



Den svenska maten 2013

Uppföljning av LRFs livsmedelsstrategi med perspektiv till år 2020



Den svenska maten 2013

Uppföljning av LRFs livsmedelsstrategi med perspektiv till år 2020

LRFs Riksförbundsstämma 2013



Delrapport livsmedel

Det är nu tre år sedan LRF tog beslut om att en livsmedelsstrategi skulle formuleras och två år sedan den formulerade strategin spikades.

Målet i strategin är en real värdetillväxt för den svenska maten på en procent per år under åren 2010 till 2020. De första två åren var tillväxten 5,2 procent, vilket är långt över målet. Men skillnaderna är stora mellan branscher och mellan olika delar av landet.

Mycket arbete är gjort, och lika mycket pågår.

Var sak har sin tid. Ibland behöver man höja blicken och se de stora sammanhangen. Så var det i förberedelserna inför livsmedelsstrategin. Nya bilder av världen målades upp. Att den globala matmarknaden växte år för år var allmänt känt, men att också den svenska marknaden gjorde det var det färre som visste. Eller att svenska konsumenter sedan några år tillbaka lägger en större andel av sin disponibla inkomst på mat.

Energien flödar

Det här var på många sätt goda nyheter, men glädjen över den växande marknaden blandades med ilskan över att den svenska livsmedelsproduktionen trots detta fortsatte att minska. Ur dessa fakta och ur alla diskussioner och dialoger inom LRF strömmade arbetslusten och energin fram.

Denna energi har de senaste två åren omsatts i så mycket arbete och så många projekt att det är rättvist att säga att

”Resultaten har inte alltid börjat märkas, men det arbetas hårt. Eller kanske har resultaten börjat märkas?”

ingen längre har den fulla överblicken. På samma sätt som man ibland behöver höja blicken finns det också perioder när det är hårt slit med detaljer som gäller. Där befinner sig många av de som nu arbetar med och för LRFs livsmedelsstrategi. Resultaten har inte alltid börjat märkas, men det arbetas hårt. Eller kanske har resultaten börjat märkas?

Pengar utbetalda

När det gäller LRFs samarbete med Bergendahls om griskronan och lammkronan, som snart också ska bli nötkronan, behöver man inte ställa sig frågan om det har haft effekt. Pengar är utbetalda. Det är också mjölkkrönorna i Jämtland, som samlades in efter att LRF-regionen organiserat kampanjen Mjolk är tjockare än vatten. Samma sak gäller hela LRF-organisationens hårda arbete med att öppna upp för svensk kvalitet i offentliga upphandlingar. Kommunerna kan nu ställa krav på kvalitet på ett sätt som gör att den unika svenska kvaliteten får ett tydligt värde. Fler lokala producen- ▶

Tillväxten blev högre än målet

Målet om en procents tillväxt i livsmedelsproduktionen var djärvt med tanke på att den krympt med två procent per år i många år. När de första två åren summeras har tillväxten legat över två procent om året, i huvudsak på grund av höga spannmålspriser. Det är glädjande med tillväxt, men fortfarande brottas många med allvarliga lönsamhetsproblem.

KÖTTETS KVALITET. Flera projekt i livsmedelsstrategin syftar till att differentiera köttmarknaden.

► ter deltar också i upphandlingarna och fler vinner kontrakt. På Jordbruksverket har man skrivit en rapport till regeringen med förslag till ändringar av reglerna för biotopskyddet. Rapporten förordar att man via dispens ska kunna få flytta en stenmur eller lägga igen ett dike och argumentet att det behövs för att utveckla driften ska kunna räcka.

Vad har det här med livsmedelsstrategin att göra? Jo, antagligen hade rapporten aldrig skrivits om det inte vore för LRF Sydosts lobbyarbete med den avancerade dialogen, en kommunikationsmetod för bättre möten med nyckelpersoner.

Våga Fråga

Från Väst- och Sydverige rullar Lean Lantbruk ut över landet. Rätt använt är det ett bevisat kraftfullt verktyg för att öka effektiviteten i företaget. Och under våren 2013 sjösattes Våga Fråga, det stora projektet som ska tydliggöra den svenska matens ursprung i våra dagligvarubutiker.

På den stora dagligvarugalan i Stockholm fick Ica-handlaren Michal Wieloch det nyinstiftade priset Årets satsning på närproducerad mat. I sin skånska Ica Supermarket-butik har han kunnat visa att ett stort utbud av välexponerad lokal mat kan bidra till att öka kundtillströmningen. Michal Wieloch har blivit en ambassadör bland handlare och LRF har exponerat honom som en förebild i Fri Köpenskap, dagligvarubranschens nyhetstidning. Och ja, det är många andra handlare som är nyfikna på Michal Wielochs butik.

Matsverige förändras

De här exemplen är ett litet urval. Många fler finns i den här rapporten, de flesta kortfattat beskrivna, och så finns det många som inte alls är nämnda. Ändå får man en känsla för den kraft som LRF mobiliserar när många samtidigt får lust att göra skillnad.

Arbetet med livsmedelsstrategin ska pågå till och med 2014. Många är djupt nere i det vardagsslit som måste till för att göra skillnad. Men snart går det att höja blicken och se att Matsverige inte är sig riktigt likt. ☺

Fler har jordbruk som huvudsyssla

Att den svenska livsmedelsproduktionen har vuxit i värde de senaste åren finns det starka belägg för. Men det finns också tecken som tyder på att jordbruket sysselsätter allt fler. I SCBs arbetskraftsstatistik så har antalet personer med jordbruk som huvudsysselsättning ökat efter 2007. Som lägst var siffran 46 000 och 2011 hade den stigit till 50 000.

I detta mått ingår bara de som i sina deklarationer har angett att jordbruk är huvudsysslan. Det betyder att inga av de många deltidjordbrukare som finns ingår. Under 2013 kommer ny statistik som kommer att kasta nytt ljus över hur sysselsättningen utvecklas. Men de tecken som finns måste ses som positiva.

Så har det gått sedan 2010

Branschöversikt	SIDAN
Tillväxt i svensk matproduktion	8
Spannmål	12
Mjölk	14
Nöt och lamm	16
Gris	18
Kyckling och ägg	20
Trädgård	22
Ekologisk produktion	24

Konsumentmarknaden

Unik kvalitet och ursprung	SIDAN
Våga fråga - få en bonde på köpet	32
Sälj direkt till konsument	34
Nu ritas matens karta	38
Den svenska matens argument	39
Exceptionella råvaror till stjärnkrogar	39
Kockarna kom nära bonden	40

Medlemmarnas företag

Effektivitet och marknadsbevakning	SIDAN
Bättre på fötterna i köttförhandling	35
Storskalig ekogård prisad	41
Tips om samarbete	41
Lean Lantbruk: Jakten på slöseri	42
Koll på konkurrenskraften	43
Förhandla bättre med rådgivarstöd	43

Regionala projekt

Pågående projekt	SIDAN
Projekten som lyfter maten	26
Full fart i LRFs regioner	28
Tre framgångsrika exempel	29
På kartan: Läs om projekten i LRFs 17 regioner	30

Offentlig upphandling

Sälja till kommuner och grossister	SIDAN
Köttet tar nya vägar	35
Smart om hållbar nötköttproduktion	35
Kommuner mer intresserade	36
Lär om offentlig upphandling	36
LRF lobbyar: Bättre mat i offentliga kök	37
Nya möjligheter med grossister	37

Branschvisa projekt

Pågående projekt	SIDAN
Branschernas tillväxtplaner	44
Regionala projekt kan lyfta mjölken	44
Grisarna ska vinna terräng	44
Mer vete från svenska fält	44
Tillväxtplaner för nöt och lamm	45
Trädgård växer vidare	45
Forskning om livsmedel	45

Tillväxt i svensk matproduktion

Svensk livsmedelsproduktion växer i värde. En mångårig trend är bruten, men delar av animalieproduktionen kämpar i motvind.

När LRFs livsmedelsstrategi togs våren 2010 skulle årtionden med en krympande näring vändas i tillväxt. Målet sattes ganska djärvt till en procents real tillväxt per år fram till år 2020. Detta i kontrast mot den reala värdeminskningen på två procent per år som gällt under många år innan dess.

När de preliminära siffrorna för 2012 nu är framme kan vi se att något har hänt. Kurvorna har vänt. Det reala produktionsvärdet har stigit med 5,2 procent sedan 2010. Detta är långt över målet som var 2 procent på två år. Volymen i flera branscher har ökat rejält, även om några också backar. Dessutom finns det indikationer på att antalet yrkesverksamma ökar, men här är dataunderlaget mycket osäkert.

Spannmålspriset avgörande

Det är många faktorer som samverkar för att ge den positiva utvecklingen. Den viktigaste förändringen är att de internationella priserna har stigit på många jordbruksprodukter och då främst på spannmål. Priset på spannmål är avgörande för utvecklingen i hela det svenska jordbruket. Spannmål kan odlas nästan var som helst och fungerar därmed som buffert och alternativvärde i markanvändningen.

Ingen vill odla grödor som ger lägre lönsamhet än spannmål så därför påverkas alla andra grödor när spannmålspriset stiger. Spannmålen är också ett viktigt fodermedel i animalieproduktionen. Detta gör att priserna på animalieprodukter också måste följa med spannmålspriset upp om inte lönsamheten skall sjunka. Samma krafter verkar i hela världen men tyvärr finns en fördröjning och ett antal störningar som gör att vissa branscher ibland drabbas av höga foderpriser kombinerat med låga produktpriser. 2012 var ett sådant år, inte minst för mjölk.

Trendbrott 2006

Redan 2007 förutspåddes det att framtiden troligtvis kommer att utvisa år 2006 som året när de ständiga prissänkningarna på livsmedel bröts. Fram till dess hade skördarna i ►

”Målen sattes ganska djärvt till en procents real tillväxt fram till år 2020.

HOPPFULLT. Värdet och omfattningen på svensk livsmedelsproduktion ser ut att vända uppåt. Den totala svenska livsmedelsmarknaden som speglas av konsumtionsvärdet har vuxit en längre tid, men den svenska produktionen har trots det minskat i värde. De senaste två åren har produktionsvärdet ökat med över fem procent, något som kan avläsas på den bruna kurvan i diagrammet till höger.

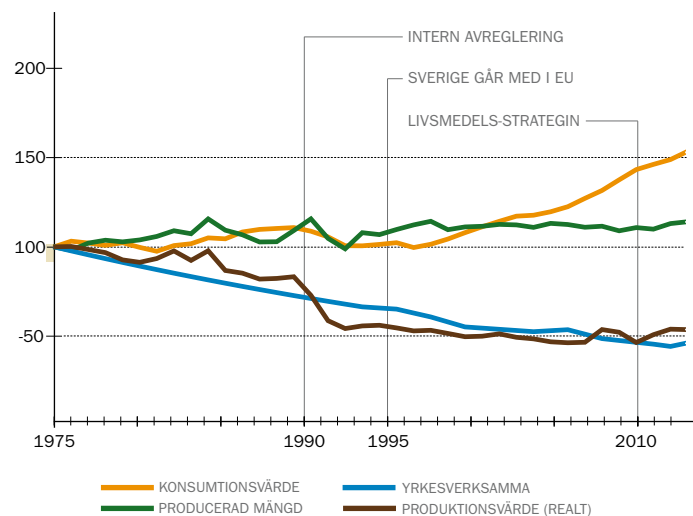


DIAGRAM 1. Beräkningar baserade på statistik från Jordbruksverket och SCB. Data för 2012 är preliminära. Produktionsvärdet visar värdet av livsmedelsproduktionen på gårdsnivå.

- världen ökat i snabbare takt än efterfrågan. Det har därmed krävts mindre och mindre areal för att producera den mat som efterfrågats. Detta har gett ett ständigt överutbud där priserna pressats till dess att odlingen upphört på viss areal.

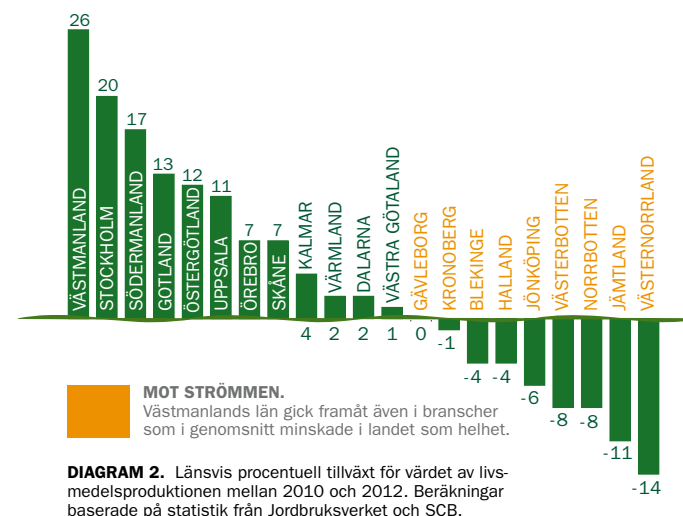
Energigrödor

2006 bröts mönstret genom att bioenergin kom in som ett nytt och nästan obegränsat användningsområde för jordbruksgrödor. När denna användning lades till den globala tillväxten i efterfrågan på mat hände något. Enkelt uttryckt kan priset för en gröda aldrig bli lägre än energivärdet. Den långsiktiga lönsamheten för grödor till livsmedel kan heller aldrig bli lägre än för energigrödor. Skulle det inträffa så växlar ett antal jordbrukare någonstans i världen över till energi vilket resulterar i brist på livsmedel och stigande priser.

Under 40 års tid hade vi stigande priser på energi och sjunkande på livsmedel. 2006 hade det reala priset på vete sjunkit till en femtedel av vad det var 40 år tidigare. Under samma tid hade priset på drivmedel tredubblats. Då var botten nådd vilket bland annat visade sig genom att det var lönsamt att göra drivmedel (etanol) av vete. Det kom också andra energigrödor som började konkurrera om marken.

Tillfälliga obalanser

Efter 2006 har vetepriset hämtat in lite på drivmedelspriserna. Vetepriset har stigit 70 procent realt medan drivmedlen



MOT STRÖMMEN. Västmanlands län gick framåt även i branscher som i genomsnitt minskade i landet som helhet.

DIAGRAM 2. Länsvis procentuell tillväxt för värdet av livsmedelsproduktionen mellan 2010 och 2012. Beräkningar baserade på statistik från Jordbruksverket och SCB.

stigit 20 procent. Den kraftiga prisökningen förklaras delvis av att prisskillnaden var för stor 2006. Det tar lite tid att få igång produktionen av bioenergi och därför kunde vetepriset sjunka under brytpunkten. En annan del är att vetepriset nu är ovanligt högt, så pass högt att det knappast lönar sig att göra etanol. Tillfälliga obalanser på världsmarknaden kan få kraftiga priseffekter. Detta är något vi får leva med framöver.

Tre miljarder i tillväxt

Utvecklingen efter 2010 visar tydligt att det är spannmålen som har varit draglok i värdetillväxten. Bakom ökningen av det reala produktionsvärdet för svensk spannmål med 41 procent ligger både ett högre pris och en ökad volym. Spannmålen är dock inte ensam om att ha en real tillväxt långt över det generella målet på 1 procent per år. Ägg, kyckling, lamm och oljevaxter har också vuxit snabbt. Gris, nötkött och mjölk har däremot haft det tufft med sjunkande produktionsvärden som följd. Trädgård hade ett rekordår 2011 men de preliminära och mycket osäkra uppgifterna för 2012 indikerar att utfallet då blev sämre.

Sammantaget för alla produktionsgrenar beräknas det reala produktionsvärdet för 2012 bli 5,2 procent högre än 2010. Detta är något mindre än 2011 men ändå långt över målet på 2 procent för två år. Räknat i pengar handlar det om en tillväxt med nästan två miljarder kronor i fast penningvärde. ©

Stora regionala skillnader i tillväxt

När statistiken bryts ner på regional nivå framkommer stora regionala skillnader i tillväxt.

- ◀ Under perioden 2010 till 2012 ligger Västmanlands län i topp med en real tillväxt på 26 procent. Därefter kommer Stockholms, Södermanlands och Gotlands län (se diagram till vänster).

Det finns även regioner som tappat i produktionsvärde sedan 2010. Störst bortfall har Västernorrlands län där produktionsvärdet minskat med 14 procent. Jämtlands, Norrbottens, Västerbottens och Jönköpings län ligger också dåligt till.

Den generella bilden är att län med mycket spannmål och oljevaxter har haft bättre tillväxt än de som domineras av mjölk och nötkreatur. Intressant är dock att en del regioner lyckats få tillväxt även i branscher som generellt utvecklas svagt. Västmanland hade en real tillväxt för mjölk, nöt och gris både 2011 och 2012.

Kalmar är också ett exempel där bransch efter bransch har en bättre utveckling än rikssnittet. Om varje bransch haft samma utveckling i Kalmar län som rikssnittet så skulle Kalmar tappat 1 procent eller 20 miljoner i realt produktionsvärde mellan 2010 och 2012. Nu hade man istället en tillväxt på 100 miljoner kronor.



Spannmålen är loket i tillväxten

Den svenska produktionen av spannmål har vuxit i värde med tre miljarder på två år. Och den kan öka ännu mer.

Spannmålen har haft en mycket positiv utveckling sedan 2010. Det reala värdet av den spannmål som produceras i Sverige har stigit med 3 miljarder, eller 50 procent. Grunden är högre priser på världsmarknaden.

Spannmål är en lite speciell produkt genom att det sker en omfattande internationell handel redan med jordbruksråvaran. Detta gör att priset till bonden i mycket hög grad är kopplat till världsmarknaden för spannmål och i mindre grad beroende av betalningsförmågan hos den inhemska förädlingsindustrin.

Energipriser lyfter spannmål

Drivkrafterna på den internationella marknaden diskuterades redan i inledningen. Slutsatsen var att vi fick ett trendbrott 2006, decennier av sjunkande reala priser byttes i en uppåtgående trend och orsaken bakom är det ökade behovet av förnyelsebar energi kombinerat med ökad efterfrågan på mat.

2005 var priserna i botten och lönsamheten i odlingen var mycket låg. Priserna vände dock uppåt med början hösten 2006 och 2007 blev ett rekordår med höga priser och god lönsamhet. Framtidstron återvände och odlingen ökade, men 2009 kom ett bakslag genom att priserna rasade. Många trodde nu att de höga priserna hade varit en tillfällighet och odlingen minskade åter 2010.

Fortsatt tillväxt möjlig

Hösten 2010 började priserna åter stiga och de har sedan fortsatt stiga. 2012 var de genomsnittliga reala spannmålspriset 19 procent över priset 2010. Den ökade lönsamheten har också medfört ökad odling. 2011 var skörden 4,6 milj ton. Detta toppades 2012 då skörden var rekordstor, 5,1 milj ton (19 procent mer än 2010).

Den höga skörden var en kombination av gynnsamt väder, ökad areal (+4 procent) och att den högre prisnivån har stimulerat till fler åtgärder som höjer skördenivån.

Trots att 2012 var ett rekordår finns det potential till ytterligare ökning. I slutet av 1990-talet låg skördarna ofta över 5,5 miljoner ton.

Svensk spannmål tål att jämföras

Ökad spannmålsodling är inte bara fysiskt möjligt utan det kan också vara ekonomiskt intressant. I rapporten "Grön konkurrenskraft" som tagits fram av LRF Konsult, LRF och Jordbruksverket framgår det att lönsamheten är högre i Sverige än i många andra länder. Den framhåller att odlingen i södra Sverige inte begränsas av klimatet och att konkurrenskraften där är relativt god, inte minst i jämförelse med grannlandet Danmark och kornboden Australien. Till skillnad från världens kornbodar är inte vatten en begränsande faktor i Sverige.

Rapsen mot nya höjder

Oljeväxterna har haft en positiv utveckling sedan 2010. Trots minskad areal har skörden ökat med 15 procent. Priset för raps/rybs har i stort sett följt inflationen varför produktionsvärdet har stigit kraftigt de senaste åren. ☺

STIGANDE SPANNMÅLSPRISER. Diagrammet till höger visar med index hur volymen och värdet på den samlade svenska spannmålsproduktionen har varierat sedan 1995. Spannmålspriserna gick upp kraftigt 2006 och har, med undantag för 2009, legat på hög nivå historiskt sett. Mellan 2010 och 2012 har värdet stigit med 50 procent när hänsyn tagits till inflationen. Som framgår av diagrammet är det ökade produktionsvärdet en kombination av ökad volym och ett högre pris.

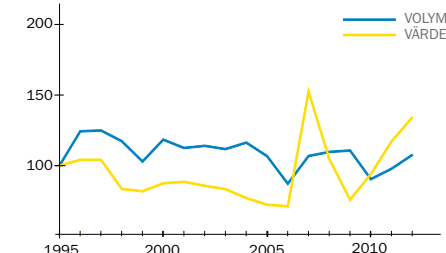


DIAGRAM 3. Index som visar spannmålsens volym och reala värde efter EU-inträdet. Källa: Jordbruksverket och SCB.

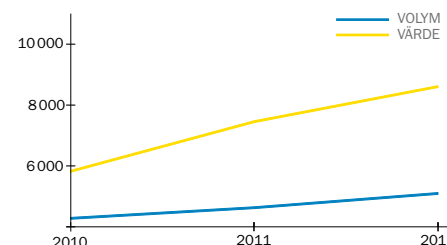


DIAGRAM 4. Volym (miljoner ton) och nominellt värde (miljarder kronor) för svensk spannmål 2010 till 2012. Källa: Jordbruksverket och SCB.

FORTSATT TILLVÄXT? Diagrammet till vänster visar hur volymen och värdet av svensk spannmålsproduktion har ökat under 2010 till 2012. Trots att 2012 var ett rekordår finns det en potential att öka värdet ytterligare.

Under 2012 producerades 5,1 miljoner ton spannmål i Sverige. I slutet av 1990-talet låg skördarna över 5,5 miljoner ton per år. Kommer vi tillbaka till den nivån, och om priserna fortsätter att vara höga, kan betydande värden adderas till rekordresultatet 2012.

RME lyfte rapsen 300 procent

Rapsen har blivit en allt viktigare gröda i svenskt lantbruk. Värde mässigt är den nu vår sjätte största produktionsgren, större än till exempel kyckling, ägg eller lamm.

Sedan 2005 har värdet på den svenska oljeväxtodlingen trefaldigats. Främst beror det på högre priser, drivna av en ökad efterfrågan på RME, men också på att volymen har ökat med över 50 procent.

Ekologiskt mervärde når fram

Drygt sju procent av spannmålsarealen är ekologisk. Eftersom skörden är lägre blir bara fyra procent av volymen ekologisk. Men priserna på ekospannmålen är betydligt högre och en stor del av det ekologiska mervärdet kommer gårdarna till del. 2011 handlade det om 200 miljoner extra från marknaden till dem som odlade ekologisk spannmål jämfört med om de hade odlat konventionellt.

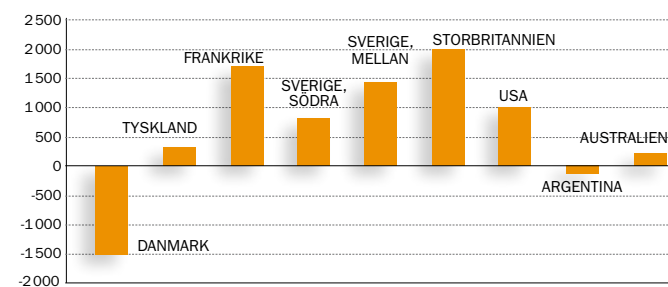


DIAGRAM 5. TB 3 för vete i kronor per hektar i olika länder. Källa: Agri benchmark.

KONKURRENSKRAFTIG. Svensk spannmålsodling är konkurrenskraftig i förhållande till andra länders produktion. Diagrammet visar TB 3, alla intäkter minus alla kostnader, i svenska kronor per hektar. Resultaten är ett medeltal för åren 2008 till 2011. Bra klimat och god tillgång till vatten gynnar svensk spannmål.



Mjölken ökar i motvinden

Svensk mjölkproduktion har tappat 700 miljoner kronor i värde de senaste två åren. Ändå har mjölkvolymen ökat.

Mjölkbönderna i Sverige har under 2012 upplevt ett av sina besvärligaste år på länge. Kombinationen av lågt mjölkpris och högt pris på foder gjorde fjolåret tufft för mjölkproducenterna. Täckningsbidraget (TB1) för en mjölkko med tillhörande rekryteringskviga har sjunkit med 4 200 kronor per ko och år de senaste två åren.

Volymen ökade

Ändå är 2012 året då mjölkvolymen ökade efter att ha minskat under en rad av år. Bakgrunden är sannolikt att prishöjningarna under 2010 gav en framtidsstro som drygt ett år senare mynnade ut i ökad mjölkvolym. Men även under 2012 fortsatte semineringsarna att öka under årets tio första månader. Först i november och december minskade semineringsarna jämfört med samma månader 2011, vilket antagligen kommer leda till minskade volymer igen i slutet av 2013.

Mjölkpriset låg på topp vid årsskiftet 2010/2011, men har sjunkit sedan dess.

Genomsnittet för 2012 låg nio procent under 2010 när inflationen beaktas. Det lägre priset gör att produktionsvärdet 2012 i reala siffror beräknas hamna 700 miljoner kronor under 2010, vilket är en minskning med nio procent. Om inflationen inte beaktas har värdet sjunkit med 146 miljoner kronor.

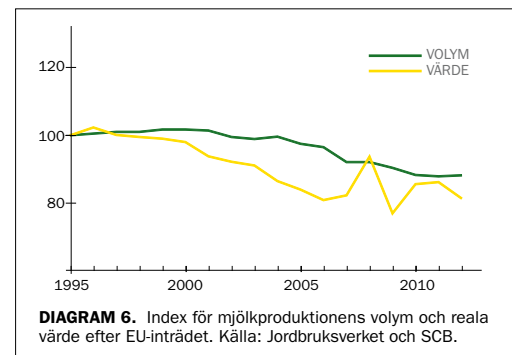
Sjunkande mjölkpriser

Sett i ett lite längre historiskt perspektiv har mjölkpriset sjunkit markant. I reala termer får bonden nästan 20 procent lägre pris idag jämfört med 1995. Från 1995 och fram till 2006 sjönk priset i ganska jämn takt. Efter 2006 har mjölkpriset internationellt och i Sverige svängt kraftigt. Från 2006 skedde detta i takt med priset på foder, men med viss eftersläpning. Detta mönster bröts dock 2012 när mjölkpriset sjönk samtidigt som spannmålspriserna fortsatte att stiga.

Ökad följsamhet

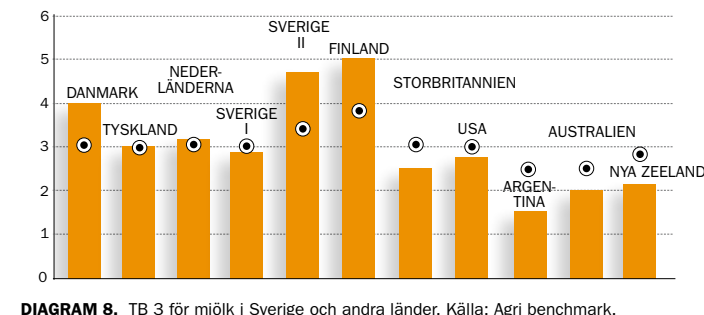
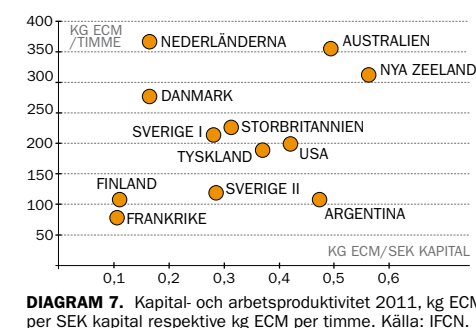
Jämfört med de stora produktionsländerna på södra halvklotet har vi ändå ett förhållandevis högt mjölkpris. Det framgår av rapporten *Grön konkurrenskraft* där statistik för 2011 redovisas. Problemet är att kostnaderna också är höga.

De effektivaste svenska gårdarna klarade sig ganska bra under 2011, men många andra gjorde det inte. Och under 2012 gick det sämre för alla. I *Grön konkurrenskraft* sägs att de svenska mjölkföretagen utmärker sig genom god djurhälsa, hög avkastning per ko och hög fodereffektivitet. Priset på mark tillhör också fördelarna, medan kostnaderna för arbete, maskiner och byggnader är relativt höga.☺



DALANDE KURVOR. Diagrammet till vänster visar med index hur volymen och värdet på den samlade svenska mjölkproduktionen har varierat sedan 1995. Kombinationen av sjunkande priser och sjunkande volymer innebär att svensk mjölkproduktion har tappat miljardbelopp sedan EU-inträdet för 18 år sedan. Under 2012 var värdet i närheten av historiskt låga nivåer. Trots detta och trots höga foderpriser så fortsatte volymerna och semineringsarna att öka under 2012 års tio första månader.

PRODUKTIVITET MJÖLK. Diagrammet speglar olika typgårdars strategier; arbetsintensiva eller kapitalintensiva. Sverige representeras av två typgårdar, en medelstor besättning med uppbundna kor (Sverige II) och en större lösdriftsgård med mjölkning i grop (Sverige I). En slutsats i *Grön konkurrenskraft* är att det är större skillnader mellan gårdar än mellan länder. I Danmark och Holland har man i hög grad lyckats få ned arbetsförbrukningen via kapitalkrävande investeringar.



KONKURRENSKRAFT. Staplarna i diagrammet visar kostnaderna i mjölkproduktionen och krysset vilket mjölkpriset är (år 20xx). Av diagrammet framgår att mjölkpriset i Sverige är relativt högt, men att höga kostnader försvagar konkurrenskraften.

Ekomjolk tillförde 388 miljoner

Under 2011 gav den ekologiska mjölken ett mervärde till mjölksektorn på 388 miljoner kronor. Detta är pengar som tillkommer för att ekomjölken betalas med ett högre pris på marknaden. Under 2010 var samma siffra 348 miljoner. Siffrorna för 2012 är inte klara när denna rapport skrivs, men klart är att volymen ekomjolk ökade med 30 miljoner ton jämfört med året innan, dock med en lägre merbetalning.

Ekoproduktion är mer lönsam

Lönsamheten var under 2011 betydligt bättre i ekologisk produktion än i konventionell. Trots att bara 11,6 procent av all mjölk som produceras i Sverige är ekologisk, så står ekoproduktionen för en stor del av mjölkgårdarnas ekonomiska resultat. Av allt överskott till kapitalkostnader för mark och byggnader i mjölkproduktionen under 2011 hamnade 33 procent på ekogårdarna.

Nöt och lamm åt olika håll

Nötköttets produktionsvärde har minskat de senaste två åren, men produktionsvärdet för lamm har ökat.

Det svenska nötköttet har backat något sedan 2010. Men pris och volym har rört sig i olika riktningar. Enligt statistiken är den slaktade volymen 2012 nio procent lägre än den var 2010.

En viktig händelse under perioden var att handjursbidragen togs bort från och med den första januari 2012. Därför såg många till att slakta ut djur i slutet av 2011. Det gör att slaktvolymen för 2011 är högre än den annars skulle varit. Av samma anledning blir volymen 2012 lägre.

Nötproduktionen minskar

Priset, med hänsyn taget till inflationen, var under 2012 2,3 procent högre än 2010. Den sammantagna effekten av väsentligt lägre volym och ett något högre pris gjorde att produktionsvärdet för det svenska nötköttet sjönk med nästan sju procent mellan åren 2010 och 2012. Även denna siffra blir missvisande på grund av den stora utslaktningen i slutet av 2011.

Med en justering för detta så skulle det reala produktionsvärdet ha sjunkit med i cirka tre procent mellan åren 2010 och 2012.

Det svenska producentpriset för nötkött ligger i nivå med genomsnittet i EU. Eftersom priset i butik är betydligt högre för svenskt kött än för importerat, går det att dra slutsatsen att de svenska mervärdena som faktiskt tas ut i konsumentledet inte kommer bonden till del, utan försvinner i längs vägen. Detta är ett bekymmer eftersom vi



har ett högt kostnadsläge som delvis beror på de uppfödningssätt som bidrar till att skapa detta mervärde.

Mindre dålig lönsamhet

De internationella jämförelser som redovisas i rapporten *Grön konkurrenskraft* visar ändå att lönsamheten i den svenska nötköttsproduktionen är mindre dålig än i många andra länder. Om bilden av en global nötköttsproduktion med dålig lönsamhet stämmer kan man förvänta sig att priset för nötkött kommer stiga såväl internationellt som i Sverige.

I Grön konkurrenskraft sammanfattas läget för svenskt nötkött med att vi i Sverige har naturligt goda förutsättningar för vallodling och hög kompetens hos producenter. Detta ger bra möjligheter att minimera importen av proteinfodermedel och bidrar till en miljömässigt hållbar produktion. Men dagens generellt höga kostnadsläge betingat av bland annat klimat, struktur och regelverk försvårar dock möjligheterna att nå en långsiktig ekonomisk hållbarhet i den svenska nötköttsproduktionen.

Lammanäringen växer

Lammanäringen har haft en positiv utveckling under lång tid. Volymen har ökat stadigt sedan vi gick med i EU och priserna har följt inflationen. Det reala produktionsvärdet ligger nu 63 procent högre jämfört med 1995 när vi gick med i EU. Trots detta ligger de svenska lammpriserna fortfarande under nivån inom EU. ©

SJUNKANDE VOLYMER FÖR NÖT. Nötköttet har sedan EU-inträdet präglats av sjunkande volymer och sjunkande priser. Av diagrammet till höger framgår att det totala reala produktionsvärdet har sjunkit mer än volymerna.

Det är ett resultat av att det reala priset på nötkött i ett längre perspektiv har sjunkit. Efter 2009 har det återhämtat sig något och under inledningen av 2013 steg nötköttspriset ytterligare. Precis som för övriga djurslag påverkas nötköttsproduktionen av de höga foderpriserna.

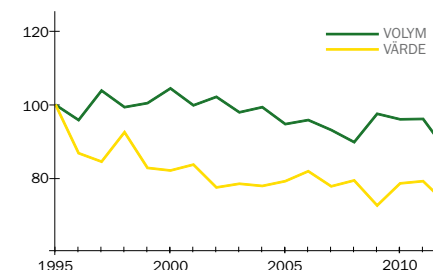


DIAGRAM 9. Index för volym och realt värde för svenskt nötkött 1995 till 2012. Källa: Jordbruksverket och SCB.

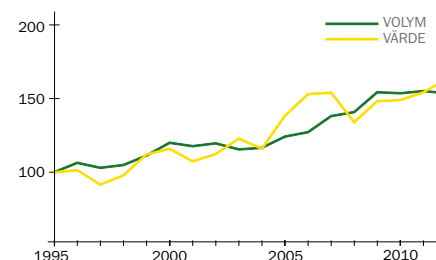


DIAGRAM 10. Index för lammköttets volym och reala värde efter EU-inträdet. Källa: Jordbruksverket och SCB.

LAMMANÄRNINGEN VÄXER. Lammanäringen har haft en real tillväxt motsvarande tre procent om året under 17 års tid. Även utvecklingen efter 2010 har varit positiv. Mellan 2010 och 2012 steg det reala priset på lammkött med sex procent. Eftersom också volymen ökade något blev tillväxten i produktionsvärdet 9,5 procent på två år. I alla siffror ovan är inflationen borträknad. Det totala produktionsvärdet för den svenska lammproduktionen under 2012 var 139 miljoner kronor.

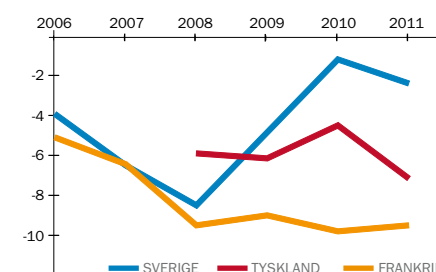


DIAGRAM 11. Lönsamhet i kronor per kilo, uppfödning av mjölkkrastjurar. Källa: Agri benchmark/Grön konkurrenskraft.

LÅG LÖNSAMHET. I diagrammet till höger jämförs ekonomin i tre företag i Sverige, Frankrike och Tyskland med slutuppfödning av mjölkkrastjurar. I intäkterna inkluderas slaktvärde och EU-ersättningar, exklusive gårdsstöd.

Lönsamheten beräknas som nettot efter alla betalda kostnader och avskrivningar samt kostnader för eget kapital och eget arbete värderat med alternativvärde.

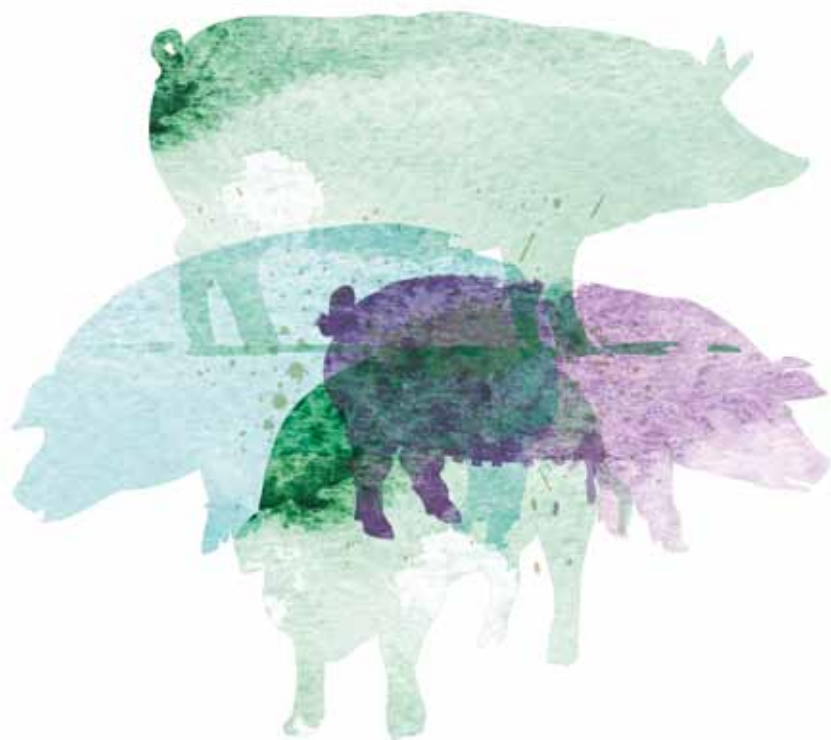
Samtliga har svag lönsamhet, men Sverige lite mindre dålig.

Miljöstöd ger fördel för eko

Av de nötungdjur som föds upp till slakt i Sverige är 13 procent ekologiska. Det ekologiska nötköttet har en låg merbetalning från slakterierna vilket beror på en god tillgång. En stor andel av det ekologiskt producerade nötköttet går in bland de konventionella volymerna. Trots låg merbetalning är täckningbidraget för ekologisk nötköttsproduktion bättre än för konventionell, vilket förklaras av miljöstöden.

Ekolamm mindre lönsamma

Kalkylen för ekologisk lammproduktion visar sämre resultat än den för konventionell. Trots det är en relativt stor andel av lammproduktionen ekologisk (16 procent). Att ekokalkylen är svag beror på att merpriset för ekolamm är litet eller obefintligt. Därmed gör det dyrare kraftfoder till de ekologiska lammen att kalkylen blir sämre. Den ekologiska foderodlingen hjälper upp resultatet för många lammproducenter.



Motvinden avtar för grisen

Priset till svenska grisproducenter nådde 2012 upp till snittet i EU. Lönsamheten är på väg att återhämta sig.

Grisproduktionen i Sverige har under lång tid tappat både i volym och i värde. Denna utveckling har inte kunnat brytas de senaste två åren. Under 2012 har avräkningspriset vänt uppåt. De priser som används här avser gris klass E och är ett genomsnitt av priset från de större slakterierna. Samma siffror används i rapporteringen till EU och är de som är mest representativa. Enligt denna statistik sjönk priset 2011 för att åter

öka 2012. Realt räknat låg producentpriset 6 procent högre 2012 än vad det gjorde 2010. Slaktvolymen har fortsatt att minska och 2012 låg volymen 10 procent under 2010 som en effekt av den dåliga lönsamheten 2011. Prisnivån ligger sedan slutet av 2012 över EUs snitt vilket bör leda till en ljusning de närmaste åren. Djurvälståndssättningen som infördes 2012 bidrar också till ett bättre läge.

Mindre regleringar

Grisköttet skiljer sig från nötköttet genom att marknaden har varit mindre reglerad och genom att det aldrig har funnits några produktionskopplade EU-ersättningar. Detta har gjort att priserna svängt upp och ner på ett mer påtagligt sätt under en längre tid.

De internationella jämförelser som redovisas i rapporten *Grön Konkurrenskraft* visar att lönsamheten är låg på många håll i världen men att problemet är särskilt påtagligt i Sverige. Visserligen har priset till producent nått upp över snittet inom EU, men med

STIGANDE PRISER PÅ GRIS. Volymen på den svenska grisproduktionen var mer än 20 procent mindre 2012 jämfört med 1995. Dålig lönsamhet under en lång rad av år har gjort att sektorn har krympt successivt. Eftersom priserna på griskött i det längre perspektivet har utvecklats sämre än inflationen har också det totala produktionsvärdet minskat mer än volymen. Under 2012 och inledningen av 2013 har priset på griskött stigit något, men fortfarande inte tillräckligt för att volymerna ska börja öka.

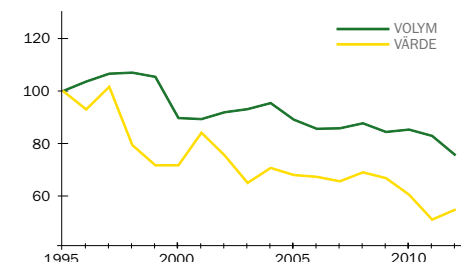


DIAGRAM 12. Index som visar grisköttets volym och reala värde efter EU-inträdet. Källa: Jordbruksverket och SCB.

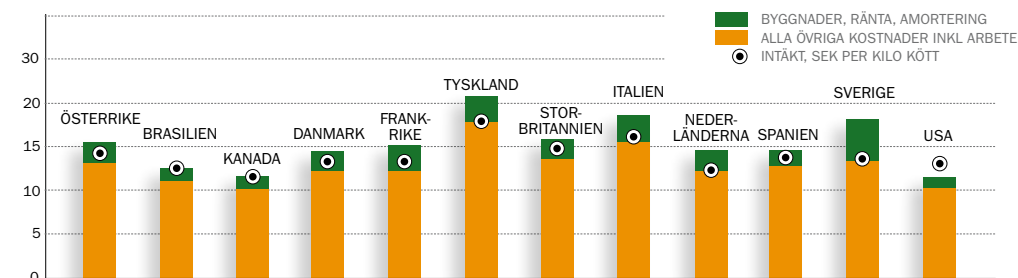


DIAGRAM 13. Produktionskostnader och pris på griskött i olika länder. Källa: InterPIG.

våra högre kostnader så har det ännu inte räckt till. Det är framför allt i smågrisuppfödningen som nackdelarna gör sig gällande. I slutuppfödningen har vi goda resultat med hög tillväxt och låg foderförbrukning.

Effektiv produktion

Sammantaget sägs i *Grön konkurrenskraft* att den svenska grisproduktionen präglas av en relativt hög produktionseffektivitet, med ett bra hälsoläge. Det goda hälsoläget bidrar till en god tillväxt på grisarna samt låga veterinär- och medicinkostnader. Miljöbelastningen är låg i och med god tillgång på spridningsareal. Svensk produktion har högre bygg- och arbetskostnader än många andra länder, vilka delvis kan kopplas till djurskydds krav.

På samma sätt som för nötkött är priset i butik betydligt högre för färskt svenskt griskött jämfört med importerat. Eftersom en stor del av grisköttet säljs som charkråvara är lanseringen av Svenskt Kött-märket viktigt och under 2012 lanserades också koncept som Rapsgrisen och Guldgrisen. ©

HÖGA BYGGKOSTNADER. Diagrammet ovan speglar lönsamheten i grisproduktionen i ett antal länder i världen. Svensk grisproduktion utmärks av ett mycket gott hälsoläge vilket ger låga veterinär- och medicinkostnader och en bra tillväxt på grisarna.

Miljöbelastningen är också låg tack vare god tillgång på spridningsareal. Det finns även ett stort förtroende hos konsument grundlagt av en god djurvälstånd och ambitiös djurskyddslagstiftning.

Svensk grisproduktion har högre byggnads- och arbetskostnader än många andra länder, vilka delvis kan kopplas till våra djurskydds krav. Dessa merkostnader är svåra att få betalt för på den svenska marknaden.

Av diagrammet framgår att det bara var grisproduktionen i USA som hade full täckning för sina kostnader under 2011. Diagrammet visar också vilken stor betydelse de svenska byggkostnaderna har för ekonomin i grisproduktionen.



Fortsatt uppåt för fjäderfä

Både slaktkycklings- och äggproduktionen växer snabbt och produktpriserna följer foderpriset utan eftersläpning.

Slaktkycklings- och äggproduktionen skiljer sig i många avseenden från övriga djurproduktioner i svenskt lantbruk. Ett särdrag är att branscherna över tid har vuxit kraftigt i såväl volym som värde.

50 procent upp

Priset på slaktkyckling har mellan 2010 och 2012 stigit reellt med sju procent och produktionsvärdet har stigit med 5,5 procent. Sett i ett längre perspektiv så produceras idag 50 procent mer kycklingkött i Sverige jämfört med när vi gick med i EU för 18 år sedan. Eftersom priserna har stigit i takt med inflationen är också värdet av slaktkycklingsproduktionen 50 procent större idag.

Utvecklingen har inte varit spikrak. Fram till 2006 släpade priserna på slaktkyckling efter inflationen, men har sedan dess kommit ikapp.

Priset följde fodret

Prisutvecklingen för kyckling är intressant och skiljer sig kraftigt från flertalet andra produkter. Mellan 1996 och 2006 sjönk de reala priserna på samma sätt som den långsiktiga trenden för flertalet produkter. När priset på foder steg 2007 följde dock producentpriset på kyckling med upp.

Utvecklingen för ägg har mellan 2010 och 2012 varit ännu starkare än för slaktkycklingen. Produktionen har ökat med hela 14 procent under tvåårsperioden samtidigt som bondens betalning för äggen har stigit i takt med inflationen. Därmed har även det reala värdet av svensk äggproduktion stigit med 14 procent.

Däremot hade äggnärningen en kämpig tid de första åren i EU. Omställningen från oinredda burar pågick för fullt och volymerna sjönk. Oklar märkning av äggen gjorde det svårt att få ut de mervärden som de höga svenska djurskyddskraven borde gett.

Märkning blev vändpunkt

År 2004 infördes krav på obligatorisk märkning av äggen där det tydligt ska framgå hur hönsen hålls. Detta blev en vändpunkt. Det gick nu att få ett merpris för de olika kvaliteterna. Sedan 2005 har volymen ökat med 30 procent. Under samma tid har det reala produktionsvärdet nästan fördubblats eftersom även prisnivån stigit. Det ger en genomsnittlig real tillväxt med ofattbara 9,5 procent per år. En stor del av prisökningen utgår från de mervärden som skapats genom att vissa ägg är från höns i modifierade burar, andra från frigående höns och några är ekologiska.

Prisutvecklingen för ägg skiljer sig kraftigt från flertalet andra produkter genom att den har en mycket högre följsamhet till foderkostnaderna än andra animalieprodukter. Mellan 1996 och 2005 låg priset ganska stilla med en dipp just 2005 när spannmålspriset var som lägst. När spannmålen sedan steg i pris följde äggen med upp direkt. ©

STOR FRAMGÅNG FÖR KYCKLINGPRODUKTION. Kycklingens tillväxt har pågått under lång tid, med vissa variationer i prisutvecklingen. Från 2006 och framåt har priset på kyckling utvecklats mycket starkt.

Kombinationen av en ökad produktion och ett stigande pris har gjort att produktionsvärdet tog ett rejält skutt från 2006 och fram till 2012. Utvecklingen mellan 2010 och 2012 var stark med en real tillväxt för produktionsvärdet på 5,5 procent vilket motsvarar 53 miljoner kronor, inflationen borträknad.

UPPÅT FÖR ÄGGEN. Äggproduktionen har utvecklats positivt i Sverige från 2005 och framåt. Den positiva trenden höll i sig också under perioden 2010 till 2012. Volymen ökade med 14 procent och priserna steg i takt med inflationen. Det innebär att produktionsvärdet för svenska ägg under tvåårsperioden steg med 14 procent reellt. Denna tillväxt motsvarar ett ökat produktionsvärde med 134 miljoner kronor i reala termer, vilket innebär att beloppet har justerats för inflationen under samma period.

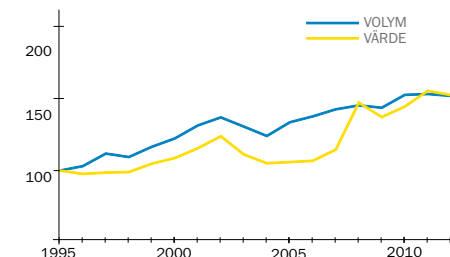


DIAGRAM 14. Index som visar kycklingköttets volym och reala värde efter EU-inträdet. Källa: Jordbruksverket och SCB.

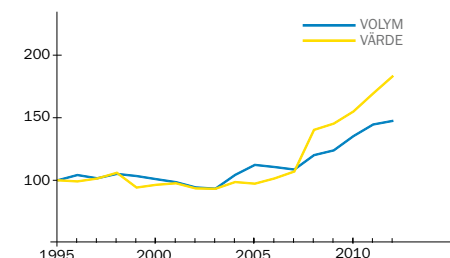


DIAGRAM 15. Index som visar äggens volym och reala värde efter EU-inträdet. Källa: Jordbruksverket och SCB.

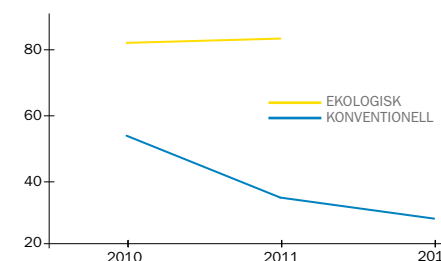


DIAGRAM 16. Täckningsbidrag för värphöns, kronor per höna per år. Källa: Beräkningar baserade på kalkyler från HS.

EKOÄGGEN LÖNSAMMA. Trots framgångar för sektorn totalt har lönsamheten i den konventionella produktionen minskat de senaste åren. Räknat som täckningsbidrag per höna var den ekologiska produktionen betydligt mer lönsam än den konventionella under 2010 och ännu mera under 2011. Det sammanlagda mervärdet av den svenska ekologiska äggproduktionen under 2011 var 50 miljoner kronor. Detta är intäkter som tillkommer på grund av att äggen säljs med ekotillägg.

Nästan dubbla priset för ekoägg

12 procent av hönsen ekologiska

Den ekologiska produktionen är stor för ägg trots att det är en ganska stor skillnad i produktionsteknik. De ekologiska värphönsen ska bland annat ha tillgång till större yta och möjlighet att gå ut när vädret tillåter.

I gengäld är merpriset också relativt högt. Genomsnittet för 2012 var ett producentpris på 22,44 kr/kg för ekologiska ägg medan priset för ägg från burhöns låg på 11,71 kr/kg. Det handlar alltså nästan om dubbla priset för de ekologiska äggen jämfört med de konventionella.

Ett mellanting är äggen från frigående höns som låg på 13,40 kr/kg.

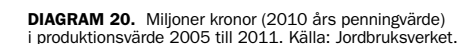
Det höga mervärdet på marknaden lägger grunden för en god lönsamhet i den ekologiska äggproduktionen trots att arbetsättgången är högre liksom många andra kostnader. Detta gör i sin tur att så mycket som 12 procent av hönsen är ekologiska.



Trädgårdsodlingen hade ett rekordår 2011. Det reala produktionsvärdet ökade med 600 miljoner eller med 10 procent. Många av uppgifterna för 2012 är inte framme ännu när denna rapport skrivs.

Mest data finns för potatis eftersom potatisen ligger tillsammans med jordbruksgrödorna i statistiken. Där visar de preliminära

Uppgifterna för hur odlingen var 2012 finns tyvärr ännu inte tillgängliga på detta sätt. Även uppgifter gällande den ekologiska odlingen av trädgårdsväxter är mycket osäkra och knapphändiga.©



Eko drar in en extra miljard

Om man räknar ihop den merbetalning de ekologiska produkterna genererar på marknaden blir summan 1,1 miljard kronor.

Den ekologiska produktionen har en stark position på marknaden och står för sju procent av den producerade volymen av livsmedel i Sverige. Samtidigt används närmare 13 procent av arealen till ekologisk odling. Skillnaden beror på den lägre avkastningen per hektar i ekologisk odling.

Bättre lönsamhet

Om man leker med tanken att hela Sverige var ett enda stort lantbruksföretag så skulle den delen av gården som drivs ekologiskt ge mer betald arbetstid och ett betydligt större bidrag till kapitalkostnader för mark och byggnader. Nästan 14 procent av den betalda arbetstiden på gården skulle komma från ekoproduktionen och hela 27 procent av ersättningen till kapitalkostnaderna för mark och byggnader.

Bättre lönsamhet

Lönsamheten i den ekologiska produktionen är helt enkelt bättre än i den konventionella. Framför allt beror detta på en kombination av att de ekologiska produkterna betalas bättre på marknaden och att kostnaden för inköpta förmödenheter är betydligt lägre. En viss betydelse har också ekostödet. På gården Sverige visar beräkningar att ekoproduktionen i snitt ger ett netto på 2 750 kronor per hektar, medan den konventionella produktionen bara ger 1 050 kronor per hektar.

Värdet av alla ekologiska produkter som säljs från svenska gårdar har beräknats till 3,7 miljarder kronor. Av detta är 1,1 miljarder merbetalning som hänger ihop med att produkterna är ekologiska. Dessa nya siffror visar att värdet i bondeledet tidigare har underskattats i de uppskattningar som gjorts av företaget Ekoweb. En skillnad är att värdet av fodersäden inte

STÖRSTA PRODUKTERNA. Mjölk, ost och ägg är den grupp av ekoprodukter som omsätter mest. Därefter kommer grönsaker.

inkluderas i Ekoweb's siffror. Den viktigaste skillnaden är dock att Ekoweb enbart räknar värdet för de ekologiska produkter som når hela vägen fram till konsument. I de beräkningar som redovisas här inkluderas allt som produceras ekologiskt. Av olika skäl är det en stor del av de ekologiska råvarorna som i slutänden inte hålls isär och saluförs som ekologiska. Dessa volymer har tidigare missats helt trots att de har ett betydande värde även om de säljs som konventionella produkter.

Missade mervärden

Att mervärdena i den ekologiska produktionen inte förvaltas och förmedlas av efterföljande led drabbar de ekologiska producenterna genom att merbetalningen inte motsvarar mervärdet på marknaden. Nötkött är ett tydligt exempel på detta. Prisskillnaden är stor i butik men obetydlig till producent. Uppskattningsvis handlar det om 750 miljoner kronor som går förlorade genom att mervärdet i produkterna inte når hela vägen fram. Den dåliga matchningen på marknaden är anmärkningsvärd eftersom det samtidigt finns en kraftig efterfrågan, bland annat från offentliga upphandlare. ☉

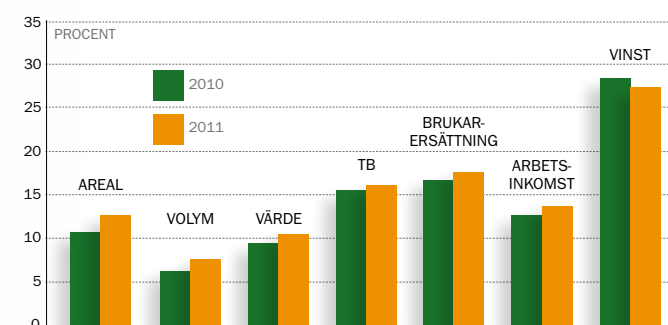


DIAGRAM 21. Den ekologiska produktionens andel i procent av svenskt jordbruk. Beräkningar baserade på produktionsgrenskalkyler från Hushållningssällskapet och statistik från Jordbruksverket och SCB.

Stor potential på ekomarknaden

Den svenska marknaden för ekologiska livsmedel innehåller sannolikt ytterligare affärsmöjligheter motsvarande många hundratals miljoner kronor i mervärden. Om den potentiella efterfrågan som finns från offentliga upphandlare och från vanliga konsumenter tillgodosågs med svenska produkter skulle svinnet av ekologiska varor till den anonyma marknaden försvinna.

Ekologisk produktion underskattas

Den ekologiska produktionens betydelse i svensk livsmedelsproduktion tenderar att underskattas om man ser till andelen av den odlade arealen eller den producerade volymen.

Eftersom lönsamheten ofta är väsentligt bättre i ekologisk produktion än i konventionell så blir ekoproduktionens andel av de totala täckningsbidragen och den totala ersättningen för kapital och byggnader betydligt högre än dess andel av den totala volym som produceras.

Projekten som lyfter maten

Två år efter att livsmedelsstrategin antogs pågår arbetet för fullt. Och det är inte bara inom LRF som engagemanget är stort. Många andra har anslutit längs vägen.



När LRFs livsmedelsstrategi beslutades för två år sedan var förväntningarna stora. Målen var ambitiösa, idéerna många och viljan att bidra stark i hela LRF-organisationen. Efter två år myllrar det av aktiviteter på alla plan. Idéerna bakom projekten har olika ursprung. Många härstammar från de analyser som gjordes under förarbetet och från medlemsdialogerna. Andra har uppstått genom nya initiativ i regionerna och några för att externa aktörer kommit med spännande förslag.

Olika sorters projekt

Projekten har också väldigt olika karaktär. I Sydost har ett lobbyarbete för en större frihet att utveckla och rationalisera den egna gården vunnit gehör. I Jämtland fick graffiti-konstnärer i uppdrag att måla *Mjölken är tjockare än vatten* på rundbalar i landskapet vilket väckte stor uppmärksamhet. Med Halland som bas växer den nationella storsatsningen

”Många
tycks dela de
ambitioner som
uttrycks i
strategin och
sluter upp med
kunskap och
pengar.

på *Lean Lantbruk* fram. Och under våren 2013 sjsätts *Våga Fråga*, ett projekt som på ett tydligt sätt involverar både riksorganisationen och regionerna. För att bara nämna några.

Många vill vara med

Livsmedelsstrategin har också gjort avtryck i omvärlden. Många tycks dela de ambitioner som uttrycks i strategin och sluter upp med kunskap och pengar. En hel del av projekten som pågår har därför extern delfinansiering. Några av de som deltar är Jordbruksverket, EU, rådgivningsföretag, dagligvaruhandelsföretag, storköksgrossister, restaurangföretag, SLU och statliga forskningsstiftelser.

Det säger sig självt att kraften blir större ju fler som deltar och det finns nu en betydande energi i den rörelse som i stor utsträckning tog avstamp i LRFs livsmedelsstrategi. På de följande sidorna presenteras många, men fortfarande bara ett urval, av alla de spännande projekt som pågår. ☉

”Målen var
ambitiösa,
idéerna många
och viljan att
bidra stark inom
hela LRF. Efter
två år myllrar
det av
aktiviteter.

Full fart i LRFs 17 regioner

De regionala projekten är de som är synligast för medlemmarna och kan ge snabbast effekt på gården.

Regionerna i LRFs organisation har en mycket viktig roll. Det gäller också i förverkligandet av livsmedelsstrategin. En del av resurserna som avsatts i satsningen har öronmärkts och lokaliseras till regionernas arbete med att få livsmedelsproduktionen att växa. För första gången någonsin finns det nu genomarbetade tillväxtplaner i alla LRFs regioner. Planerna har tillkommit genom analyser av styrkor och svagheter i den egna regionens branscher och medlemsföretag.

Rådslag och dialoger

Viljan att arbeta med flera led i livsmedelskedjan är också utbredd. Det har hållits rådslag med industri, handel, myndigheter och rådgivare för att skapa en gemensam bild av möjligheter och hinder.

Allt som allt har detta resulterat i en lång rad projekt som på olika sätt stimulerar en utveckling av livsmedelsproduktionen i de olika regionerna.

Rådslag och dialoger

Många regioner har valt att koncentrera sitt arbete till vissa specifika branscher. Ett exempel är projekt som syftar till att stödja och stimulera mjölkföretagare. Sådana har tagits fram i flera olika regioner. Opinionsbildning och kommunikation har också varit viktiga delar och många regioner har testat nya sätt att påverka lokala beslutsfattare och media. På de följande sidorna presenteras en del av de projekt som pågår. ☉



Genombrott i offentlig upphandling

Dalarna och Gävleborg har länge arbetat med att bereda vägen för mer lokal mat i offentligt drivna storkök. En del av detta arbete har skett inom ramen för metoden "den avancerade dialogen".

Med hjälp av LRFs insatser har 15 lokala leverantörer i dessa regioner kunnat delta i offentliga upphandlingar. Målet var att tio skulle delta. Av de 15 som lämnade anbud fick 12 tilldelning.

Framgång med dialog

I LRF Sydost har den avancerade dialogen gjort intryck. Politiker och andra makthavare bjöds in till möten om hinder för en ökad livsmedelsproduktion i regionen.

LRF Sydost fick bland annat gehör för behovet av att få flytta på odlingshinder som gör det omöjligt att driva en lönsam livsmedelsproduktion.

Mjölkspriset upp med graffiti

LRF Jämtland gjorde succé med kampanjen **Mjolk är tjockare än vatten**. Ica-handlarna i länet anslöt sig. Kunderna gavs möjlighet att betala en krona extra per liter mjölk och pengarna gick till länets mjölkbönder. Nu har graffitin spritt sig över Sverige.

MAT I KVADRAT. I LRFs regioner arbetas det hårt med tillväxt i matproduktionen.

REGIONALA PROJEKT

REGIONALA PROJEKT. Det pågår betydligt fler projekt i regionerna än vad som beskrivs här.

VÄRMLAND. Mjolkprojekt ihop med Hushållningssällskapet med flera i Värmland. Syftar till att öka mjölkproduktionen i regionen genom bland annat resor, seminarier, samordning av rådgivning, ungdomsträffar och politikerträffar. **Inspirationsmöte om Lean Lantbruk.** Seminarium om dränering och översvämningsrisker.

JÖNKÖPING. Projektet **Mera mjölk i Jönköping** har gett en tydlig ökning i planerad stallbyggnation. Föreläsningar om offentlig upphandling och ett planerat projekt för att skydda bördig åkermark. Köttprojekt ska öka tillväxten inom nötkött.

VÄSTRA GÖTALAND. Mat från Skaraborg. är en ny ekonomisk förening med ett eget varumärke för regional mat. Samarbetar med utvecklingsbolag för att bidra till livsmedelsinnovation ihop med livsmedelsföretag i regionen. Utvecklar dialoger.

ÖREBRO. Med projektet **Mjolkgreppet** ska befintliga mjölkproducenter och nya som vill in få stöd. Samordning av utbildning och rådgivning i länet. Träffar om hantering av prissvängningar i jordbruket. Informationsmöten om Lean Lantbruk.

DALARNA. Dialoger med grossister och handel om ökad medvetenhet om lokala råvaror. Planerad dialog med kommunpolitiker. Medverkat till Dalarnas Skördefest. Medverkat i Matrådet för Smaklandet Dalarna. Se även Gävleborg.

HALLAND. Grislyft och Mjölklift med stöd av Leader. Projektet **Lantbruksnavigatören** där mentorer stöttar lantbruksföretagare som vill nå ut på marknaden med mervärden. Påverkan på kommuner kring offentlig upphandling.

SKÅNE. Möten där **upphandlingsenheter möter producenter** har hållits i flera kommuner. **Samverkansprojekt om mervärdeskoncept,** kulinarisk turism och regional dryckesstrategi. Stöd till mjölkprojekt.

SYDOST. Avancerad **dialog med politiker/makthavare** om hinder för ökad matproduktion. Diskuterat vattenskyddsfrågor kommunvis och offentlig upphandling. Konsumentaktiviteter, mjölkprojekt och utbildningar.

GOTLAND. Projekt som ska **stärka gotländskt kött** på marknaden. 14 olika **utbildningsaktiviteter** med totalt 400 deltagare. Nätverken mellan producenterna och slakteriet har stärkts.

GÄVLEBORG. Kartläggning av **matens ursprung** på restauranger lade grunden för medialt genomslag och dialoger med kockar och krögare. Arbete inom **offentlig upphandling** har lett till kontrakt för lokala producenter. Se även Dalarna.

MÅLARDALEN. Möten med politiker om det stadsnära jordbrukets förutsättningar. Med **Bonde för en dag** bjuds skolklasser in till gårdar. Medlemsutbildning i direktförsäljning till konsument (mervärde, logistik mm).

SÖDERMANLAND. Arbetat med branschråd som bland annat bidragit till **ny gymnasieutbildning.** Träff med trädgårdsnäringen med speed meeting mellan trädgårdsföretagare och grossister. Även träffar för nöt- och lammnäringen.

ÖSTERGÖTLAND. Arbetat med branschråd för att göra prioriteringar och få förslag på aktiviteter. **Informationsmöten om Lean Lantbruk.** Studiebesök på lantbruk för mellanstadieelever från Linköping med omnejd.

VÄSTERBOTTEN. På **medieträff** dramatiserade LRF Ungdomen utvecklingen inom jordbruket med diskussion efteråt. **Politikerträff** i Skellefteå. Mediekampanj om bakslidan med handelns egna varumärken.

JÄMTLAND. Graffitiprojektet **Mjolk är tjockare än vatten** där konstnärer bjudits in att måla budskap på plastade rundbalar i landskapet. Informationsträff om Lean Lantbruk. Branschdag på Torsta i Ås bland annat med föredrag om varför lokal mat är bra för miljön. Färkurs för nybörjare.

VÄSTERNORRLAND. Projektet **Smaka på Västernorrland** ihop med Kramfors kommun. Projektet har som mål att öka samverkan och stärka marknadsexponeringen för Västernorrlands mathantverkare, matproducenter och primärproducenter. Hösten 2012 hölls ett stort länseven med matmarknad, mäsas, föreläsningar och underhållning.

NORRBOTTEN. Sponsring av föreställningen **Grabben i graven bredvid** på Norrbottensteatern i Luleå. I foajén hade LRF en monter med bildspel. I samband med teatern hölls tre olika dialoger med politiker och intressenter. **Bondens Butik,** en butik i butiken på ICA Kvantum i Luleå.

SMITTSAMT. Bra idéer sprider sig mellan regionerna. Livsmedelsstrategin växer underifrån.

En bonde på köpet

Våga Fråga är projektet som synliggör den svenska matens ursprung. Beställare är konsumenterna själva.

MOBILAPP. Med mobilappen går det att scanna varors streckkoder. Grön tumme upp gäller varor med svenskt ursprung.



VÅGA FRÅGA. Kampanjen bygger på en stor uppslutning i hela LRF. Ju fler som delar budskapen i sociala medier, desto större genomslag.

Många har haft det på känn och det visade sig stämma. Konsumenter vill verkligen veta var maten kommer ifrån. Man vill veta vem som producerar den och hur. Projektet *Våga Fråga*, och *få en bonde på köpet*, utgår från vad LRF-medlemmar fått veta i dialog med konsumenter. Med *Våga Fråga* har Sveriges bönder tagit saken i egna händer. Det är dags att synliggöra matens ursprung och vilka som står bakom den. Den 23 april lanserades kampanjen i en rad kanaler. Sättet att kommunicera präglas av den nya tiden med webb-TV, sociala medier och mobilappar som läser streckkoder. Men de fakta som utgör fundamentet för det som förmedlas är varken nya eller gamla. De utgår från de djupa kunskaper om djur, växter, miljö och matproduktion som LRFs medlemmar och anställda alltid har haft.

Mobilapp läser streckkod

Webbsidan www.bondepakopet.se är navet. Här kan konsumenterna fördjupa sig i hur den svenska maten produceras, de svenska mervärdena och bondens roll för maten och för Sverige. På webben finns också *Bondehyllan*, där konsumenter kan söka efter verkliga produkter, både sådana som finns i dagligvarubutiken och andra, och få reda på deras ursprung. *Bondehyllan* ger samma svar som den mobilapp som är en annan viktig del av *Våga Fråga*. Med denna app går det att scanna produkters streckkoder och



KONSUMENTDIALOG. Projektet *Våga fråga* utgår från det som konsumenterna har sagt i dialog med LRF-medlemmar.

få svar på om innehållet i förpackningen har svenskt ursprung. Det är helt enkelt slut på att gömma billig importerad mat bakom halvsanningar och allmogelika varumärken.

Underhållning viktigt

Lika mycket som fakta är en viktig del av *Våga Fråga* så är det också viktigt att underhålla. Där kommer *webb-TV* in. I *Våga Fråga* inslag på *webb-TV* förekommer både bönder och kändisar. I intervjuer och reportage får man lära känna bönderna bakom maten, hur deras vardag och liv ser ut. Konsumenterna får ansikten på maten. Målet är att dessa inslag är så inspirerande att många delar dem i sociala medier och på så vis ger dem spridning långt utanför projektet webbsida.

En extra draghjälp vid spridningen ger de utvalda kändisarna och deras aha-upplevelser inför hur maten produceras och var olika produkter egentligen kommer ifrån. Några av kändisarna tävlar i vem som är bäst

på att vara bonde på riktigt, andra går in i butiker och försöker reda ut ursprunget för olika matprodukter.

Medlemmarna avgörande

Men det kanske allra viktigaste för att *Våga Fråga* ska nå hela vägen är en bred uppslutning bland LRFs medlemmar. Ju fler som delar informationen på Facebook, tipsar sina kompisar om mobilappen, lägger in egna produkter på *Bondehyllan* och på andra sätt ger kampanjen ett innehåll och en lokal anknytning, desto bättre kommer det att gå.

Kampanjen innehåller många fler delar. Enklast skaffar man sig en överblick genom att gå in på www.bondepakopet.se och se med egna ögon. Innan dess kan det vara bra att repetera kampanjens huvudbudskap till konsumenterna om fördelarna med svensk mat: "Schysst för dig, säker för alla och smart för Sverige." Allt detta får man. Och dessutom en bonde på köpet. ☺

Sälj direkt till konsument

Att sälja direkt till konsument eller handel är en väg att gå. LRF arbetar för att utveckla dessa kanaler.

Hur lätt det är att få sälja sina produkter via en dagligvarubutik hänger ofta ihop med intresse och kunskap hos den enskilde handlaren eller butikschefen. Och för att intressera fler så behövs det förebilder.

Därför har LRF initierat ett nytt pris på den så kallade Dagligvarugalan som arrangeras av tidningen Fri Köpenskap. Priset kallas "Årets satsning på närproducerad mat". Under 2012 vanns priset av Michal Wieloch som driver en ICA-butik i Lund. Wieloch har visat att en stor andel lokal mat i hyl-lorna lockar nya kunder.

Ny bok om mervärden

Dessutom har flera olika utbildningspaket tagits fram och uppdaterats. Ny är boken *10 mervärdesgrepp* som på ett handgripligt sätt beskriver hur man som bonde kan bygga in mervärden i sina produkter. Sedan tidigare finns också studiematerialet *Vägen till marknaden* som just nu uppdateras och snart kommer i en ny utgåva.

LRF bidrar också till utveckling av mobilappen Mathantverk, som ursprungligen tagits fram av Eldrimner, ett nationellt resurscentrum för mathantverk. Med Mathantverk i mobilen kan konsumenterna söka bland över 1 300 mathantverkare från hela landet. ☉

MÅSTARE I LOKAL HANDEL.
Icahandlaren Michal Wieloch skördar framgångar med lokal mat i sin butik i Lund.



GUIDE I MOBILEN.
Mobilappen Mathantverk gör det lättare för konsumenterna att hitta den lokala maten.

FORTBILDNING. LRF har tagit fram en bok om hur man adderar mervärden till sina gårdsprodukter.



Bättre på fötterna i köttförhandling

Med verkliga priser i branschmedias veckonoteringar för kött är det lättare att förhandla med slakteriet.

En viktig faktor i förhandlingar är att ha tillgång till korrekt information. Sedan halvårsskiftet 2012 baseras de prisnoteringar för kött som publiceras veckovis i branschmedia på ett genomsnitt av den verkliga betalningen från samtliga slakterier. Till grund för noteringarna ligger ett genomsnitt av de priser som slakterierna måste rapportera till Jordbruksverket.

Tidigare utgjordes marknadsstatistiken för kött av ett enda stort slakteris noteringar, vilket inte nödvändigtvis speglade de faktiska betalningarna på marknaden.

LRF ligger bakom

Med de verkliga priserna är det lättare att se om man får ett bra eller dåligt erbjudande från slakteriet och förhandla utifrån det. Den nya statistiken är resultatet av ett utvecklingsarbete inom ramen för LRFs livsmedelsstrategi. Uppgifterna köps ut från SCB av LRF och ställs till medias förfogande. ☉

Smart om hållbar nötköttsproduktion

I samarbete med hamburgerkedjan Max, Axfood och storkösgrossisten Martin & Servera har LRF initierat ett hållbarhetsprojekt. Projektet drivs av organisationen Det Naturliga Steget och går ut på att hitta en bred definition av vad som är hållbar nötköttsproduktion.

Bakgrunden är att nötköttets hållbarhet ofta likställs med dess påverkan på klimatet. I själva verket är det många fler faktorer som behöver vägas in. Tre olika representativa produktionsformer för svenskt nötkött bedöms avseende 15 hållbarhetskriterier. När underlaget är klart ska det kunna användas av inköpare för att bedöma vilken grad av hållbarhet som nötkött från olika produktionsformer representerar.

I förlängningen ska även importerat nötkött kunna bedömas.

Köttet tar nya vägar till storkunderna

En närmare kontakt mellan stora köttköpare och gårdar kan ge merpris. LRF driver flera olika projekt.

Sedan flera år tillbaka samarbetar LRF dessutom med Citygross i direkt syfte att öka betalningen till



bonden. Hittills har satsningar på Griskronan och Lammkronan varit lyckosamma både för producenterna och för Citygross. Under 2013

planeras en liknande satsning för nötkött.

McDonalds vill också gärna se en ökad produktion av svenskt kött för att kunna använda en större andel svenskt nötkött i sina hamburgare. Som ett led i samarbetet mellan LRF och McDonalds bidrar McDonalds till projekt inom ramen för satsningen Tillväxt Nötkött i syfte att öka lönsamheten och konkurrenskraften i svensk nötköttsproduktion. I ett av projekten undersöks möjligheten att specifika producenter blir McDonaldsleverantörer.

Samtliga projekt drivs inom ramen för LRFs livsmedelsstrategi och bidrar till att konkurrensen om svenskt kött ökar vilket gör det lättare för alla att förhandla till sig ett högre pris.

Kommuner mer intresserade av svensk och lokal mat

Förutom de insatser kring offentlig upphandling som görs i regionerna pågår också ett nationellt arbete.

En viktig del i LRFs livsmedelsstrategi är att öka andelen svenskt och närproducerat i den offentliga upphandlingen. Ett av riksprojekten handlar om att årligen kartlägga hur marknaden utvecklas.

Den senaste rapporten visar att hälften av all offentligt upphandlad mat är importerad. Trots att det i kommuner och landsting finns ett uttalat intresse av att köpa mer svenskt, närproducerat och ekologiskt så går det långsamt.

Mat från grunden

Positiva signaler för LRFs medlemmar är att intresset för att göra mindre upphandlingar ökar. Det gör också viljan att i de offentliga köken laga mat från grunden med närproducerade råvaror.

Andelen ekologiska råvaror ökar också stadigt och ligger idag på 18 procent av alla råvaror i de offentliga köken, vilket är betydligt högre än de fyra procent som ekologiskt utgör i dagligvaruhandeln.

Totalt köptes det råvaror till offentliga kök för 8,7 miljarder kronor under 2012. Andelen importerat skiljer mellan olika varuslag. För mjölk, ägg, smör och gräddor överväger det svenska. Mer än hälften av kycklingköttet importeras, nästan hälften av nötköttet och en tredjedel av grisköttet. Av grönsakerna är mer än 70 procent importerade.

Mer information om den offentliga marknaden finns i rapporten *Offentlig marknad för livsmedel i Sverige* som kan laddas ned från LRFs hemsida. ☉



Lär om offentlig upphandling

Den livsmedelsproducent som vinner ett kontrakt i en offentlig upphandling kan få en viktig extra säljkanal. Samtidigt gäller det att kunna spelreglerna.

LRF har tagit fram två olika faktaböcker för den som vill försöka bli leverantör till kommuner och landsting. I **Den offentliga måltiden** beskrivs grundligt hur offentlig upphandling går till och vilka regler som gäller. Häftet innehåller också praktiska tips som ökar chansen att nå framgång.

Det andra häftet, Ställ krav, är ett redskap för LRFs kommungrupper som kan användas i mötet med politiker och upphandlare på lokal nivå. Häftet innehåller fakta om hur kraven i upphandlingarna kan utformas utan att strida mot gällande lagstiftning. Båda publikationerna finns att ladda ned på lrf.se/offentligupphandling.



LRF lobbar för bättre mat i offentliga kök

En viktig del av LRFs arbete med offentlig upphandling går ut på att påverka och informera. Politiker och andra beslutsfattare behöver påverkas och informeras om betydelsen av en större andel närproducerad och svensk mat i de offentligt drivna köken.

LRF deltar därför bland annat med monter och seminarier på de så kallade Upphandlingsdagarna i Nacka med mer än 600 viktiga beslutsfattare i form av bland annat riks- och lokalpolitiker och kommunala upphandlingschefer. LRFs budskap på Upphandlingsdagarna är att det är viktigt och fullt möjligt för kommunerna att ställa krav på den mat som handlas upp.

LRF deltar också på Almedalsveckan med seminarier på samma tema.

Nya möjligheter med nytt grossistsamarbete

Förutom att stödja medlemmar som inte själva vill delta i offentliga upphandlingar så har LRF inlett ett samarbete med storköksgrossisten Martin & Servera. Genom samarbetet ska båda parter verka för att underlätta för de kommuner som vill handla svenskt att utforma krav på rätt sätt. Det ska också bli lättare för bönder som vill in på den offentliga marknaden.

Gårdsköttskoncept i ett pilotprojekt med Martin & Servera har några grisproducenter under 2012 förhandlat och sålt sina djur direkt till Martin & Servera. Syftet är att en större del av mervärdet för svenskt kött ska komma bonden till del. För närvarande pågår diskussioner om en motsvarande affär även med nötköttproducenter.

Ett annat konkret resultat av samarbetet är tematidningen *Matmagsinet svenskt* som tagits fram gemensamt av LRF, Martin & Servera och Svenskt Kött. Den vänder sig till kockar och kostchefer och innehåller inspiration och goda exempel kopplade till svenska livsmedelsråvaror. Tidningen används bland annat av Martin & Serveras säljare när de träffar sina storkökskunder.

Matmagsinet svenskt finns att ladda ned från <http://www.lrf.se/Bestall-material/Livsmedel/>.

Marmorering. LRF deltar i ett projekt som syftar till betalning efter andel insprängt fett i nötkött.



Gastronomiska regioner

Nu ritas matens karta

Gastronomiska regioner är viktiga för profileringen av regional mat i länder som Österrike och Frankrike. Under 2013 driver LRF ett projekt ihop med Södertörns högskola med syftet att undersöka hur gastronomiska regioner skulle kunna se ut i Sverige. Arbetet sker i nära dialog med regionala matexperter.



Nära gastronomi prisad

För att öka intresset för närproducerade råvaror på krogar har LRF lierat sig med företaget bakom guideboken White guide. LRF har instiftat priset **Nära gastronomi**.



Den svenska matens argument stärks

Argumenten för svensk mat är många och goda. Nu ska de upp på bordet genom information och utbildningskampanjer.

Alla som arbetar med livsmedelsproduktion vet att det finns många starka argument för konsumenter att välja svensk mat. Djuren har det bra och är friska och vi använder betydligt mindre antibiotika än producenter i andra länder. Våra ägg är fria från salmonella och det är mycket ovanligt med rester av bekämpningsmedel i svensk mat. På LRFs hemsida finns dessa och många andra fördelar med svensk mat systematiskt presenterade (www.lrf.se/hallbartillvaxt).

Inköpare på kurs

Med dessa fakta som grund erbjuder LRF inköpare från de stora dagligvarukedjorna och grossistföretagen utbildning i den svenska matens mervärden. Syftet är att inköparna ska veta mer i detalj vilka unika kvaliteter som kan kopplas till den svenska maten.

En aspekt av matsäkerhet som blir allt viktigare är användningen av antibiotika. Utvecklingen av antibiotikaresistenta bakterier är ett allvarligt hot mot folkhälsan och har en tydlig koppling till hur antibiotika används i lantbruket. I Sverige har vi sedan länge haft en restriktiv användning av antibiotika. I en stor EU-studie 2011 blev kontrasterna vad gäller antibiotikaanvändning tydliga. Sverige är det land som använder klart minst antibiotika i djurhållningen (mätt som försäld mängd utslaget per kilo levande vikt för produktionsdjuren). Vi har också betydligt mindre förekomst av resistent bakterier hos våra djur. Den närmaste tiden kommer LRF att genomföra särskilda informationssatsningar kring det trygga med den svenska maten ur ett antibiotikaperspektiv. ©

Exceptionella råvaror till stjärnkrogar

I ett LRF-drivet projekt möter stjärnkockar bönder och diskuterar råvarukvalitet. Och när femton svenska elitkockar slår sina huvuden ihop och berättar vad det är för sorts kyckling- och griskött de vill ha så är det inte priset som står i fokus. Nej, grisen ska ha bra fettansättning, mörkare kött, kraftigare smak, mer textur och gärna komma från djur som väger 100 kilo eller mer vid slakt. Kycklingen ska ha grov benstomme, fett under skinnet, och hängas efter slakt.

I projektet Exceptionell råvara möter elitkockarna bönder som är nyfikna på nya koncept. De träffas, provsmakar matråvaror och diskuterar vad som är en bra råvara sett ur gourmetkockens perspektiv.

Ett mindre antal gårdar ska nu i liten skala starta uppfödning av kyckling och gris i syfte att försöka möta kockarnas önskemål. Kockarna som deltar har lovat att köpa in så mycket de kan göra av med på sina restauranger (om kvaliteten är den rätta) och grossisten Martin & Serverakommer att ta resten. Om pilotproduktionen slår väl ut kan detta bli en nisch som växer och kan utvecklas med produkter från flera djurslag.



Delat ansvar. LRF och Arla delar huvudansvaret för Årets kock. LRF är värd för de regionala finalerna.

Kockarna kom nära bonden

När LRF blev värd för de regionala finalerna i Årets Kock märktes råvaror och bönder mer än tidigare.

Inte helt olik melodifestivalen turnerar tävlingen *Årets Kock* (svenska mästerskapen i professionell matlagning) med deltävlingar i olika delar av landet. Via två semifinaler och en sista chansen på tre olika orter vaskas sex kockar fram till finalen i Stockholm. Tävlingen var spännande i sig, men ännu intressantare, ur LRFs perspektiv, var det som hände runt omkring.

Tre av LRFs regioner hade huvudansvaret för evenemangen som omgärdade delfinalerna. När kockarna anlände till Uppsala, Jönköping och Göteborg möttes de därför av matmässor, frukostseminarier, mingel-luncher och otaliga diskussioner med lokala bönder och trädgårdsföretagare om mat-råvaror och hur dessa produceras.

Det bästa av Småland

I Jönköping höll man till på Elmia och ordnade en matmarknad med *Det bästa av Småland* och arrangerade seminarier. Dessutom passade LRF-regionen på att förlägga en medlemskonferens med 190 deltagare till Elmia samma dag som semifinalen i Årets Kock avgjordes.

I Uppsala ordnades *Uppsala Matmarknad* i samband med tävlingen. Där fick de ansvariga möblera om för att rymma alla matföretagare från LRF Mälardalen som ville ställa ut.

Bloggare på gårdsbesök

I Göteborg kunde besökarna gå en trappa upp från tävlingsområdet och se när en känd kock lagade mat av lokala råvaror. Samtidigt som han lagade maten samtalande han inför publiken med de bönder som producerat råvarorna.

I alla tre regionerna bjöds kända matbloggare in till gårdsbesök ihop med en kock som tidigare hade vunnit riksfinalen av Årets Kock. Gårdarna visade sin produktion, kocken lagade mat i bondens kök och bloggarna fick äta gott och en helt ny bild av svensk mat och svenska råvaror.

2013 års upplaga av Årets Kock var inte i första hand ett roligt event. Det var snarare en arena där bönder och trädgårdsföretagare kunde knyta kontakter och göra affärer. Utöver dessa direkta möten skapades mycket publicitet och diskussion om svenska råvaror via bloggar, lokaltidningar och i andra media.☺

Storskalig ekoodlare prisad

På Ekogalan sponsrade LRF utmärkelsen Årets ekoproducent. Vinnare 2013 blev växtodlaren och entreprenören Emil Olsson.

Ekologisk produktion drar in miljardbelopp i mervärden från landets konsument. Att stödja utvecklingen av ekonischen är en viktig del i LRFs livsmedelsstrategi. Ett sätt att göra detta är att framhålla förebilder och därför sponsrar LRF priset till *Årets ekoproducent* som delas ut på den årliga Ekogalan i Stockholm.

Inställd på lönsamhet

I motiveringen till att *Emil Olsson* blev årets ekoproducent 2013 sägs att han har precis de egenskaper som juryn tror är avgörande för en lönsam och växande livsmedelsproduktion i Sverige. Vinnaren satsar på det som konsumenterna efterfrågar och vågar tänka nytt samtidigt som fokus hela tiden är inställt på ökad lönsamhet. Emil Olsson driver Slätte gård och odlar ekologiskt på 1 100 hektar. På gården finns också sidoverksamheter som gödselhandel och mässverksamhet.☺

Tips om samarbete

De flesta kan ha nytta av att samarbeta med grannen och ibland kan det vara nödvändigt för att ta sig förbi de begränsningar som den egna gården har.

I projektet **Goda grannar i samverkan** har LRF och Ekologiska lantbrukarna

tillsammans arbetat fram en faktabank med praktiska råd, checklistor och goda exempel. Materialet är lätt att ta till sig och finns på www.ekolantbruk.se/b2b/. De samarbeten som tas upp handlar bland annat om markbyten, maskinsamverkan, kvighotell, bete och foder.

Ekomarknaden växer i värde

Försäljningen av ekologisk mat i Sverige närmar sig 10 miljarder kronor per år. Och tillväxten spås fortsätta.

LRF har bidragit med medel till företaget Ekowebbs arbete med den årliga rapporten **Ekologisk livsmedelsmarknad**. Efterfrågan på ekologiska livsmedel hade fram till 2011 vuxit med över tio procent om året i tio år. Under 2012 var det fortfarande tillväxt, men på en lägre nivå (tre procent).

Totalt såldes ekologisk mat för 9,5 miljarder kronor i Sverige, vilket motsvarar 3,6 procent av den totala livsmedelsmarknaden.

I rapporten spår Ekowebb att den ekologiska nischen ska fortsätta växa med ungefär en miljard per år fram till 2020. Som stöd för denna prognos anger man bland annat den historiska tillväxten för eko, men också ett fortsatt stort intresse inom detaljhandeln. En viktig del av LRFs livsmedelsstrategi är att öka tillgången till marknadsstatistik som stöd för medlemmarnas affärsbeslut. Satsningen på Ekowebbs rapport är en del i detta arbete.

Jakten på slöseri är inledd

Lean är bondförnuft. I praktiken betyder det ett arbetssätt där alla på gården ständigt funderar på hur man kan göra saker lite smartare.

Inget företag är perfekt och slöseriet har många ansikten. Ett ostädad lager kan göra att förnödenheter saknas när de behövs. Någon måste kasta sig i bilen och panikköpa med slöseri av tid och transporter som följd.

Rutinerna kring utvägning av grisar kan vara dåliga och då riskerar för tunga eller för lätta grisar att hamna på slaktbilen. Utfordringen av kalvar behöver kanske skärpas upp så att djuren blir friskare och växer fortare. Eller är du som arbetsledare otydlig i dina instruktioner så att medarbetare går sysslösa delar av sin tid? Lean är ett verktyg med vars hjälp företag kan minska på slöseriet och lägga mer vikt vid det som skapar värde för kunden och nöjdare kunder. Det finns ofta mycket att upptäcka i det egna företaget för den som ger sig in i ett leanprojekt.

Ett nytt tankesätt

Lean har med stor framgång tillämpats inom industrin i många år. Tankesättet har sitt ursprung i Toyota. Genom ett samarbete mellan högskolor och en lång rad andra organisationer har en anpassning av Lean gjorts till lantbrukssektorn.

I korthet går det LRF-ledda projektet Lean Lantbruk ut på att välutbildade Lean-coacher under 18 månader stöttar de deltagande gårdarna med införandet av Lean. Syftet är att arbeta in rutiner och utveckla en kultur som gör att alla är observanta på allt som kan

göras effektivare. Medarbetare på alla nivåer är engagerade i arbetet med att ta fram förslag om hur man får arbetet att flyta bättre. De 12 pilotgårdar i Halland och Skåne som under 2011 och 2012 deltagit i projektet Lean Lantbruk vittnar alla om framsteg i sättet att arbeta.

Mål: 500 företag med Lean

Målet för Lean Lantbruk är att coacha 100 svenska lantbruks- och trädgårdsföretag om året de närmaste fem åren. Under en uppbyggnadsperiod kommer de deltagande företagen att få en halverad kostnad för att delta. Lean-coacher finns att tillgå på flera av de svenska rådgivningsföretagen. ☉



Gör din egen resa med Lean

Projektet Lean Lantbruk har en egen hemsida med mer information och en möjlighet att anmäla sitt företag till en Lean-coaching.

Läs mer på
www.leanlantbruk.se



Förhandla bättre med rådgivarstöd

I **medlemsdialogen** i samband med utformningen av LRFs livsmedelsstrategi uttryckte många medlemmar ett behov av ökad kompetens inom området förhandling. LRF har därför ihop med LRF Konsult utvecklat tjänsten Förhandlingsstöd.

Idag finns rådgivare inom LRF konsult på olika håll i Sverige som kan hjälpa till vid olika sorters förhandlingar. Det kan handla om att välja vem man ska sälja sina produkter till, när man ska sälja och vilken kvalitet man ska sikta på. Med en kombination av kundens egen marknadskunskap och rådgivarens omvärldsbekantning har man en bra grund för ett lyckat förhandlingsresultat.

Koll på konkurrenskraften

Svenska bönder konkurrerar med kollegor från andra länder med andra förutsättningar.

För att följa och ge perspektiv på den svenska livsmedelsproduktionens internationella konkurrenskraft har rapporten **Grön Konkurrenskraft** tagits fram. Rapporten har producerats på initiativ av LRF och i samarbete med LRF Konsult och Jordbruksverket.

Branschråd för rådgivningsföretag

Kompetenta rådgivare är en nyckelfaktor för en framgångsrik svensk livsmedelsproduktion. LRF har därför initierat bildandet av **Branschråd för lantbrukets rådgivningsföretag**. Rådet ska arbeta för att utveckla rådgivningen till gagn för lantbruksföretagarna. Bland annat ska man verka för att säkra tillgången till rådgivare med rätt utbildning.

Branschernas tillväxtplaner

Olika branscher har valt olika vägar i arbetet med att skapa tillväxt. Här redovisas ett axplock av aktiviteter.

I LRFs livsmedelsstrategi står att LRF genom diskussioner med de olika branschorganisationerna ska försöka stimulera till att branschvisa tillväxtprogram tas fram. I vilken mån branscherna väljer att gå vidare och associera sitt arbete med LRFs livsmedelsstrategi är upp till varje bransch att besluta på egen hand.

Många aktiviteter

Vissa branscher har utformat regelrätta tillväxtprogram medan andra driver projekt med inriktning på tillväxt, men utan ett nedtecknat program. På detta uppslag redovisas ett axplock från olika branscher. Beskrivningarna är inte heltäckande, vare sig vad gäller branscher eller vad som gör och har gjorts inom respektive bransch.

Allt inom ramen för livsmedelsstrategin hänger ju dessutom ihop med en eller flera branscher, vilket innebär att det pågår en mängd aktiviteter som direkt eller indirekt bidrar till tillväxt i de olika branscherna. ☺



Kunskap, nätverk och inspiration
Regionala projekt
kan lyfta mjölken

LRF kraftsamlar kring den svenska mjölken. Fusionen mellan Svensk Mjolk och LRF under 2012 ger ökad styrka till lägre kostnad för bonden. Stöden till regionala mjölkprojekt gör att utvecklingsresurser hamnar nära mjölkbönderna. I januari 2013 hölls den första robotkonferensen och i juni står Falkenberg som värd för EDFs (European Dairy Farmer) årliga konferens.

Efter många år av tillbakagång

Grisarna ska vinna terräng

Grisnäringens mål är att öka produktionen av grisar i Sverige. Med Tillväxt Gris har branschen samlats kring en rad åtgärder och insatser för att skapa lönsamhet för grisföretagaren. Investeringspaket, mötesplatser och konceptutveckling står på agendan. Fortsatt politisk påverkan är också viktigt även om stora framgångar har nåtts de senaste åren.

LRF arbetar för ökad produktivitet

Mer vete från svenska fält

Höga spannmålspriser har gynnat svensk växtodling de senaste åren. Men hektaravkastningen har stagnerat i spannmålsodlingen. Med projektet "Höstvete mot nya höjder" ska kurvorna vändas uppåt. Andra satsningar är kunskapförmedling om markavvattnings och lobbying i Sverige och EU för bättre marknader för utsäde, växtnäring och växtskydd.

Tillväxtplaner för nöt och lamm

Mycket görs för att stimulera produktionen av nöt- och lammkött. För nöt arbetas det med projekt som syftar till differentiering av råvaran samt samarbeten med grossister och handel. Ett exempel på differentiering är att det utvecklas ett system för betalning kopplat till nötköttets marmorering. För lammnäringen är satsningen Tillväxt lamm under uppstart.

Som ett led i den politiska påverkan samverkar flera organisationer kring ett förslag till djurvälståndssättningar för nöt- och lammköttproduktionen.

Forskning om livsmedel

Forskning är viktigt för konkurrenskraften i LRF-medlemmarnas företag.

LRF har sedan strategin antogs engagerat sig i tre större projekt. Dessa är **Tvärllivs**, **EIP** (European Innovation Partnership) och **Food KIC** (Knowledge Innovation Communities).

Tvärllivs (www.tvarllivs.se) är hel-svenskt och i huvudsak finansierat via forskningsstiftelser, medan de övriga är EU-anknutna. Tvärllivs syftar till att stärka den svenska livsmedelssektorn och göra den hållbar och konkurrenskraftig. EIP har fokus på att snabba upp ledtiderna mellan forskning och tillämpning. Food KIC handlar om innovation på livsmedelsområdet.

Trädgård växer vidare

Trädgård är en sektor inom landsbygdens näringsliv där möjligheterna till tillväxt och ökad sysselsättning är stor. Branschen har som mål att fördubbla sin omsättning mellan 2008 och 2017.

I programmet **Tillväxt Trädgård** samarbetar LRF med andra organisationer, företag och universitet kring en tillväxtfond som finansierar projekt som bidrar till att utveckla företag, marknader och forskning kopplade till trädgård.

Läs mer om Tillväxt Trädgård på www.tillvaxt.tradgard.

Den svenska maten 2013

Uppföljning av LRFs livsmedelsstrategi med perspektiv till år 2020

Lantbrukarnas Riksförbund 2013

Projektledare: Sören Persson/LRF

Fakta och text s. 8-25: Lars Jonasson/Firma Lantbruksekonomen

Övrig text: Niclas Åkeson/Publishing Farm

Form: Berit Metlid/Publishing Farm

Illustrationer: Hans von Corswant/HvC Form & Illustration

Korrektur: Sara Järnefors

Tryck: Printfabriken

Omslagsillustration: Hans von Corswant/HvC Form & Illustration

Denna publikation kan beställas via e-post till info@distributionsservice.se eller per telefon 08-550 949 80. Uppge namn, adress och beställningsnummer 430 65.





Den svenska maten 2013

Uppföljning av LRFs livsmedelsstrategi med perspektiv till år 2020