs.*

- *En stark krona göra att det är billigare att importera vilket ger det importerade en prisfördel jämfört med inhemsk livsmedel, säger Lars Karlsson VD på Svensk Cater.*

- *Svensk eller importerat, det styr marknaden. Vi köper gärna in svenska livsmedel om det är vad kunden vill ha och betala för. Volymen begränsar ibland när vi väljer mellan svenska eller utländska livsmedel, säger Thomas Eriksson, affärsområdesdirektör offentliga affärer Menigo.*