

Redovisning av
”Matlandet Sverige med klimatsmart mat i privata restauranger
– information, kompetensutveckling och kunskapsspridning”
dnr 19-28/09

EkoMatCentrum – Informationscentrum för Ekologiska Produkter, ideell förening, har under 2009 drivit projektet, ”Matlandet Sverige med klimatsmart mat i privata restauranger”. Arbetet har utförts 8 april – 31 december.

Projektets syfte

Projektets syfte har dels varit att höja kompetensen om ekologisk produktion och ekologisk mat och att öka användningen av ekologiska livsmedel inom restaurangbranschen samt att sprida kunskap och information om hur våra val av råvaror och maträtter påverkar klimatet. Dessutom har syftet varit att lyfta fram den svenska matens kvalitet och Sverige som matland både i Sverige och i Europa. En metod som vi har använt oss av är att lyfta fram framstående kockars och restaurangers erfarenheter.

Målgrupp

Anställda och företagsledare i restauranger, caféer och måltidstjänstföretag, branschorganisationer, svenska och utländska restaurangbesökare. Fackpressen tillhör också målgruppen som informationsbärare.

Genomförda aktiviteter 2009

- 1. Kompetensutveckling för restauranger om klimatsmart mat och ekologisk mat.*
Vi har undersökt vilka former av kompetensutveckling som är attraktiv för restauranger eftersom de är svåra att locka till utbildningar. Vi har diskuterat upplägg med SHR (Sveriges Restaurangföretagare), Restaurangakademien och flera av kockarna i Kocksnack. Därefter har vi erbjudit två alternativ: en workshop med matlagning och en workshop med matlagning kombinerat med studiebesök på en ekologisk gård. De bägge workshoparna planerades och genomfördes tillsammans med Restaurangakademien. De marknadsfördes genom direktutskick, annons i fackpressen (bil 1) och på webben. Det var så svagt intresse för den längre kursen att den inte kunde genomföras. En utvärdering gjordes tillsammans med kursledare och Restaurangakademien. Flera tänkbara orsaker analyserades.
Den workshop som vi genomförde fick mycket bra omdöme av kursdeltagarna: 5,5 poäng av 6. (Bil 2)
- 2. Rådgivning till restauranger om klimatsmart mat, lokal mat och ekologisk mat*
Vi har under året annonserat om möjligheten till fri rådgivning i fackpress (Hotellrevyn, bil 3) och på webben www.ekokrogar.se www.ekomatcentrum.se, www.miljomat.se, www.ekomatguiden.se och skrivit en pressrelease (bil 4 a, b). Den har lästs av 250 journalister och har skickats till 379 redaktioner. Vi har också informerat direkt till nyckelpersoner i branschen.
Rådgivning har genomförts huvudsakligen genom telefon och mejl men också vid fysiska möten: på EkoNord, Menigomässan, på två Kocksnack-träffar och på Couttryside Hotels höstmöte.
Vi beräknade rådgivning till 90 personer. Utfallet blev 193 personer.

3. *Medverkan på mässor*

Vi har i maj medverkat på InterFoods ekologiska avdelning, EkoNord, med en monter. En pressrelease (bil 5) publicerades i samband med mässan. Den lästes av 268 journalister och skickades till 381 redaktioner.

Där informerade vi bland annat om Ekomatsedeln (en webb-tjänst för näringsberäknade, klimatsmarta recept och menyer) och genomförde rådgivningssamtal. Samma upplägg hade vi på Menigomässan i september. Vi har producerat en handout som delades ut på de bägge mässorna och i andra sammanhang under året (bil 6).

Inför deltagande på BioFach i februari 2010 har vi under året haft kontakt med EkoMatCentrums finska och tyska systerorganisationer Ecocentria och ÖGS, the organic FoodService Consultancy. Vi har också haft planeringsmöten med Exportrådet om medverkan i den nordiska montern.

Om vi inte får ett positivt besked på vår projektansökan för 2010 inom de närmaste dagarna kommer vi inte att kunna medverka på BioFach, där vi har planerat att presentera restaurangguiden "Smaka Svenskt" för en internationell publik (se aktivitet 4.).

4. *Restaurangguide "Matland Sverige"*

I linje med regeringens vision om Sverige som Europas främsta matland har vi skapat en webbsida där restauranger i Sverige kortfattat presenteras. Vi har utformat kriterierna för att vara med i guiden med manifestet för det nya nordiska köket och Livsmedelsverkets kostrekommendationer som bas. Inför inbjudan till medverkan har vi inventerat förteckningar och restaurangsammanlutningar. Utskick gjordes via mejl. En webbsida med guiden har designats och producerats. Guiden fungerar som en uppslagsbok med uppgifter om var man hittar restauranger som serverar ekologisk och genuin, svensk mat. Guiden har karta och regional indelning för att vara användarvänlig. Svensk- och engelskspråkig: www.smakasvenskt.se; www.tasteswedish.se

5. *Benchmarking - Goda exempel*

Vi har producerat en handbok på webben med information och tips om ekologiskt på restaurangen. Det är en exempelsamling med olika sätt att arbeta med ekologiska livsmedel i skilda typer av restauranger, caféer, catering och i måltidsprenumerationer. Genom att lyfta fram exempel från olika restaurangkategorier som på olika sätt arbetar framgångsrikt med ekologiskt är informationen lättillgänglig och trovärdig. Vi har intervjuat 19 personer som företräder minst 25 verksamheter. De har också bidragit med fotografier till hemsidan. De medverkande företagen är positiva till att dela med sig av sina kunskaper och erfarenheter till kollegor som är intresserade. Denna benchmarking kommer att avlasta rådgivningen per telefon och mejl. www.ekokrogar.se/goda-exempel

Förväntat resultat

Information om ekologiska produkter är mer tillgänglig för restaurangbranschen. Genom att kunskapen om ekologiska livsmedel, klimatsmart mat och småskalig produktion i restaurangsektorn ökar så kommer som en naturlig följd även inköpen av dessa att öka. Det kommer att påverka mindre och lokala producenter eftersom många av krogarna och konsumenterna vill ha nära kontakt och affärsrelationer med dessa kategorier. Intresset för att

ta tillvara och utveckla den svenska mattraditionen ökar. Även restauranggästernas intresse för dessa produkter och maträtter ökar.

Ökat intresse i Europa för ekologiska produkter, unika produkter och svensk matlagning. Producenterna har ökad tillförsikt om en stabil marknad och avsättning för ekologiska produkter.

Detta projekt bidrar till att minska utsläpp av klimatpåverkande växthusgaser och miljöpåverkande kemikalier i vårt land och förhoppningsvis också resten av världen.

De förväntade resultaten är tyvärr svåra att mäta eftersom det saknas fakta och statistisk för branschen.

Företagsupplysning

Företagets namn: Ekocentrum – Informationscentrum för Ekologiska Produkter

Besöks- och utdelningsadress: Håven 2

Postnummer och ort: 193 41 Sigtuna

Organisationsnummer: 802404-1769

Telefon: 08-779 59 29

Fax: 08-779 59 29

Postgironummer: 192 05 75-6

Bankgiro: 5710-6908

Bankkonto: 9548-1100054152

Företagsform: Ideell förening

Antal anställda: 3 st

Antal helårsarbetare: 2,5 st

Län där bolaget har sitt säte: Stockholms län

Registrerad för mervärdesskatt: JA

Skatteslag: F-skatt

Registrerad för arbetsgivareavgift: JA