

Hållbart utbud i Sigtunas Livsmedelsbutiker, september 2019



Inventering av livsmedelsbutiker i Sigtuna kommun i september 2019.

Utförd av Ekomatcentrum på uppdrag av Sigtuna kommun.

Rapport skriven av Eva Fröman och Tove Björlin.

Helen Ericson
Sigtuna kommun
helen.ericson@sigtuna.se

Tove Björlin
Ekomatcentrum
tove@ekomatcentrum.se

Eva Fröman
Ekomatcentrum
eva@ekomatcentrum.se

Syftet med inventeringen är att sätta fokus på det hållbara utbudet i kommunen. Vi vill att kommunens invånare ska ha tillgång till ett brett utbud av ekologiskt och rättvisemärkt sortiment av livsmedel. I år har vi även tittat på hur man jobbar med att minska matsvinnet och engångsplasten i butikerna.

Följande 44 ekologiska och 5 Fairtrade-märkta livsmedelsprodukter har ingått i inventeringen;

Cerealier	Gurka	Juice (färsk och koncentrat)	Ägg
Mjukt bröd	Paprika	Röda linser	Glass
Knäckebröd	Äpple	Ris	Växtbaserade
Vetemjöl	Banan	Socker	mjölk/mejeri
Müsli	Frost	Kött och chark	Mjölk
Välling & gröt för barn	Frysta bär	Nötkött	Yoghurt, fil
	Frysta grönsaker	Lammkött	Smör/Bregott
Fisk	Kolonial	Fläskkött	Fairtrade
Lax (färsk och fryst ej förädlad)	Kaffe	Kyckling	Choklad
Torsk (färsk och fryst ej förädlad)	Te	Korv	Socker
	Pasta	Köttpålägg (inkl. leverpastej)	Banan
	Oliver	Mjölk och mejeri	Te
Frukt och grönt	Olivolja	Mjölk	Kaffe
Potatis	Rapsolja	Yoghurt, fil	
Morötter	Krossade och passerade	Smör/Bregott	
Lök	tomater	Hårdost	
Tomat			
Sallat			

Urval av butiker

Vi har valt att inventera 9 livsmedelsbutiker i Sigtuna kommun. Samtliga 9 butiker har ett fullgott sortiment av livsmedel och deras huvudsakliga verksamhet är att sälja livsmedel. Det innebär att inga bensinmackar kombinerade livsmedelsbutiker finns med i inventeringen.

Utvalda butiker; Stora Coop Märsta, ICA Kvantum Märsta, ICA Supermarket Valsta, ICA Supermarket Sigtuna, ICA Nära Sätuna, ICA Nära Lunda Livs, Willys och Lidl i Märsta samt Matöppet i Rosersberg.

MILJÖCERTIFIERING

- Willys är certifierad med Bra Miljöval.
- Stora Coop är KRAV-certifierad.
- ICA Kvantum är certifierad som Miljösmart butik.

Bra Miljöval är Naturskyddsföreningens miljömärkning av butiker som ser till att det görs ett grundligt miljöarbete både ute bland hyllorna och bakom dem. I butikerna finns också ett brett utbud av ekologiskt och miljömärkt. Genom **Bra Miljöval** märkningen säkerställs att hela verksamheten arbetar miljösmart. <https://www.naturskyddsforeningen.se/bra-miljoval/butiker>.

En **KRAV-certifierad livsmedelsbutik** får marknadsföra sig med KRAV:s namn och märke. Butiken ska ha ett brett utbud av KRAV-märkta produkter. Butiken har möjlighet att sälja KRAV-godkända produkter i lösvikt parallellt med konventionella. Butikspersonalen får stycka, märka, filea, putsa, dela och packa om KRAV-certifierade produkter. <http://www.krav.se>

Miljösmart butik är ICA handlarnas egen miljöcertifiering. Den innebär att ICA:s certifierade butiker har tydliga mål och löpande uppföljning av sitt miljöarbete inom områden som matsvinn, energi och plast. Att vara en Miljösmart Butik betyder också att butikspersonalen utbildas löpande i miljöfrågor. I certifieringen tittar man på energiåtervinning, sophantering och andel ekologiskt. KIWA är kontrollerande tredjepart. Alla ICA Kvantum butiker ska vara certifierade som Miljösmart Butik.



Bild 1. Information om att ICA Kvantum i Märsta är en miljösmart butik

VILKA MILJÖMÄRKNINGAR HAR VI RÄKNAT?

I inventeringen som ligger till grund för denna rapport har vi räknat EU-ekologiska och KRAV-märkta produkter. Dessa är märkningar för varor som producerats med ekologiska metoder och kontrollerats av oberoende certifieringsorgan. För fisk och skaldjur har vi även räknat MSC-märkta produkter.



EU-ekologiskt

EU har ett system för regler och kontroll av ekologiskt producerat som gäller i hela EU. För att få kalla en produkt ekologisk måste den ha producerats enligt EU:s regler för ekologisk produktion. EU:s regler omfattar odling, djurhållning, livsmedelsförädling, märkning, import, kontroll och marknadsföring av ekologiska produkter. Det är godkända certifieringsorgan som sköter kontrollen av EU-ekologiskt.



KRAV

Endast företag och producenter som är KRAV-certifierade får använda KRAV-märket på sina ekologiska produkter. KRAV har ibland striktare regler än EU-ekologiskt, bland annat inom djuromsorg. Unikt för KRAV är också regler för butik, restaurang och klimat. Certifieringsbolagen kontrollerar alla led i såväl produktion som distribution till dess att KRAV-märket sätts på produkten. KRAV-märket står för ekologiskt, bra miljö, god djuromsorg, god hälsa och socialt ansvar.



MSC är en miljömärkning av vildfångad fisk och skaldjur. MSC-märkningen gynnar ett hållbart fiske och garanterar att fisken inte kommer från ett överfiskat bestånd. Fisket som fisken kommer ifrån måste ha en minimal inverkan på det marina ekosystemet och förvaltas på ett hållbart sätt.

VILKA ETISKA MÄRKNINGAR HAR VI RÄKNAT?



Fairtrade är en oberoende produktmärkning som skapar förutsättningar för odlare och anställda i utvecklingsländer att förbättra sina arbets- och levnadsvillkor. Genom Fairtrade får människor i världens utvecklingsländer möjlighet att konkurrera på en internationell marknad med bättre villkor och långsiktiga handelsavtal. De internationella Fairtrade kriterierna garanterar odlaren ett minimipris för råvaran samt säkerställer att anställd arbetskraft får avtalsenliga löner och förbättrade arbetsvillkor.



Fairtrade Cocoa Program

För chokladprodukter har vi även räknat Fairtrade Cocoa Program märkta produkter. Här är endast råvaran, alltså kakaon Fairtrade-certifierad, inte hela slutprodukten/chokladprodukten. Fairtrade Cocoa Program garanterar säkra inkomster och stödjer den "lilla" kakao-producenten. 90 % av kakaon odlas av ca 6 miljoner små familjeföretag. Med Fairtrade Cocoa Program får dessa små familjefjordbruk en garanterad inkomst och möjlighet att skörda och levererar kakao till marknadsmässiga priser.



Bild 2. Skörd av kakaoböner (Lindt choklad)



Bild 3. Från certifierad kakaoproduktion till choklad i butik.

RESULTAT

Ekologiskt

Det totala utbudet av ekologiskt har *minskat* sedan förra årets inventering av Sigtuna kommuns livsmedelsbutiker. Det var 279 st färre ekologiska produkter i butikerna, en minskning med 17 %. En nedåtgående trend som började redan 2018.

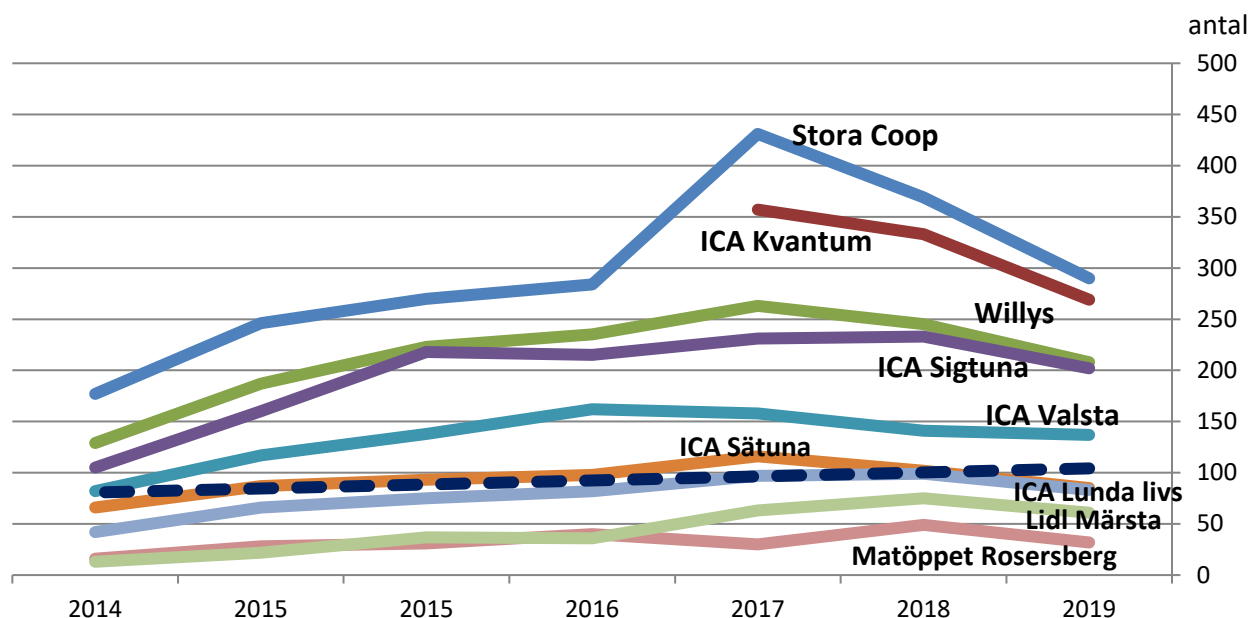


Diagram 1. Utveckling av ekologiskt utbud i Sigtuna kommuns livsmedelsbutiker juli 2014 till september 2019 i 9 inventerade livsmedelsbutiker. Streckad linje är trendlinje.

Kortsiktigt har utbudet av ekologiskt minskat kraftigt de senaste två åren, bara det senaste året med 17 %. Utbudet av ekologiskt har under året minskat i samtliga inventerade livsmedelsbutiker i Sigtuna kommun. Störst procentuell minskning hade Matöppet i Rosersberg, följt av Stora Coop, ICA Kvantum och Lidl. ICA Valsta har det mest stabila utbudet av ekologiskt och minskade med endast 3 %.

Butik	2018-2019
Matöppet, Rosersberg	35%
Stora Coop Märsta	21%
ICA Kvantum Märsta	19%
Lidl Märsta	19%
ICA Nära Sätuna	17%
ICA Nära Lunda Livs	16%
Willys Märsta	15%
ICA Supermarket Sigtuna	13%
ICA Supermarket Valsta	3%
Totalt	17%

Tabell 1. Procentuell minskning av det ekologiska utbudet i Sigtuna kommuns livsmedelsbutiker 2018–2019.



Bild 4. Lidl satsar på ekologiskt.

Bortsett från Matöppet i Rosersberg är det de största livsmedelsbutikerna som minskat sitt ekologiska utbud mest under det senaste året. Men det intressanta är att trendlinjen (den blå streckade linjen i diagram 1 på sid 6) visar att *det totala utbudet har ökat sedan 2014* och den långsiktiga trenden är alltså att ökningen fortsätter. Trots att vi haft en stor nedgång i ekoutvecklingen de senaste två åren, kan vi räkna med att eko-utbudet fortsätter att öka, men i en mycket långsammare takt.

Den långsiktiga ökningen av ekoprodukter är 73 % på fem år.

Långsiktigt har vi alltså en fortsatt ökning av det ekologiska utbudet i Sigtuna kommuns livsmedelsbutiker. Mest har Lidl i Märsta ökat sitt ekologiska utbud, med 369 %, sedan 2014. Lidl har satsat extra mycket på ekologiskt de senaste åren och genomförde en eko-kampanj i sina butiker under augusti månad.

Lidl i Märsta har ökat sitt ekologiska utbud med 369 % sedan 2014.

Det ligger även i linje med Lidls satsningar på Fairtrade märkta produkter, där de har det absolut största utbudet i Sigtuna kommun.

Butik	2014-2019
ICA Kvantum Märsta*	
Coop Extra Märsta	64%
Willys Märsta	61%
ICA Sigtuna	92%
ICA Valsta	67%
ICA Sätuna	29%
ICA Nära Lunda livs	98%
Matöppet, Rosersberg	100%
Lidl Märsta	369%
Totalt	73%

Tabell 2. Förändring i procent av utbud av 44 inventerade ekologiska livsmedelsprodukter 2014–2019.

*ICA Kvantum öppnade 2017 och är därför inte med i beräkningen.

Eko-andelar av totalförsäljning

I år har vi för första gången försökt samla in butikernas försäljningssiffror för ekologiskt. 6 av 9 butiker kunde leverera sina eko-siffror. Största ekoandel hade ICA Supermarket i Sigtuna och ICA Kvantum i Märsta. Bägge hade en ekoandel på över 10 %.

Butik	Eko-andel %
Matöppet Rosersberg	
Lidl Märsta	1,25%
ICA Supermarket Valsta	2%
ICA Supermarket Sigtuna	10,7%
Stora Coop Märsta	7,30%
ICA Nära Lunda Livs	
ICA Nära Sätuna	
ICA Kvantum Märsta	10,5-11%
Willys Märsta	4%

Tabell 3. Andel eko i % av total försäljning, 2019

Butikstäckning ekologiskt

Nyckeltalet *butikstäckning* visar butikens utbud av ekologiskt i procent av alla 44 inventerade livsmedlen i de 9 butikerna. Dvs vi tittar på hur väl representerat varje enskilt livsmedel är i var och en av de inventerade butikerna. Till exempel om alla livsmedelsbutiker har ekologisk banan i hyllorna så är butikstäckningen 100 % för ekologisk banan. Har alla butiker ekologisk pasta så är butikstäckningen för pasta 100 %.

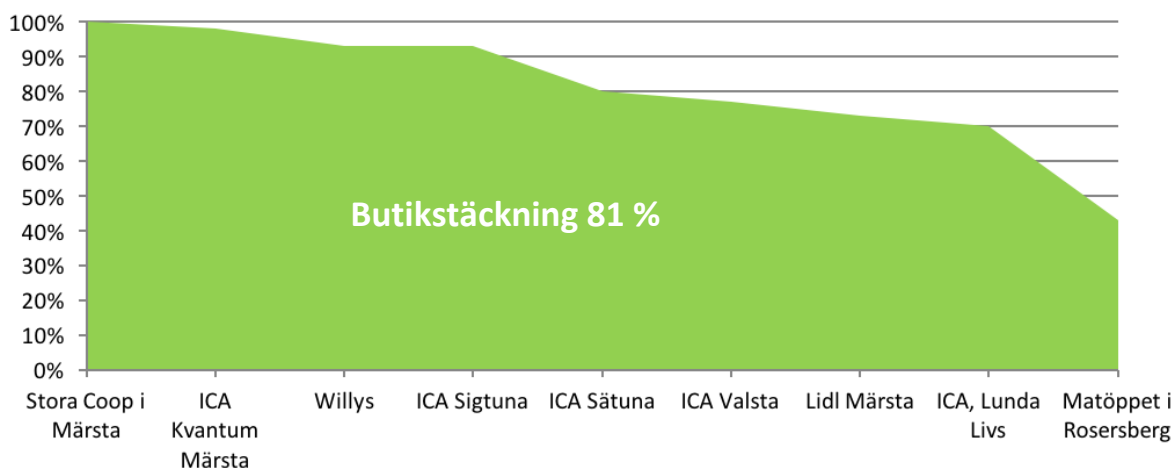
Butik	%	artiklar
Stora Coop i Märsta	100%	44
ICA Kvantum Märsta	98%	43
Willys	93%	41
ICA Sigtuna	93%	41
ICA Sätuna	80%	35
ICA Valsta	77%	34
Lidl Märsta	73%	32
ICA, Lunda Livs	70%	31
Matöppet i Rosersberg	43%	19
Totalt	81%	320

Tabell 4. Butikstäckning av 44 ekologiska livsmedel september 2019

Detta ger ett nyckeltal som gör det möjligt att jämföra inventeringsresultatet från år till år i Ekoutmaningen. Det gör det också möjligt att bortse från storleken på butikerna. Alla butiker kan ha åtminstone en av varje inventerad produkt i sitt sortiment. Detta gör att vi kan jämföra mindre butiker med större. Mindre butiker har ett mindre omfattande sortiment och svårare att få ekonomi i ett brett utbud av ekologiskt, särskilt inom färskvarusortiment.

Stora Coop i Märsta hade bäst butikstäckning, alla inventerade 44 produkter fanns i butiken. På andra plats kom ICA Kvantum som bara saknade en ekologisk produkt vid inventeringstillfället. Ica Sigtuna och Willys kom på delad tredjeplats med 42 av 44 produkter på plats i butiken. Den genomsnittliga butikstäckningen för samtliga inventerade butiker var samma som förra året. I genomsnitt 81 % av de inventerade livsmedlen fanns på plats i samtliga butiker vid inventeringstillfället.

Butikstäckning ekologiskt 2019



Ytdiagram 1. Butikstäckning 44 inventerade ekologiska livsmedel i Sigtuna kommuns livsmedelsbutiker, september 2019.

Slimmat ekologiskt utbud i butikerna

Att butikstäckningen ligger kvar på samma nivå som förra året, 81 %, medan totala utbudet av ekologiskt minskat med 17 %, kan förklaras med att butikerna slimmat det ekologiska utbudet. De erbjuder ekologiskt men inte samma bredd som tidigare år. Det finns helt enkelt färre ekologiska produkter att välja på i butikerna.

Det finns helt enkelt färre ekologiska produkter att välja på i butikerna.

Även det ekologiska utbudet måste vara lönsamt för detaljhandeln. Coop satsar stort på att ta fram ett omfattande Änglamarkssortiment som ska ersätta delar av det nuvarande ekologiska utbudet i butikerna. De vill helt enkelt ta hem marginalerna i tidigare led genom att korta distributionskedjan och ta bort mellanhänder. Resultatet borde bli billigare ekologiska produkter till konsumenterna men också ett minskat utbud av vissa produktgrupper på hyllorna. Kanske även mer "billig" import av råvaror som kommer att ersätta ekologiska råvaror av svenskt ursprung, särskilt i sammansatta livsmedelsprodukter och färdiga maträtter.

Eko-exponering

Eko-exponering avser det allmänna intrycket av butikens hållbara och ekologiska ambitioner. Vi tittar på hur man lyfter det ekologiska sortimentet och vilket intryck det ger på kunden. Mycket bra, innebär att det syns tydligt att butiken satsar på ett "grönt" hållbart utbud.

Butik	Hur är eko-exponeringen?	Kommentar
ICA Supermarket Sigtuna	Mycket bra	Lyfter eko vid frukt & grönt vid entrén, samt på flera ställen i butiken. Hel hyllgavel med ekovaror till extrapris. Kampanj även på bland annat morötter och purjolök.
Willys Märsta	Bra	Eko exponeras bra genom att hyllmärkningen består av stora, tydliga, gröna skyltar vid eko-varorna.
ICA Kvantum Märsta	Varken bra eller dålig	En eko-hylla vid entrén med utvalda ekoprodukter, tyvärr har även oekologiska varor smugit sig in här. Utöver det ingen särskild exponering av eko. Kampanjpris på ekologiska bananer och ekologisk lammfärs.
Lidl Märsta	Varken bra eller dålig	Generellt mindre bra exponering. Lyfter dock vissa eko-produkter i två nya ekohyllor, en för kolonial och en köttdisk. Kampanjpris på ett par eko-varor, bland annat kaffe.
ICA Supermarket Valsta	Dålig	Ingen särskild exponering av eko.
ICA Nära Lunda Livs	Dålig	Ingen särskild exponering av eko.
ICA Nära Sätuna	Dålig	Ingen särskild exponering av eko.
Matöppet Rosersberg	Dålig	Ingen särskild exponering av eko.
Stora Coop Märsta	Dålig	Bra infoskylt om ekologiskt vid frukt & grönt, den drunknar dock i havet av stora, gröna skyltar om prissänkning. Kampanjpris på bland annat snackmorötter, oliver, pasta, ris, krossade tomater - men lyfter ej eko i kampanjer, endast "sänkt pris".

Tabell 5. Exponering av ekologiskt i butikerna 2019.

Mycket bra exponering

ICA Supermarket i Sigtuna hade en mycket bra exponering av de ekologiska varorna. Redan vid entrén lyfter butiken det ekologiska sortimentet genom att, på en centralt placerad skylt, ange antalet ekologiska produkter i frukt och grönt avdelningen. ICA Supermarket i Sigtuna hade också en hel hyllgavel med ekovaror till extrapris vid inventeringstillfället.



Bild 5. Inspirerande och tydlig exponering av det ekologiska frukt och grönt sortimentet på ICA Supermarket i Sigtuna.

Bra exponering

Willys åkte ner en klass från Mycket bra exponering till Bra exponering i årets butiksinventering. Det bästa med Willys exponering i år var de stora tydliga gröna ekomärkena på hyllorna vid eko-produkterna. Det är lätt att hitta eko i hyllorna på Willys.

Varken bra eller dålig

ICA Kvantum i Märsta och Lidl i Märsta klassas som varken bra eller dåliga gällande exponering i årets inventering. ICA Kvantum har en eko-hylla i entrén med utvalda ekologiska produkter från ett par varumärken. Dessvärre har även några oekologiska produkter smugit sig in, trots att hela hyllan är skyltad "Ekologiskt". Utöver det hade man vid inventeringstillfället inte någon extra exponering av ekologiskt. Lidl hade infört två nya eko-hyllor, en köttdisk och en hyllgavel för kolonial. Intrycket i resten av butiken drar dock ned betyget då de svart-vita hyllmärkningarna gör det svårt att se de ekologiska varorna.

Dålig eller mycket dålig

Resterande fem butiker hade en Dålig exponering av ekologiskt i butikerna. Det innebär att de inte hade någon särskild exponering alls, inget som lyfte det ekologiska sortimentet utöver hyllmärkningen. Stora Coop i Märsta hade visserligen en skylt vid frukt och grönt som informerade om att kunden kan se sina inköp av ekologiskt på kvittot. Den var dessvärre svår att urskilja i den stora mängden gröna skyltar med texten Prissänkning pågår. Även vid kampanjpriser på enskilda ekologiska produkter var det prissänkningen som lyftes stort och tydligt. Att det gällde en ekoprodukt var inte alltid lätt att se.



Bild 6. Stort fokus på prissänkningar på Stora Coop i Märsta.

Skyltning av ekologiskt i hyllorna

De flesta livsmedelskedjorna har idag höga miljömässiga ambitioner och uttrycker att de strävar efter att underlätta för kunderna att göra hållbara val. Om det ska vara lätt att göra rätt för kunden, krävs att de hållbart producerade varorna är tydligt märkta och lätta att skilja från andra varor. Så hur lätt är det då att hitta ekoprodukter i Sigtuna kommuns livsmedelsbutiker? Det är väldigt stor skillnad mellan butikerna, och i vissa fall även ojämnt skyltat på olika avdelningar i samma butik.

Mycket bra hyllmärkning

I topp ligger Willys i Märsta och ICA Supermarket Sigtuna. Willys hade för tredje året i rad Mycket bra hyllmärkning, medan ICA Supermarket Sigtuna har avancerat från Bra till Mycket bra hyllmärkning under året.

Bra Hyllmärkning

Bra hyllmärkningar hade ICA Nära Sätuna och ICA Kvantum i Märsta. ICA Nära Sätuna hade en näst intill exemplarisk hyllmärkning av eko-produkterna, men Miljösmart märkningen, som nästan alla ICAs butiker har, förvirrar. Det finns ingen tydlig information om vad Miljösmart märkningen innebär. Läs mer om Miljösmart butik på sidan 3.

Butik	Hur är hyllmärkningen av eko?	Kommentar
Willys Märsta	Mycket bra	Tydliga gröna hyllmärken på rätt plats.
ICA Supermarket Sigtuna	Mycket bra	Övervägande mycket bra, något ojämn då del av butiken ej är färdigställd efter ombyggnation. Positivt att vi inte ser några ICAs "Miljösmart" på hyllkanterna, då det märket lätt förväxlas med eko.
ICA Nära Sätuna	Bra	Små ekomärken, men på rätt plats. Kompletterade med eko-hyllvippor på flera ställen. Prydligt i hyllorna. ICAs märke "Miljösmart" försvårar.
ICA Kvantum Märsta	Bra	Något ojämn. ICAs märkning "Miljösmart" försvårar. Ekovippor vid oekologiska "Miljösmart"-produkter på några ställen
Lidl Märsta	Varken bra eller dålig	Små svartvita skyltar som inte syns så bra, men rätt skylt på rätt plats.
ICA Supermarket Valsta	Varken bra eller dålig	Små gröna ekomärken på hyllkanterna. Stämmer på de flesta ställen, men ej överallt. ICAs märke "Miljösmart" försvårar.
ICA Nära Lunda Livs	Varken bra eller dålig	Gröna eko-märken på hyllkant. Små märken, men konsekvent märkt. ICAs märke "Miljösmart" försvårar.
Matöppet Rosersberg	Dålig	Ojämn. Bra märkt på vissa varugrupper.
Stora Coop Märsta	Mycket dålig	Väldigt ojämn hyllmärkning, från obefintlig till bra på vissa enskilda varor.

Tabell 6. Hyllmärkning i butik 2019



Bild 7. Fel skyltat på ICA. ICAs egen märkning "Miljösmart" är förvirrande, även för personalen, som här placerat eko-vippan vid oekologiska produkter.



Bild 8. Exempel på bra hyllmärkning, Matöppet i Rosersberg.

Dålig eller mycket dålig hyllmärkning

Dålig hyllmärkning hade den lilla butiken Matöppet i Rosersberg. Även om det var något bättre än förra året, då det saknades hyllmärkning på de flesta ekologiska produkterna, så saknade vi även i år hyllmärkning vid ett flertal ekoprodukter. Stora Coop hade fortsättningsvis mycket dålig hyllskyltning. Det är synd att de slarvar när de trots allt har ett mycket omfattande utbud av ekologiska livsmedel i hyllorna. Dessutom var skyltningen mycket ojämn, från obefintlig till bra på vissa enskilda varor.

Kampanjen Green September "Helt enkelt eko"

Ingen av butikerna var delaktiga i den nationella kampanjen "Helt enkelt eko" som Organic Sweden, Sveriges konsumenter, KRAV och Ekologiska Lantbrukarna genomförde i detaljhandeln under september månad.

Ingen av butikerna hade heller någon tillgänglig information till konsumenterna om vad ekologisk produktion innebär.

Fairtrade-märkta livsmedel

Utbudet av Fairtrade-märkta produkter fortsätter att öka i kommunens livsmedelsbutiker, trots att kommunen inte längre är en Fairtrade City. Starkast ökning hade chokladprodukter där märkningen Fairtrade Cocoa Program vinner terräng. Läs mer om märkningen på sid 5.

Fairtrade Cocoa Program vinner terräng och bidrar till ett ökat utbud av Fairtrade-märkta chokladprodukter i livsmedelsbutikerna.

Även kaffe fortsätter att öka, liksom te. Fairtrade-märkt strösocker har däremot minskat något sedan föregående år. Rättvisemärkta bananer ligger på en ganska jämn linje med mycket små variationer under åren.

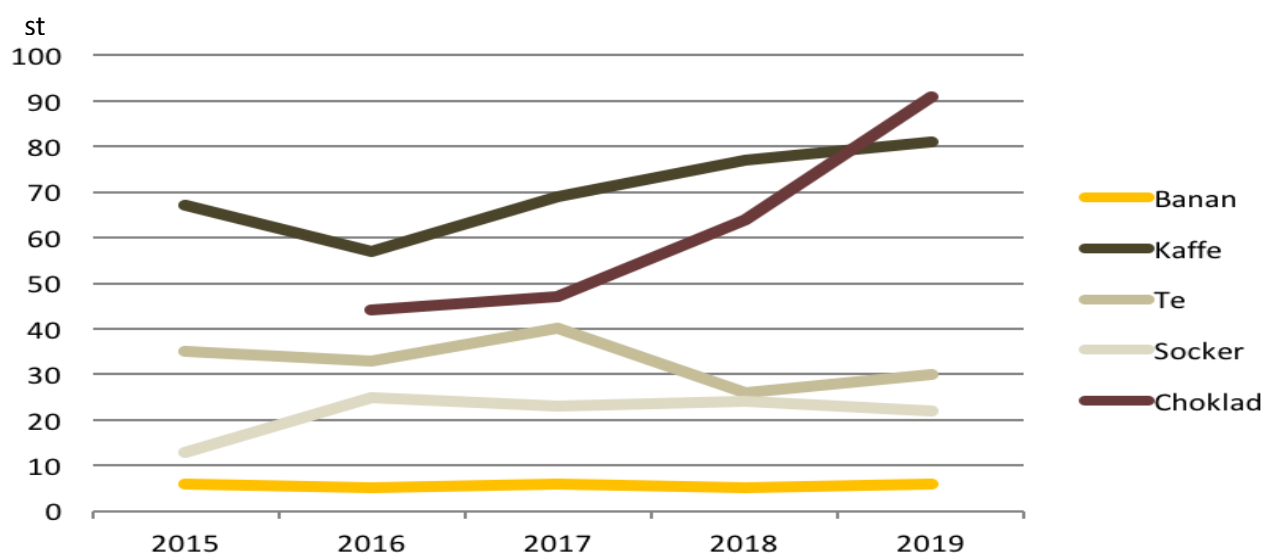


Diagram 2. Utveckling för 5 utvalda Fairtrade-märkta livsmedel i Sigtuna kommuns livsmedelsbutiker.

Butikens namn:	Banan	Te	Kaffe	Strösocker	Choklad	Totalt
Lidl Märsta	3	3	2	1	40	49
Stora Coop i Märsta	1	6	28	3	9	47
ICA Kvantum Märsta	1	7	14	4	7	33
ICA Supermarket Sigtuna	0	5	9	3	12	29
Willys Märsta	1	3	6	2	14	26
ICA Supermarket Valsta	0	2	10	4	5	21
ICA Nära Lunda Livs	0	1	7	3	2	13
ICA Nära Sätuna	0	2	5	1	2	10
Matöppet Rosersberg	0	1	0	1	0	2
Totalt	6	30	81	22	91	230

Tabell 7. Antal Fairtrademärkta produkter i livsmedelsbutiker i Sigtuna kommun, september 2019.

Bäst på att saluföra Fairtrade-märkta livsmedel såsom, banan, kaffe, te, strösocker och choklad är Lidl och Stora Coop i Märsta, de står i en klass för sig. En bra bit efter kommer ICA Kvantum i Märsta och ICA Supermarket i Sigtuna. Lidl i Märsta har ett mycket stort utbud av choklad som är märkt med Fairtrade Cocoa program, där råvaran kakao i produkterna är certifierad. Läs mer om Fairtrade Cocoa Program på sid 5.

Matsvinn

Stora mängder mat slängs varje dag i livsmedelskedjans alla led. En icke oväsentlig del i livsmedelsbutikerna. Att på olika sätt minska matsvinnet i butikerna har aktualiserats under de senaste åren. Vi har därför tagit tempen på svinnarbetet i Sigtuna kommuns butiker i vår ekoinventering och funnit att de flesta gör ett seriöst och fruktsamt arbete med att minska svinnnet.

Med matsvinn avser vi i denna inventering, ätbart matavfall, till skillnad från oätligt matavfall som till exempel ben, skalrester, kaffesump och kärnor.

Mäter ni det matsvinn som uppstår i er verksamhet?

Alla butikerna utom Matöppet i Rosersberg mäter matsvinnet som uppstår i butikerna. De flesta har kontroll på matsvinnet då de registrerar allt svinn som uppstår genom avskrivningar i bokföringen. Några av butikerna följer upp så att de kan jämföra från år till år.

Kommunicerar ni mätresultaten och vikten av att reducera matsvinnet till de butiksanställda?

Alla butikerna kommunicerar resultaten av svinnmätningarna med sin personal på något sätt. På personalmöten diskuteras svinn, resultat och justeringar. All personal involveras i svinnarbetet. Någon kommunicerar dagligen försäljningsresultat och svinn på en anslagstavla i personalrummet. Flera butiker har avancerade datasystem för kontroll och uppföljning av matsvinnet.

Arbetar ni för att reducera matsvinnet genom planering och varubeställning?

Här har de flesta tillgång till avancerade datasystem som registrerar och följer upp varje enskild vara som passerar genom butiken. Genom att följa upp kan de anpassa inköp till åtgång och därmed slimma matsvinnet.

Arbetar ni för att reducera matsvinnet genom sänkt pris på varor som närmar sig bäst-före-datum?

Alla butikerna arbetar med sänkta priser på varor som närmar sig bäst-före-datum. Flera butiker har generösa rabatter på varor med kort datum och några jobbar med att sänka priset i etapper fram till bäst-före-datum. Några butiker sätter ihop lådor/påsar med frukt och grönsaker som har fått lite skavanker och säljer till rejält rabatterade priser.

Arbetar ni för att reducera matsvinnet genom andra åtgärder, som till exempel nedfrysning av varor som närmar sig bäst-före-datum?

De flesta fryser inte ner varor som närmar sig bäst-före-datum. Endast två av butikerna svarade jakande på denna fråga.

Har ni avtal med någon extern part som tar hand om överblivna varor?

Fyra av butikerna uppger att de har eller har haft samarbete med externa parter som tar hand om den överblivna maten.



Bild 9. Svinns smarta erbjudanden på Willys

Kommunicerar ni ert arbete med att reducera matsvinn till kunder genom information i butiken?

I stort sett samtliga intervjuade butiker kommunicerar matsvinnsarbetet gentemot sina kunder. Hur man kommunicerar skiljer sig från butik till butik.

Genom att sätta ned priset kommunicerar man sitt engagemang för att ta tillvara varor med kort datum. Några uppger att de har planscher i butiken med information om matsvinnet och butikens värdegrund. Livsmedel märks med "Ät snart – kort datum" och på så vis kommuniceras svinnarbetet. En butik har en "lama" i entrén, dvs ett träställ där man kommunicerar sitt svinnarbete gentemot kund. Genom att märka livsmedel med kort datum som "svinnsmarta alternativ", ställa ut lådor eller påsar med lite kantstötta frukter och grönsaker till extremt lågt pris eller halverar priset på gårdagens bröd kommunicerar butiken sitt engagemang för minskat matsvinn.

Willys "svinnsmarta erbjudanden" gick inte att missa vid inventeringen. På Stora Coop fanns en "kort-datum-hörna" i köttfrysaren med köttprodukter till nedsatt pris. I övriga butiker noterade vi inte någon information om matsvinn eller erbjudanden relaterade till kort datum vid inventeringstillfället.

Engångsplaster

Kommunicerar ni EU:s kommande förbud mot viss engångsplast och vikten av att reducera plast till de butiksanställda?

Drygt hälften av butikerna har börjat kommunicera vikten av att reducera engångsplasten. De har börjat byta ut produkter av engångsplast i hyllorna och ersatt med produkter av annat material. Den andra hälften känner till det kommande förbudet men har inte påbörjat arbetet med att informera och byta ut produkter av engångsplast i hyllorna.

Arbetar ni för att reducera engångsplasten avseende tråg och förpackningar i butiken?

De flesta butikerna köper allt färdigpackat. Endast butiker med manuell köttdisk och färdigmat packar i tråg. De som packar i tråg har på olika sätt prövat alternativa material till trågen. Någon har provat papperstråg, någon jobbar med återvunnen plast.

Arbetar ni för att reducera engångsplasten avseende försäljning av engångsbestick, sugrör och liknande produkter?

Sugrör i metall, papper och trä ersätter sugrör i plast eller försvinner helt i samtliga butiker. Engångsplasten försvinner från centrallagren och ersätts med hållbara alternativ. Plastbesticken ersätts med bestick i trä eller komposit och plasttallrikar blir papptallrikar. Det finns flera olika hållbara alternativ och snart är engångsplasten i sugrör, bestick, muggar och tallrikar ett minne blott.



Kommunicerar ni ert arbete med att reducera engångsplast till kunder genom information i butiken?

Man kommunicerar inte engångsplasten i samma utsträckning som matsvinnet.

Butikerna lägger mer energi på att få ut informationen till personalen.

Coop har haft en liten skylt i delikatessen där man kommunicerat pappersförpackningar istället för plastförpackningar. En butik har försökt informera kunderna via Facebook, brev och reklam. Några menar att förbudet inte trätt i kraft ännu. När det gör det så kommer man att gå ut med information till kunderna.

Bild 10.

Salladsbaren PicaDeli, som finns i flera av butikerna har gått över till komposterbara bestick aiorda av sockerrör.

Att vår användning av plastpåsar behöver minska är väl känt och flera livsmedelsbutiker har sedan länge haft flergångskassar till försäljning. Vi tillfället för inventeringen var det dock endast i tre av butikerna som kunderna uppmanades att minska på användandet av plastpåsar. På Lidl, Stora Coop och Willys fanns skyltar vid kassan som uppmanade kunderna att välja flergångskassar och/eller återanvända plastkassarna. Willys och Stora Coops små påsar för frukt & grönt var tydligt märkta med att de är tillverkade av sockerrör.



Bild 11. Återanvändbara kassar på Lidl.

Bilaga 1. kommentarer matsvinn

Mäter ni det matsvinn som uppstår i er verksamhet?

- Finns ett program i datorn, inte så mycket, finns något som heter cross, finns möjlighet om man vill.
- Avskrivningar, mat som inte är duglig, slänger av olika skäl. Jobbar med att minska svinnet. Samarbete med Allwin, skänker mat. Eget koncept inom koncernen; Ta vara på. Sänker alla varor med 30 % vid utgångsdatum. Vissa varor. Kundhållbarhetsgaranti. Kunden ska ha möjlighet att förbruka den hemma, 14-dagar innan sänker vi priset. Köttet mer en korttids förbrukningsvara 2 dagar. Utmärkt 30 %. Sista chansen ta vara på. Lådor 3 kg blandat frukt och grönt för 20 kr.
- Vi registrerar allt som slängs, är trasigt, utgångna datum. Allt som inte säljs registreras.
- Registrerar allt svinn. Registrerar orsak till svinn.
- Läger in i datorn, väger eller styck. Vi väger av allt vi kastar. Mätbart. Kan då jämföra från år till år.
- Allt synligt svinn mäter vi. Köttfärs gått ut eller går ut. Läger in i svinnverktyget i. Hörna med nedsänkta varor om datum kvar. Målsättningen att inte behöva sänka ner.
- Registrerar allt som vi kastar. Svinnmål. Det kända svinnet ca 0,5 %. Ligger lite högre försöker ha som mål.

Kommunicerar ni mätresultaten och vikten av att reducera matsvinnet till de butiksanställda?

- Hela tiden uppdaterar vi informationen så att vår personal är medvetna om varför vi gör vissa saker. Butiksledning, veckobrev och skyltning i butik.
- Vi har med det på våra morgonmöten, nästan dagligen. Internt veckobrev samt i delår och helårsrapport. Försäljning och svinn varje dag på vår interna anslagstavla.
- Vi tittar på siffror på varje avdelning bryter ner på ansvariga. Pengar och volym. Påverkan på försäljning och marginal.
- Absolut
- Vi pratar om svinn, inte alltid svinn i siffror.
- Interna möten. Skyltar upp resultat på svinn.
- Svinnmöten, varje avdelning., Ansvariga på avdelningarna kollar vad som slängts. Har väldigt smarta system, datorn känner av vad som ska köpas in. Lagersaldo istället för manuella beställningar.
- Varje avdelning med färskvaror har svinnmål. Mejeri och ost har egna svinnmål att sträva mot. Går igenom varje måndag. Måndagskollen. Vad fokusera på, hur vi ska minska svinnet samt öka bruttovinsten. Svår balans med bröd och bake-off. Halva priset till kl.10 dagen efter.

Arbetar ni för att reducera matsvinnet genom planering och varubeställning?

- Vi går en gång i veckan och packar upp på hyllorna, ser vilka som går ut, kollar datum på de gamla.
- Beställer dagligen. 7 dagar i veckan frukt och grönt. Kan kontrollera vårt intag. Inga automatiska beställningar. Egna beställningar. Verktyg i våra beställningsapparater. Benchmarka sig, verktyg som ska underlätta beställningar.
- Vi har ett bra datasystem, har väldigt bra statistik.

- Hela tiden, analyserar för att kunna minska, gör åtgärder för att minimera svinnet.
- Mycket, nästan halverat matsvinnet jämfört med förra året. Rätt varor i rätt tid och rätt antal vid beställning.
- Mycket grönsaker på svinn, dags att tänka om. Beställa mindre. Nu går inte så mycket, tänker säsong.
- Det hör ihop. Svinnanalis med uppföljning. Medarbetarna med och tittar, inköp anpassas till att minska svinn.
- När vi beställer varor. Har ett autoordersystem som beställer efter åtgång i butiken. Ser ju bakåt. Fukt och grönt, mycket statistik vid kampanjer. Kalendereffekt, kollar till exempel påsk, när det ligger i kalendern.

Arbetar ni för att reducera matsvinnet genom sänkt pris på varor som närmar sig bäst-före-datum?

- Beror på vilka grejor, 50 % rabatt.
- Sänker dagen innan bäst före datum, alternativt sista förbrukningsdag. Gör det på alla färskvaror. Har en app som vi använder, Deligate. Går snart över till Coops egen Datumboken. Köttet går vi igenom manuellt varje dag.
- Låda med korta datum. Kyldisk med nedsatta varor. Fukt och grönt, ligger ganska bra till. Rätt volymer hemma. Inte så farligt mycket matsvinn, 1,5 % av totala omsättningen.
- Svår balans med bröd, bake-off. Halva priset till kl.10 dagen efter. Svinnsmart, skänker varor som vi egentligen skulle ta bort från hyllan. Tar bort dagen innan. Sänker till 30 %. Gör fukt och grönt lådor, 2 kg lådor, 20 kr/låda, uppdelat på fukt och grönt. Vägörenhet istället för svinn. Bröd, tas bort 2 dagar innan bäst före datum.

Arbetar ni för att reducera matsvinnet genom andra åtgärder, som till exempel nedfrysning av varor som närmar sig bäst-före-datum?

- Blir oftast inte svinn på sådana varor som vi kan frysa ner. Svårt sälja de varorna. Svårt hålla reda på, blir bara liggande. Ofta inte så mycket som blir svinn. Sänker och säljer för det mesta allt. Mer på frukten kanske. Reklamerar till vår leverantör. Räcker att vi fotar.
- Säljer istället allt till halva priset. Senaste dagen före bäst för datum, har ett system som identifierar detta. Använder oss av en app, Why waste? som hjälper till att se svinn som är på gång.
- Ja på vissa avdelningar, fisk och fågel. När vi får för mycket kycklingfilé. Använder istället i matproduktion. Vi gör egna matlådor. Även på bageriet tar vi tillvara och gör till exempel egna skorpar. Kajsa Warg-konceptet. Vad har jag att ta hand om i god tid, innan utgångstid.

Har ni avtal med någon extern part som tar hand om överblivna varor?

- Allwin
- Vi skänker till ett särskilt boende som är i kommunens regi.
- Har lite till och från. Haft lite olika resursboenden, Röda korset, Stadsmissionen. Har inte alltid möjlighet att hämta. Inte regelbundet. På deras villkor.

- Har startat upp något på Coop centralt, men vi är inte med. Svårt få till ett samarbete, olika saker/livsmedel som blir över varje dag. Vi har funderat på att starta ett eget kök och laga till färdiga rätter. Men det är en stor investering.
- Personer som hämtar rester till höns, grisar etc.
- Hade Svenska kyrkan. Kanske återupptar det samarbetet. Svenska kyrkan sa nej. Nya regler som inte gick inte att hantera. Har en träff i höst för att hitta en ny lösning. Försöker sälja ut det.
- Går inte med dagens krav. Bryter mot lagkrav. Jag som ansvarig för en cornflakeskartong, måste veta vem som är slutkonsument och då ska de föra bok, vem som levererat varan. Måste kunna koppla mot slutkunden. Det är ett jätteproblem. Frågetecken kring de aktörer som lämnar de här varorna till externa aktörer.
- Svenska kyrkan får hämta mat och dela ut till behövande.

Kommunicerar ni ert arbete med att reducera matsvinn till kunder genom information i butiken?

- Sätter ner priset, ser direkt.
- Planscher i butik, reklamkampanjer. Vann årets Hållbaraste butik igår. Behöver vara först med saker. Underdogs, sociala ansvaret.
- Vi har information i butik, åt snart, kort datum. Information till ICA-korts kunder i utskick.
- Har en del anslag om att vi jobbar för att minska svinnet och våra värdegrunder, där detta ingår.
- Nej egentligen inte. Lite när vi började skänka frukten. Förra sommaren otroligt varmt, skänkte till bönder.
- Om de frågar efter en produkt som vi inte har längre säljer så förklarar vi varför, dvs det blir mycket svinn.
- Kort datum till exempel.
- Via Miljösmart matbutik. Finns en "lama" i entrén berättar för kund hur vi jobbar. Ett träställ i entrén.
- Ett svinnsmart alternativ. Backar i mejeri och kött och chark där vi har gröna lappar. Utförsäljning med kort datum i entrén. Jobbar med välgörenhet istället för svinn. Många kunder, det är intressant med 20 kr lådorna, som det står svinnsmart på. Fukt lådor och grönsakslådor.

Bilaga 2 kommentarer engångsplaster

Kommunicerar ni EU:s kommande förbud mot viss engångsplast och vikten av att reducera plast till de butiksanställda?

- Redan tagit bort väldigt mycket. Sålt träbestick, papperstallrikar i år. Plastglas från lagret det sista som gått ut nu.
- Sker centralt dialog med ICA, på intranät där allt står.
- Vi tittar på de alternativ i dagsläget som finns.
- Pratade lite om det. Skatt som kommer på engångspåsar. Kommer säkert att påverka butikerna hur vi jobbar med kassar. Kommer att landa på 3 kr/påse. Har minskat på användningen av engångspåsar. Ser att fler kunder har med egna kassar.
- Inte så mycket, ingen plan ännu.
- Nej inte än, kommande. Bestämt först innan det är helt klart. När blir det? Vad det kommer att kosta i skatt, då när vi vet ska vi kommunicera det till butiksanställda. Hitta pappersalternativ. Tidigt att kommunicera redan nu, får bli nästa år.
- Inte än, inte ingått än. Allt kommer att ske centralt via ICA.
- Pratar mycket sortering över lag. Personalrum. Tydligt märkt sortering i vårt soprum. Får ut rapporter, relationstal. Vi ska sortera ett ton wellpapp/omsatt miljon. Sortera wellpapp ger inkomster. Men man betalar för brännbart. Sorterar alla friktioner. Uppföljning.

Arbetar ni för att reducera engångsplasten avseende tråg och förpackningar i butiken?

- Packar inte i butik
- Har inget sådant. Allt är färdigpackat.
- Dialog med vår leverantör av förbrukningsartiklar. Tar fram de hållbara alternativ som finns. Har bytt ut vissa tråg. Haft vissa tråg under test. Testar om de uppfyller de krav som vi har.
- Inte mer än att vi diskuterar kostnader för dessa förpackningar. Testat att ta in förpackningar i kartong till delikatessen. Känns inte lika gediget tycker kunderna. Roligare när kunderna driver på. Lite dyrare för oss i butik, men rolig grej ur miljösynpunkt.
- Måste ha plast som är till för livsmedel.
- Använder inte tråg, packar inte själva, försöker reducera hitta miljösmarta alternativ, återvinningskassar. Minskat 10 %.
- Har vi gjort under väldigt lång tid. Jobbar alltid med återvunnen plast. Jobbar med Tingstad.
- Har inget manuellt förpackat. Får allt färdigpackat.

Arbetar ni för att reducera engångsplasten avseende försäljning av engångsbestick, sugrör och liknande produkter?

- Bergendahls sköter detta centralt. Min son har köpt i metall.
- En del av nya direktiven. Vi rättar oss efter dem som ICA Sverige har.
- Nu försvinner plastsugrör. Engångsplasten byts ut. Trävariant eller komposit på engångsbesticken. Sugrör försvinner helt och hållet.
- Det har kommit alternativ centralt. De ska finnas i hyllan. Coop centralt som gjort det.
- Börjat med att ta bort sugrör, beställde pappsugrör. Plastbesticken kvar.
- Försöker hitta nytt. Slussat ut muggar och tallrikar. Papper istället, alternativt plast. Engångsbestick kommer att tas bort. Så fort vi hittar alternativ byter vi.

- Via ICA:s omsorg, när beslutet träder i kraft kommer ICA inte leverera ut produkter i engångsplast.
- Tagit bort plastbesticken i vårt sortiment. Tagit in trä istället. Sugrör säljs i en pappersvariant

Kommunicerar ni ert arbete med att reducera engångsplast till kunder genom information i butiken?

- Inte i samma utsträckning som matsvinnet. Men får ut informationen till personalen. Egentligen bara bytt ut. Varit dåliga på att sprida budskapet. Inget butiksspecifikt.
- Ingår i vår värdegrund.
- Liten skylt i delikatessen, byggt upp förpackning som exempel för kunderna.
- Facebook. Kommer löpande försöka berätta. Inte hittat så stora mängder. Kommunicerar via brev och reklam.
- I samband med att förbudet träder i kraft. Förmodligen långt innan.
- Inte mer än när kunden går till hyllan.