



Stockholm den 25 november 2014

**Branschorganisationen  
Svensk Fågel**  
Telefon: 08-787 22 21  
Mobil: 0708-25 48 58  
E-post: [maria.donis@svenskfagel.se](mailto:maria.donis@svenskfagel.se)

**Jordbruksverket**  
**551 82 Jönköping**  
**Att: Dina Sacic**

## Slutrapport för stöd till insatser på livsmedelsområdet

### Bakgrund

Den svenska matfågelbranschen har under senaste året tappat i konkurrenskraft mot importen och självförsörjningsgraden har minskat för varje år. Under de sista tio åren har självförsörjningsgraden minskat från 83,6 procent till 65,6 procent. På tio år har importen och införsel från tredje land respektive från övriga EU-länder ökat med +141,7 procent, enligt Jordbruksverkets siffror. Under samma period har den svenska produktionen ökat med endast +6,06 procent. Inom vissa segment på restaurang och storhushåll beräknas andelen svensk kyckling stå för 20-30 procent. I frysdisken i detaljhandeln beräknas importen stå för cirka 50 procent. Samtidigt visar konsumentundersökningar ett ökat intresse för svensk kyckling. Branschorganisationen har mot bakgrund av rådande omständighet, i samarbete med hela mervärdekedjan i matfågeluppfödning samt i samverkan med de olika livsmedelsföretagen inom matfågel ansökt medel inom ramen för Matlandet. Målet har varit att stärka en konkurrenskraftig och hållbar matfågelproduktion där kunskap hos konsument och inköpare kring svenska mervärden ska stärkas. Konkurrenskraften ska även stärkas genom att identifiera åtgärder som branschen i sin helhet kan förbättra.

### Målgrupp

Ansökan omfattade följande delar av värdekedjan:

- a) Kläckäggsproduktion,
- b) Kläckeriverksamhet,
- c) slaktkyckling uppfödning,
- d) foder,
- e) slakteriverksamhetens förutsättningar, plockning- och transport.

Övriga målgrupper har varit detaljhandeln, kostekonomier/inköpsansvariga inom offentlig sektor, krögare, myndigheter samt allmänheten.

### Målsättning

#### a) Kompetensutveckling hos livsmedelsföretagare

Ekonomi inom den svenska matfågelproduktionen är för närvarande kraftigt ansträngd. Den stora importen av utländsk kyckling uppförd under andra villkor än den svenska har medfört en kraftig prispress på svenska produkter. Detta har inneburit krav att i varje led effektivisera och optimera den egna produktionen.

### Projektresultat

Internationell konsult har genom den genomlysning som branschen genomfört 2013 gått igenom med Svensk Fågels ledning för att belysa vilka områden som branschorganisationen kan driva som innebär effektivisering i sin helhet för branschen. Genomgången har omfattat direkta och indirekta åtgärder samt identifierat regelverk som behöver moderniseras eller anpassas till branschens verksamhet. Belysningen har legat till grund för det fortsatta arbetet i strategi samt genomförande i delar av

verksamheten, tex. behov av rådgivning, kompetenshöjning samt identifiering av struktur- samt regelförändringar i branschen.

#### **b) Produktionsuppföljning och optimering inom matfågelproduktionen (TUPPEN), webbaserat**

Svensk Fågel har under de senaste åren arbetat med att utveckla ett on-line-baserat produktionsuppföljningsprogram ("TUPPEN") där hela kyckling- och kalkonnäringen (kläckeri, uppfödare, foderföretag och slakteri) samarbetar om att mata in uppgifter för att ge relevant och komplett information i syfte att ge verktyg för total spårbarhet och uppföljning av produktionen och eventuella störningar, både på ett övergripande plan men även ner på djuravdelningsnivå. Databasen utgör ett unikt underlag för att göra genomgripande analyser av insamlade data för att finna eventuella korrelationer mellan olika skötsel faktorer etc. och djurhälso- och välfärdsfaktorer.

#### **Projektresultat**

Inom ramen för Matlandet har ytterligare utveckling av programmet avseende bl.a anpassning till mobil dataenhet för att ytterligare effektivisera datainmatning, framförallt på gårdsnivå genomförts. Ytterligare användarvänliga analysverktyg har utvecklats som underlag för förbättrings- och effektivitetshöjande åtgärder. En ny responsiv webbplats har genomförts med sökmotorvänliga adresser. Vidare har implementering av funktionalitet och presentation genomförts. Delprojektet har inte kunnat genomföras med ERFA-grupper då medel inte erhöles i sin helhet.

#### **c) Seminarium om kvalitetsprogrammen inom Svensk Fågel**

Information om svenska mervärden genom de kvalitetsprogram inom hälsa, djurvälstånd och smittskydd samt utbildning av handeln och inköpare inom offentlig sektor är nödvändigt för ökad betalningsvilja och platsutrymme av svenska livsmedel i butiker. Tidigare undersökningar visar att ökad kunskap kring svenska mervärden resulterar i ökad betalningsvilja hos inköpare och konsument.

#### **Projektresultat**

Under våren genomfördes ett seminarium med föreläsare från Statens veterinärmedicinska anstalt, Agria Djurförsäkrings riksläkare samt chefsveterinär för Smittskyddsprogrammet. Inbjudna till seminariet var företrädare från handeln, grossister, myndigheter, forskare samt journalister. Ett material sammanställdes mot bakgrund av seminariet som sedan skickades ut till deltagarna.

#### **d) Offentlig upphandling**

Inom ramen för offentlig upphandling pågår en översyn av kriterierna med avsikt att möjliggöra i större utsträckning inköp av närproducerat och hög kvalitet av svenska livsmedel. Intresset för detta har även ökat inom den privata sektorn.

#### **Projektresultat**

Under året har utarbetandet av kriterier till Miljöstyrningsrådet (MSR) lämnats för kalkon och kyckling. Vidare har material sammanställts som kan användas av kommuner, landsting men också vid inköp i detaljhandeln. Vid seminarium kring offentlig mat i Göteborgs stad har information lämnats om kvalitetskriterier för matfågel och de olika kvalitetsprogrammen har redovisats.

I projektet har också ingått att undersöka hur stor andel svensk kyckling som köps in i enlighet med de kriterier som ställs i MSR:s kriterier, numera Konkurrensverket. En sammanställning samt debattartiklar har sedan spridits innehållande resultaten i undersökningen. Vidare så har ett formulär för etisk mat som lantbrukare kan använda sig av tagits fram, där kvalitetskrav i form av djurvälstånd, smittskydd och djurhälsa berörts. Materialet har skickats ut till samtliga medlemmar i hela värdekedjan.

#### **e) Information om svenska mervärden - kvalitetskrav**

Information om svenska mervärden och utbildning av handeln och inköpare inom offentlig sektor är nödvändigt för ökad betalningsvilja och platsutrymme av svenska livsmedel i butiker. Tidigare undersökningar visar att ökad kunskap kring svenska mervärden resulterar i ökad betalningsvilja hos inköpare och konsument. Hälsa och löptrenden engagerar stort hos svenska folket där sunda, säkra livsmedel efterfrågas med fokus på nyttig mat. Hälsoprofiler är viktiga för att tydliggöra att bra hållbara livsmedel går i hand med en nyttig och sund livsföring där mat och motion är viktiga beståndsdelar.

#### **Projektresultat**

Två stycken informationsfoldrar till butik har tagits fram med nyttiga recept i enlighet med Nordiska

kostrådens rekommendationer. Materialen har spridits i butik, lagts upp på webbplats samt delats ut i samband med seminarier och utställningar.

Lantbrukare har i samarbete med detaljhandeln deltagit i butik och informerat och svarat på frågor från konsumenter.

Ett event med hälsogurun Laila Söderholm, tränare, kostrådgivare och föreläsare genomfördes under våren. Tillsammans med Anders Dahlbom, Årets Kock 1993, även känd jurymedlem i Mästerkocken samt ansvarig för Nobelmiddagen under flera år, presenterades nyttiga recept, tips på träningsmöjligheter för målgruppen matbloggare som i sin tur har spridning över hela landet. På eventet uppmärksammades vikten av bra hållbara livsmedel går i hand med en nyttig och sund livsföring där mat och motion är viktiga beståndsdelar.

#### **f) Konsumentundersökning Ipsos 2014**

År 2012 genomfördes en kunskaps- och kännedomsmätning (nollmätning) för att undersöka kunskapen kring svensk kyckling och vilka kvalitetskrav som svenska konsumenter ställer vid valet av matfågel.

#### **Projektresultat**

Konsumentundersökningen 2014 hade för avsikt att se om det skett någon förflyttning under året och om så är fallet i vilken riktning. Därmed har företagarna, baserad på denna kunskap kunnat tillverka och anpassa sina produkter och kommunikation till det behov som finns för att stärka konsumenternas kunskap kring matfågel. Undersökningen har också legat till grund för information till livsmedelsföretagarna samt krögare inom restaurangbranschen att tillhandahålla och tydliggöra information kring matfågel i de offentliga restaurangerna. Frågorna skedde i webbomnibus som täcker hela landet.

Undersökningen visade att hälsotrenden och nya rekommendationer gör kyckling allt populärare. Undersökningen visade även att konsumenter vill stödja svenska kycklingbönder och att de anser att svensk kyckling föds upp på ett bättre sätt och har högre kvalitet, vilket innebär ett tryggt val. 71 procent av svenska folket ansåg att det var viktigt att få veta ursprunget när de köper kyckling, och lika många tyckte att det självklara valet var att välja svenskt. Betalningsviljan för kyckling med en tydlig ursprungs- och kvalitetsmärkning ökar; 75 procent var beredda att betala åtminstone 10 kronor mer per kilo för svensk kyckling och över 60 procent kan tänka sig att betala 20 kronor mer per kilo. Konsumenter vill känna sig trygga och de ansåg att svenska bönder inger förtroende och därför bör stötta.

Undersökningen visar dock särskilt problematiskt inom restaurang och storkök där nästan ingen frågar om kycklingens ursprung. Av de som kände till kvalitetsmärket så var 10 procent fler som alltid frågade efter ursprungsland när de åt på restaurang jämfört med föregående års undersökning. Med andra ord, så visar undersökningen att ökad kunskap om kvalité och kvalitetsmärkning leder även till ett större intresse kring kyckling på restaurang och storkök.

#### **Slutsats**

Aktuella siffror från Jordbruksverket, som presenterades i november visar att produktionen av svenskt fågelkött har ökat med 5,6 procent under perioden jan-augusti 2014 jämfört med samma period föregående år och att andelen svenskt av den totala förbrukningen ökat till 66,2 procent, dvs. en ökning med 1,5 procent. Importen har bromsat in och ökade endast med 3 procent (kommer främst från Danmark och Nederländerna).

Genom förbättringar i den webbaserade produktionsdatabasen och hemsida har uppfödare kunnat använda verktyget TUPPEN som ett hjälpmedel för effektivisering i produktionen. Resultatet pekar på en ökad produktivitet och förbättrad konkurrenskraft.

Identifiering av områden inom ramen för branschorganisationens möjligheter att skapa större konkurrenskraft har legat till grund för pågående arbete inom Konkurrenskraftsutredningen. Vidare har den samlade bilden också legat till grund för identifiering av gemensamma behov inom rådgivning och kompetensförstärkning inom branschen.

Ipsos-undersökningen visade att kunskapen hos svenska folket ökat kring kvalitetskraven för

målgruppen, dvs. livsmedelsföretagen. Undersökningen visade även att större insatser behövs inom offentlig sektor och restauranger.

Enkla informationsmaterial i form av butiksfolder, PM med kriterier för offentlig upphandling, seminariematerial har tagits fram som har spridits genom webb, utskick till kommuner och myndigheter samt deltagare från seminariet och i butiker. Delar av materialen kommer även enkelt att kunna uppdateras vid behov.

### **Finansiering**

Delar av de ansökta projekten har genomförts i sin helhet samt andra delar anpassats efter fastställd budget. Vidare har delar av de ansökta delprojekten inom Matlandet helt uteslutits, tex. Sensorisk undersökning samt Utbildningsdagar och branschmöte då ansökta medel inte erhöles i sin helhet.

### **Genomförande och plan**

Projekten har genomförts under perioden februari – november 2014. Projektiden har varit alldeles för kort från det att beslut inkom i början på april och då ansökan om slutbetalning ska vara inne 28 november. Det borde finnas möjlighet att kunna använda åtminstone december månad också. Beaktat sommarsemester och lantbrukarnas begränsade möjlighet under vårbruk och skördetid så blir projektiden kortare vilket betyder att genomförande av samtliga delprojekten blir begränsande, i synnerhet de som riktar sig till lantbrukarna. Då ansökta medel inte erhöles i sin helhet har delprojekten ej kunnat genomföra enligt plan.

De projekt som har genomförts har fallit ut väl och varit nödvändig i arbetet om att informera kring kvalitetskraven inom matfågelproduktionen och behovet av att stärka konkurrenskraften. Det finns behov att fortsätta i denna anda och i synnerhet när det faller väl ut till lantbrukare och livsmedelsföretagen i en sådan bred omfattning som samtliga projekt har gjort. Resultatet går även att visa genom ökad försäljning och förbättrad konkurrenskraft.

### **Län som har omfattats av samtliga projekt:**

Livsmedelsföretagare anslutna till branschorganisationen Svensk Fågel verksamma i följande län: C, D, E, G, H, K, M, N, O, T och U. Målgrupp avseende konsument, offentlig sektor och handel har omfattat hela landet.

Med vänliga hälsningar

Maria Donis, VD  
Branschorganisationen Svensk Fågel