



Stockholm 2011-11-29

Slutrapport Kompetenssatsningen ”Brödyftet” 2011.

(SJV dnr 19-1245/11)

1. Bakgrund och projektidé

Bageribranschen i Sverige består av en mängd små och medelstora företag, samt en handfull större företag. De små och medelstora företagen har ofta låg lönsamhet och fullt fokus på den dagliga driften, vilket ofta betyder att ägaren själv står och bakar på dagarna. Detta medför att majoriteten av företagen inte har resurser till omvärldsbevakning och utveckling av verksamheten.

Den utveckling som sker i samhället ställer hela tiden ökade krav på kunskap kring märkning, hygien, egenkontroll och olika typer av certifieringar samt att man känner till trender och diskussioner kring kost och hälsa. Det är inte lätt för många små och medelstora bagerier att hinna allt detta. Idag förlitar sig många bagerier på hjälp utifrån när det gäller dessa saker. Det är inte fel men det är viktigt med egen kunskap om något som är så grundläggande för ett livsmedelsproducerande företag.

Något som både är en utmaning och en möjlighet är personalintensiteten i bageribranschen. Bagerier och konditorier har mer än tre gånger så mycket personal som annan livsmedels-tillverkning och annan industri. I bageribranschen är det inte ovanligt att 50 % av intäkterna går till personalens löner. Utbildningsnivån är ofta låg och varierar även kraftigt, liksom storleken på företagen. Personalens stora betydelse för bageri- och konditoribranschen innebär en samtidigt en stor potential för kompetensutveckling som stärker näringens konkurrenskraft och status. Dessutom efterfrågas mycket information.

I detta sammanhang kan det finnas ett samhällsintresse av en riktad insats mot denna målgrupp. Till skillnad mot vad som är vanligt inom livsmedelsbranschen så är ofta bagarna både tillverkare och försäljare mot slutkunden, konsumenter som fikar på konditoriet eller köper med sig bröd hem. Det handlar här ofta om oförpackat bröd, vilket inte är innehållsdeklarerat. Konsumenten förväntar sig att bagaren inte bara skall baka ett gott bröd utan också kunna besvara alla frågor om till exempel innehåll, överkänslighet och tänkbara allergirisker.

Syftet med projektet Kompetenssatsningen Brödyftet är att bidra till att det stora kunskaps- och informationsbehov som föreligger kan tillgodoses. Målgruppen innefattar primärt bagare men skrifterna och framför allt det öppna nätverket riktar sig även till en bredare grupp, exempelvis bagerileverantörer, livsmedelsinspektörer, handel och restaurangbranschen, journalister och andra opinionsbildare samt konsumenter.

Brödinstitutet har drivit projektet tillsammans med branschorganisationen för bagerier och konditorier, Sveriges bagare & konditorer (SBK) och dess medlemmar.

2. Syfte och målgrupp

Genom detta projekt utbildas främst de små och medelstora bagerierna och leverantörerna inom märkning, hygien, egenkontroll, icke statliga certifieringssystem. De ges också möjlighet att genom det öppna nätverket följa med trender och diskussioner i till exempel kost och hälsa.

Projektet syftar till att:

- Skapa kunskap om befintliga produkter och de krav som ställs vid tillverkning och märkning. Personalen ska dessutom kunna svara på frågor från kunderna.
- Skapa kunskaper och insikt om utvecklingen i samhället och hur produkter kan anpassas och utvecklas för att passa den utveckling som sker så att sortimentet består av kvalitetssäkrade och trendriktiga produkter.
- Med en ökad kunskap om utvecklingen i samhället och en utökad kunskap om de egna produkterna kan de små, ofta olönsamma, bagerierna börja marknadsföra sig på ett modernt sätt.
- Skapa en grund för att en saklig debatt ska kunna föras inom de aktuella områdena som på många vis är känsloladdade.
- Sprida kunskapen även till lärare och de elever som går på olika utbildningar relaterade till branschen.
- Få landets bagerier att bli mer självständiga i märkningsarbetet och inte vara så beroende av leverantörerna.
- Flera grupper, till exempel intresserade journalister och andra opinionsbildare samt intresserade konsumenter kommer att kunna ta del av resultatet. Framför allt genom det öppna nätverket och att skrifterna kommer att finnas tillgängliga för beställning, nedladdning eller utskrift från hemsidan.

3. Spridning av resultatet

Eftersom personalen inom branschen har en tuff arbetssituation är det svårt att få till utbildningsdagar. Fokus i detta projekt är därför att ta fram material till självstudier. Grunden är två publikationer som på ett lättfattligt sätt tar upp till exempel märkning av produkter, hygien, egenkontroll och icke statliga certifieringssystem. De två publikationerna är:

- Märk väl! – en uppdatering och nytryckning under 2011 av en lathund för märkning av bröd (bageriprodukter). Dagens regler för märkning av bröd erbjuder en snårskog som det är svårt för många bagare att navigera rätt i utan att en stor del av arbetstiden läggs på regelbevakning. Det är svårt att tillgodogöra sig det omfattande och svårtolkade EU-regelverket, varför förenklade handböcker med råd & tips är efterfrågade. Att brödet märks på rätt sätt är en trygghet för både konsumenterna och för den enskilde bagaren som producent. Bagaren måste kunna garantera att produkterna han eller hon säljer är korrekt deklarerade. Den som möter kunden i butiken förväntas också stå för bagerikunskap som möjliggör vägledning och förklaringar, här behöver personalen ha sakkunskap för att besvara frågor som kunder ställer.
- Rent mjöl i påsen – En branschvägledning för hygien och kvalitetsarbete i bagerierna. 2006 togs en vägledning fram och trycktes upp. Denna är dock sedan länge slut

upplagemässigt och innehållsmässigt inte längre helt aktuell/relevant. En viktig del av projektet är därför att ta fram en helt ny branschvägledning i egenkontroll för bagare och konditorer. Det handlar om att förmedla erfarna bagares insikter och tips, att få överblick och checklista för en effektiv egenkontroll anpassad till varje bageriföretags egna grundförutsättningar. Spårning av hälsofaror, kunskap om EU:s hygien- och kontrollregler, bevakningssystem, aktiviteter för att åtgärda fel, rutiner för systemkontroll och dokumenteringsrutiner. Dessutom krävs det möjligheter att sprida informationen till berörd personal. En viktig förändring jämfört med 2006 års vägledning är att handboken 2012 även skall beskriva den allt mer utbredda förekomsten av frivilliga certifieringsregler för de bagare som exempelvis säljer till lokala butiker, vilka tillhör någon dagligvarukedja. Det finns behov av att vägledningen byggs ut med tips på hur man som bageriföretag kan förbereda sig inför först certifiering och sedan återkommande revisioner. I projektplanen ingick endast framtagning av struktur och textmaterial under 2011. En följansökan under 2012 finansierar layout, bilder och tryckning av skriften.

- Den tredje hörnstenen i projektet är ett öppet nätverk – en uppdaterad hemsida ger möjlighet att genom till exempel nyhetsbrev och interaktiva funktioner sprida information till medlemmar och andra intresserade som till exempel leverantörer, journalister och andra opinionsbildare samt intresserade konsumenter.

Eftersom bagare är svåra att få till fysiska möten kommer stor vikt läggas vid utformningen av kunskapsöverföringen via skrifterna men framför allt via det öppna nätverket. Projektet kommer också att rapporteras vid de träffar som finns i branschen.

Materialet har gjorts tillgängligt för alla aktörer i branschen, d.v.s. alla former av leverantörer, bagerier och konditorier, industriföretag, branschorganisationer och konsumentorganisationer genom att allt finns på hemsidan och kommuniceras genom det öppna nätverket. För samtliga dessa grupper finns skrifterna att beställa från SBK/ Brödinstitutet.

4. Mål

Det övergripande målet är att få en generellt sett höjd kunskapsnivå i branschen i synnerhet inom de områden som de båda skrifterna berör. Den förväntas leda till stärkt konkurrenskraft och ökad kunskap i alla led från bagerileverantörer via bagare samt ökad kunskap till media och konsumenter. Dessutom säkrare livsmedel och förbättrade förutsättningar för egenkontroll och regelefterlevnad. Främjande via hemsidan av den unika svenska brödkulturen och vad den står för är en prioriterad fråga.

När kunskapen om de krav som ställs, konsumenternas förväntningar, och utvecklingen i samhället i stort, ökar i branschen kommer fler företag att utveckla sina processer med fokus på märkning, kvalitet, produktsäkerhet och hygien.

Små bagerier kommer att kunna ta ett steg mot att bli mer självständiga i sitt kvalitetsarbete. På kort sikt är den tydligaste effekten att kunskapsnivån om säker och effektiv produktion av bröd och andra typer av bakade produkter stiger. Detta kommer på sikt att leda till förbättrad konkurrenskraft.

5. Organisation

SBK (Sveriges bagare & konditorer)/ Brödinstitutet har stått för projektledning. Faktainsamlingen till Märk väl! har i första hand gjorts av Livsmedelsföretagen Li och layout och tryck av skriften har samordnats av ett inhyrt företag. Faktainsamling till Rent mjöl i påsen har utförts i första hand av inhyrt företag. Till båda skrifterna har dock såväl SBK som Brödinstitutet men framför allt utvalda bagerier och konditorier bidragit. Utformning av det öppna nätverket har gjorts av ett inhyrt företag men faktagranskning och text har gjorts av SBK, Brödinstitutet och medlemmar. Inom SBK har en styrgrupp varit engagerad i framtagningen av skrifterna. I arbetsgruppen har representanterna kommit såväl från företag som omsätter under 50 miljoner kr per år som från företag som omsätter miljardbelopp. Även leverantörsföreningen och dess medlemmar har bidragit med tid och kunskap till projektet.

6. Genomförande och tidplan

Aktivitet	Påbörjat	Klart
Projektuppstart		Mar 2011
Inventering av kunskapsbehov	Mars 2011	April 2011
Införskaffande av ny kunskap/fakta	Mars 2011	Okt 2011
Produktion av skriften	Juni 2011	Nov 2011
Tryckning	Dec 2011	Dec 2011
Information kring arbetet samt annonsering i tidningen BRÖD	Dec 2011	Juni 2012
Distribution av skrifter (digitalt samt postalt utskick)	Dec 2011	Kontinuerligt
Kontinuerlig information om skriften och föreläsningar på distriktens årsmöten	Dec 2011	Kontinuerligt

Den första etappen av projektet bestod i att välja extern samarbetspartner till faktainsamling samt till produktion av skrifterna.

Projektets andra fas bestod i att undersöka vilka områden bagerierna hade störst behov av ny kunskap. Experter i de olika sakfrågorna samt bagare intervjuades, varefter en inriktning för kommande arbete togs fram.

Steg tre i projektet var att samla in fakta. Det har gjorts genom fysiska möten och telefonintervjuer med representanter för bagerier, leverantörer och frilansande experter. Vidare har fakta hämtats från myndigheter.

När fakta var insamlad gick projektet över i den tredje fasen, att producera skrifterna och utforma det öppna nätverket. En extern byrå har gjort själva arbetet och SBK:s styrgrupp har haft möten där beslut om skrifter och nätverk fattats. Även medlemsföretag och Livsmedelsföretagen har kommit med input kring skrifterna. När det gäller Rent mjöl i påsen har Stockholms Miljö- och Hälsoskyddsförvaltning varit inblandade. Eftersom det rör sig om en branschöverenskommelse har även kontakt med Livsmedelsverket tagits för godkännande.

Det sista steget, spridning av kunskap, är ett långsiktigt arbete som har påbörjats. Inför jul är landets småbagerier fullt sysselsatta med den egna verksamheten och tiden är därför inte den bästa att sprida information. När den viktiga säsongen för produktion av lussekatter, marsipangrisar och semlor är över i februari kommer skrifterna att skickas till alla de bagare som finns i SBK:s register.

7. Övergång till ordinarie verksamhet

Tack vare skrifterna som tagits fram kommer kunskapsnivån om bröd att öka hos Sveriges bagerier. De korta och enkla broschyrerna har tagits emot positivt hos dem som sett upplägg och utformning och en vanlig kommentar är att den är lätt för alla anställda i företaget att ta till sig.

8. Slutsats

Projektet och dess utbildningsinsats var angelägen av flera skäl, också eftersom utbildningsnivån varierar kraftigt i bagerier och konditorier. Det gäller för bagarna, och i än högre grad för personalen som möter kunden i konditoriet men inte bakar själva. Ökad kunskap om bröd och en säker produktion gör dessutom det roligare i alla led. Från arbetsglädje för bagaren till trygg upplevelse för konsumenten.

Konsumenterna – och kontrollmyndigheter – kräver att den lokala bagaren skall kunna svara på frågor om produkternas, dess innehåll och kunna svara för deras tillverkning. Det finns också en förväntan om att det lokala bageriet skall vara ”ambassadör” i brödkunskap och då inte bara vad gäller kvalitet, hygien och säkerhet utan också folkhälsoaspekterna samt brödtransporternas klimatpåverkan.

På motsvarande vis finns en vilja - i grund och botten handlar det om servicekänsla – hos den lokala bagaren att besvara frågor och gärna vara brödambassadör. Genom att Sveriges bagare & konditorer skickar ut det framtagna materialet till alla 450 medlemsföretag har det potential att nå företagets 15.000 bagare och medarbetare. Fler exemplar kan beställas och materialet kommer även att finnas tillgängligt på webben. Information om projektet och skrifterna kommer också att kommuniceras via det öppna nätverket.

För att tillmötesgå konsumenternas och lokalmediernas förväntan och även bagarnas servicevilja har projektet lyckats 1) identifiera ett behov och 2) att bistå med efterfrågad kunskap. Det öppna nätverket har här bedömts vara ett bra verktyg för att på en och samma gång tillmötesgå konsumenternas, bagarnas och medias informationsbehov.