

EKOLOGISKA
TRENDRAPPORTEN
2020



DET NYA LOKALA

*Om trenderna och företagen som driver på
utvecklingen mot lokala matsystem*

01

**Förord
Om undersökningen** o3

02

**Den lokalproducerade
matens revansch** o4

03

**Fyra trender bakom tillväxten
av lokalproducerat** o5

04

**Case - Företagen bakom
"Det nya lokala"** 1o

05

**Expertintervjuer med Rebecka Milestad, forskare KTH
och Sébastien Boudet bagare/konditor** 24

Syftet med Ekologiska Trendrapporten är att identifiera och utforska de marknadstrender som påverkar och formar förutsättningarna för företag med ekologisk livsmedelsproduktion. Vidare ska rapporten bidra med inspiration och motivation i företagens produktutvecklingsarbete och visa vägar framåt för ökad hållbarhet i livsmedelskedjan.

Rapporten ingår i en serie rapporter av Organic Sweden som kartlägger den ekologiska marknadens utveckling i Sverige.



DEN LOKALPRODUCERADE MATENS REVANSCH

Under flera års tid har den när- och lokalproducerade maten vuxit i popularitet. Det är framför allt påtagligt i butikshyllorna där många produkter idag marknadsförs utifrån deras ursprung, till exempel spannmål från Västgötaslätten eller bönor från Öland.

Dessutom ser vi en tillväxt av REKO-ringar, gårdsbutiker och digitala plattformar för direktförsäljning mellan konsument och producent. Parallellt med den här utvecklingen har den lokalproducerade maten fått en förnyad relevans efter torkan sommaren 2018 och nu senast under

spridningen av coronaviruset. Den första upplagan av Ekologiska Trendrapporten tar avstamp i de här trenderna och undersöker vad den växande vurmen för lokal- och närproducerad mat betyder för ekomarknaden i Sverige. Vilka utmaningar och möjligheter skapar den? Vad finns det för framgångsexempel? Och hur kan vi dra nytta av dem för att främja en motståndskraftig och hållbar konsumtion och produktion?



FYRA TRENDER BAKOM TILLVÄXTEN AV LOKALPRODUCERAT

1. KRAV PÅ URSPRUNGSMÄRKNING

I kölvattnet av olika skandaler och matfuskar har kraven på ursprungsmärkning av livsmedel vuxit sig allt starkare. Enligt en undersökning från 2012 vill hela 90 procent av konsumenterna i EU veta varifrån deras kött kommer ifrån. I Sverige och många andra länder finns det också en stark vilja att främja landsbygden genom att välja när- och lokalproducerad mat.

Att tydlig märkning av råvarans ursprungsland är en av de viktigaste aspekterna för konsumenter bekräftas av en undersökning som gjordes av Kantar Sifo på uppdrag av Axfood. Även från livsmedelsföretagens sida tror man att efterfrågan på lokal- och närproducerad kommer att öka. Det visar Ekologiska Producentbarometern, som Organic Sweden och KRAV lanserade våren 2020.

2. KLIMATENGAGEMANG SÄTTER FOKUS PÅ TRANSPORTERNA

Det växande engagemanget för klimatfrågan har fått fler att konsumenter att fråga sig var maten de äter är producerad och hur långt den är transporterad. Ett resultat av den här utvecklingen är att fler företag tagit ställning och infört så kallade "no-fly policy" som innebär att ingen råvara ska ha fraktats med flyg. Dessutom har allt fler lantbrukare börjat odla svenska motsvarigheter till importerade grödor, exempelvis odling av gråärt för att ersätta kikärtan. Andra har lyckats introducera grödor från andra länder som trivs i Sverige, till exempel lupin och quinoa som vanligtvis växer i Sydamerika.

3. ÖKADE KRAV PÅ KRISBEREDSKAP GYNNAR LOKALT

Efter den extrema torkan sommaren 2018, som på många håll i landet ledde till missväxt och historiskt låga skördenivåer, fick debatten om självförsörjningsgrad och det svenska jordbrukets uthållighet ny kraft. Det här ledde till att allt fler fick upp ögonen för svenskt jordbruk. I en undersökning av Kantar Sifo som gjordes på uppdrag av Land Lantbruk uppgav var femte konsument att de valt att köpa mer svenskt kött och

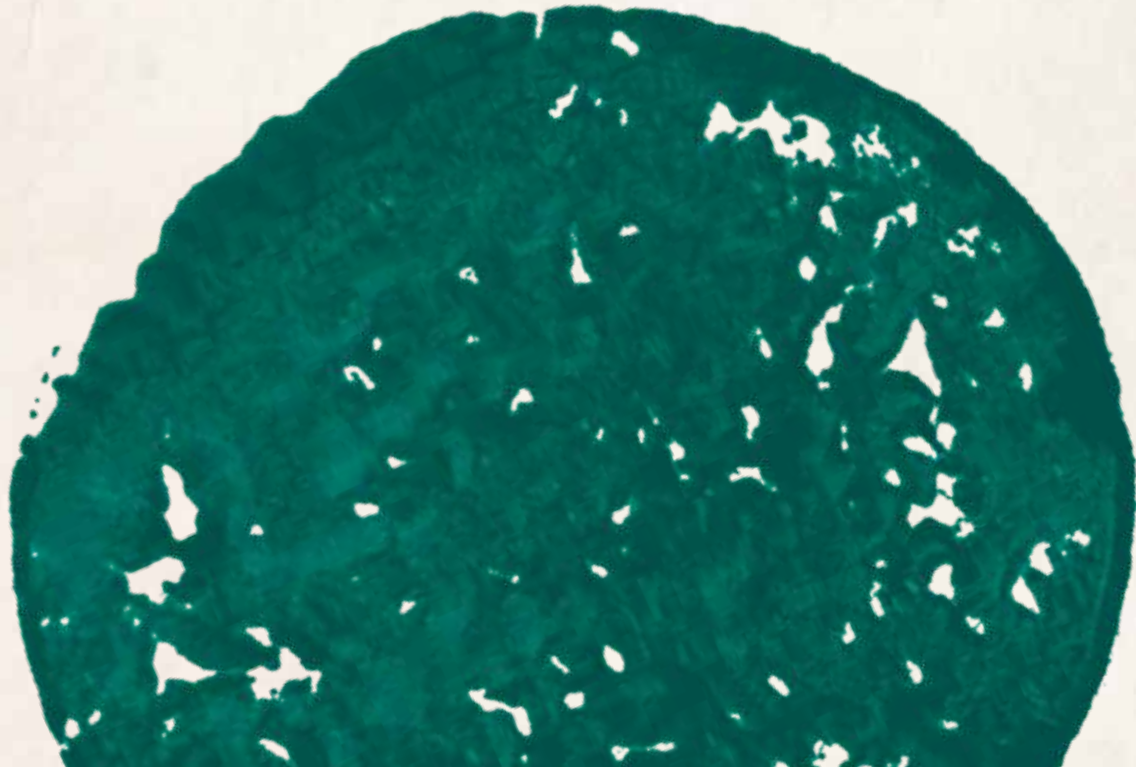
större andel svenskproducerade livsmedel i stort efter torkan. Även betalningsviljan för svenska livsmedel ökade som ett resultat av torkan enligt en annan undersökning från Från Sverige-märkningen. Corona-virusets spridning till Sverige gjorde att frågan om självförsörjning fick ny relevans. I mitten av mars månad kunde man läsa om hur virusets spridning blottlagt brister i svensk livsmedelsförsörjning och beredskap.

Självförsörjningen av livsmedel har sjunkit sedan 90-talet och idag ligger den på 50 procent vilket kan jämföras med vårt grannland Finland där samma siffra ligger på 80 procent, enligt LRF.

4. MAT MED EN IDENTITET

Tillväxten av REKO-ringar, gårdsbutiker, bondens marknad och digitala plattformar där konsumenterna kan köpa mat direkt från bonden, utan mellanhänder, är några av många exempel på ett tilltagande intresse för mat med en tydlig identitet. Ännu ett tecken på den här utvecklingen är framväxten av olika odlarnätverk och gemensamma varumärken för mat från ett visst geografiskt område, exempelvis Sju gårdar som erbjuder KRAV-märkt mjölk från Uppland eller Wästgötarna som är ett odlarnätverk för KRAV-märkt spannmål från Västergötland.

CASE- FÖRETAGEN BAKOM "DET NYA LOKALÄ"



SPÅR 1. SORTER / MÅNGFALD

Den kvalitetsmedvetna konsumenten har fördjupat sig i den lokal- och närproducerade trenden och upptäckt att det inom olika kategorier finns en mångfald av sorter som alla har sin unika smak och karaktär. När det kommer till produktgrupper som exempelvis vin är det självklart för de flesta att ha en viss kännedom om råvarans proveniens, men när det kommer till lågengagemangsprodukter har inte intresset varit lika stort - fram tills nu. Här lyfter vi fram tre exempel på företag som i sin produktutveckling och kommunikation lyckas berätta om råvarans ursprung och karaktär på ett kreativt sätt som fångar in "det nya lokala".

Baljväxternas renässans i Sverige



Nordisk Råvara grundades med siktet inställt på att påverka matutbudet och sätta fokus på hur och var maten odlas. I samarbete med innovativa odlare runt om i landet erbjuder de baljväxter av hög kvalitet – ofta på näringsrika svenska kultursorter som till exempel Gotlandslins och Rättviksärt. Dessutom har de börjat experimentera med att odla grödor från andra länder som trivs i Sverige som till exempel lupin och quinoa.

I dag är en stor andel av de baljväxter som säljs i Sverige producerade långt från våra trakter, ofta i Kina eller andra delar av Asien. Detta trots att vi har alla förutsättningar för att odla baljväxter! Med sitt nätverk av innovativa odlare visar Nordisk Råvara att det är möjligt – och att det för med sig flera miljömässiga och gastronomiska mervärden. Dessa mervärdena löper sedan som en röd tråd genom allt från förpackningsdesignen till kommunikation.

SORTER/MÅNGFALD

Nordisk Råvara

Drivs av: Gunnar Backman och Tomas Erlandsson

Fokus: Odling och förädling av baljväxter

Unicitet: Spårbara och unika kulturgrödor



Det viktiga här är att de till skillnad från sina importerade konkurrenter alltid lyfta fram var det är odlat och av vem. Det är en typ av kommunikation som inte bara signalerar transparens utan även höjer grödans status och ger den en tydlig identitet.

Med smak av det lokala



I likhet med Nordisk Råvara sätter äppelodlingsföretaget Bramley's fokus på hur de lokala förutsättningarna bidrar till råvarans smak och karaktär. På deras ekologiska och KRAV-certifierade äppelodlingar runt om Skaraborg finns över 100 olika äppelsorter och Bramley's sortiment består av 40 olika drycker, bland annat must och glögg.

Det kalla klimatet i norden gör att äpplena växer långsamt och får längre tid på sig att utveckla en balanserad smak med både

sötma och syra, enligt Joacim som driver företaget tillsammans med sin fru Fiona. Varje produkt i deras äppelmustsortiment är märkt med vilken äppelsort den är gjord på - t.ex. Filippa, Ingrid-Marie, Ribston osv. På så sätt lyfter de fram äppelsorternas unika karaktär och deras betydelse för smaken.

SORTER/MÅNGFALD

Bramley's

Grundade: Joacim och Fiona Holgersson

Fokus: Odlar ekologiska äpplen, päron, körsbärsbigarråer och jätteblåbär

Unicitet: Över 40 sorters äppelmust i sortimentet



Gamla vetesorter får nytt liv!



Familjeföretaget Warbro Kvarn är beläget i hjärtat av Sörmland med odlingar av kulturspannmål som dinkel, nakenhavre, emmer och enkorn i närområdet. Råvaran till Kvarnen odlas av ett tjugotal certifierade odlare i Sörmland och Mälardalen. Mjölet som levereras till kvalitetsmedvetna bagare och konditorer mals på riktiga stenkvarnar. Och deras flingor kallpressas istället för att ångas.

Warbro Kvarn är ett tydligt exempel på ett företag som lyckats bringa ny energi i ett etablerat segment där fokus länge varit på standardiserad kvalitet och pris. Sedan en tid tillbaka har vi däremot noterat ett skifte - fler restauranger, bagare, konditorer och hemmabagare efterfrågar nu spannmål med en rikare smak och näringsinnehåll, gärna ekologiskt och KRAV-märkt.

SORTER/MÅNGFALD

Warbro Kvarn

Drivs av: Thomas och Kerstin Björklund

Fokus: Odling och förädling av ekologiskt spannmål

Unicitet: Mjöl på kulturspannmål



Fotocredit: Tobias Regell för tidningen Burås

SPÅR 2, HÄR VS. DÄR

I dagens moderna livsmedelsbutik finns mat från många olika matkulturer representerade. Det är ett bevis på att den svenska konsumenten är nyfiken och gärna utforskar nya smaker från andra delar av världen. Men det ökade engagemanget för klimatet har gjort att hur maten odlas och särskilt transporterna hamnat i fokus. Det har i sin tur bidragit till att populära importerade produkter blivit ifrågasatta, såsom halloumin och riset. Nu ser vi början på en spännande utveckling där allt fler ekologiska lantbrukare och livsmedelsföretag producerar svenska varianter av dessa produkter. Här är några exempel på företag som visar vägen.

Halloumi blir Eldost



I takt med att fler konsumenter fått upp intresset för vegetarisk mat har halloumi framträtt som ett lockande alternativ till kött. Under sommaren 2019 började dock cypriotisk halloumi ifrågasättas av WWF med anledning av att Cypern är ett av de länder med högst antibiotikaanvändning i Europa. Som ett resultat av den här utvecklingen ökade Eldosten – den svenska motsvarigheten till halloumi – kraftigt i popularitet och fler små mejerier i Sverige

har sedan dess växlat upp sin produktion. Ett av dessa småskaliga mejerier är Väddö Gårdsmejeri som sedan sommaren 2019 sett en markant försäljningsökning av sin ekologiska och KRAV-märkta eldost. Företaget har på senare tid också breddat sitt sortiment med en burgarcheddar som till skillnad från sina konventionella motsvarigheter är gjord utan onödiga tillsatser och på KRAV-märkt mjölk.

HÄR VS. DÄR

Väddö Gårdsmejeri

Drivs av: Hasse & Yvonne Edlund med döttrarna Elin och Cecilia

Fokus: Gårdsmejeri och osttillverkning

Unicitet: Ekologisk eldost och burgarcheddar



Väddö Gårdsmejeri är ett tecken i tiden på att de mervärden som den ekologiska produktionen bidrar med får förnyad relevans när frågor som antibiotika, djurvälstånd eller onödiga tillsatser får utrymme i media.

Ris blir Svenskt Matdurum



Vi ser också att ett ökat intresse för hållbarhetsfrågor och klimat i synnerhet leder till att svenskproducerade ekologiska spannmål och baljväxter framträder som attraktiva alternativ till importerade livsmedel som ris och kikärter. Som ett led i den här utvecklingen ser vi att företaget Frebaco har utvecklat sitt sortiment av ekologiska matgryner från Västgötaslätten.

Till exempel fungerar deras svenska Matdurum och Matvete som lämpliga ersättare till det importerade riset som vid både odling och transport orsakar betydande växthusgasutsläpp.

HÄR VS. DÄR

Frebaco

Drivs av: Fazer Kvarn AB

Fokus: Havregryn, flingor, müsli och couscous

Unicitet: Matgryner på svenska ekologiska spannmål



Tempeh blir fermenterad ärt



I takt med att intresset för vegetarisk kost breddat sig bland medvetna konsumenter har också deras nyfikenhet för nya proteinrika livsmedel ökat. Två sådana produkter som vuxit i popularitet på senare tid är tofu och tempeh som görs på sojaböner. Den sistnämnda produkten, tempeh som ursprungligen är en indonesisk maträtt, fungerade som inspiration för Pia Qvarnström, grundaren till Swedish Temptations. Efter att ha upptäckt tempeh

och den process som den tillverkas med – fermentering – började Pia experimentera med att fermentera och grodda svenska ekologiska ärtor. Resultatet blev Bärta – en helt svensk ekologisk och KRAV-märkt produkt rik på både fullkorn och protein.

HÄR VS. DÄR

Swedish Temptations

Drivs av: Pia Qvarnström

Fokus: Förädling av ekologiska baljväxter

Unicitet: Svensk, växtbaserad och ekologisk



SPÅR 3. IDENTITET / URSPRUNG

Det finns en växande folkrörelse i Sverige som är engagerade i den lokal- och närproducerade maten. Vi ser det i tillväxten av REKO-ringar, gårdsbutiker, lokala matmarknader och även digitala plattformar där konsumenter möter producenter. På bara drygt fyra år har antalet REKO-ringar i Sverige vuxit till 140-150 stycken med cirka 350 000 medlemmar. En ökad vilja att göra hållbara val är en given förklaring bakom den här utvecklingen, men vi ser också att det finns ett tilltagande engagemang för mat med en identitet. Här är några exempel på företag som låter både ursprung, historia och produktionsmetoder sätta en unik prägel på sina produkter.

Hantverksost med historia



Förutom ursprung och produktionsmetoder är historia en aspekt som bidrar till att bygga ett varumärkes eller produkts identitet. Historia är något som anrika Almnäs Bruk utanför Hjo har gott om. Gården har ett förflutet som sträcker sig tillbaka till 1200-talet och mejeriet är flera hundra år gammalt. I flera hundra år har kon satt sin prägel på landskapet kring Almnäs. Och än i dag bidrar de betande korna till att kulturlandskapet är öppet

och varierat samt har en stor artrikedom av olika växter, blommor, humlor och bin.

Det var år 2008 som Thomas Berglund, fjärde generation Berglund på gården, återupptog ystningen efter en paus på 45 år. Tolv år senare finns nu Almnäs ostar i utvalda delikatess- och ostbutiker runt om i landet och även på flera restauranger. En stor del, cirka 30 procent, av produktionen går också på export till bland annat USA.

IDENTITET/URSPRUNG

Almnäs Bruk

Drivs av: Thomas Berglund

Fokus: Mejeri och osttillverkning

Unicitet: Svensk ekologisk hantverksost på mjölk från gräsbetande kor



Almnäs Bruk tillverkar fyra ostsorter – Almnäs Tegel, Wrångebäck, Anno 1225 och Almnäs 1 liter – alla ystade på ekologisk och opastöriserad mjölk från gårdens kor.

Mer gräs ger bättre kött!



I marknadsföringen av mat är det ofta som just platsen/regionen används för att framhäva produktens kvalitet och i mindre utsträckning hur maten har producerats. Men när det kommer till vissa produkt-kategorier som exempelvis kött ser vi internationellt och även i Sverige att hur:et börjar få lika stor betydelse som var:et. Ett sådant exempel är Gröna Gårdar som via sitt nätverk av ett 40-tal gårdar i Västsverige erbjuder hängmörat kött från gräsuppfödda

djur. På sin hemsida, där en stor del av försäljningen sker, redogör de för både kvalitets- och hållbarhetsaspekterna av djur som får gå på bete. Den intresserade kan till och med läsa om de olika växtarterna (timotej, vitklöver, käringtand etc.) som ingår i djurens foder och hur det påverkar köttets smak och marmorering. På Gröna Gårdars hemsida går det också att bekanta sig med de olika gårdarna och ekologantbrukarna som föder upp djuren.

IDENTITET/URSPRUNG

Gröna Gårdar

Drivs av: Märta Jansdotter och medarbetare
Fokus: Nötkött, lamm och gris från ekologiska gårdar
Unicitet: Köttlådor med kött från djur uppfödda på gräs och örter



Lokal mjölk som gör skillnad



IDENTITET/URSPRUNG

Sju Gårdar

Drivs av: En liten grupp uppländska mjölkbönder
Fokus: Ekologiska färska mjölkprodukter och ost
Unicitet: Klimatcertifierade mejeriprodukter med lokal prägel

Mjölk är en av de mest populära basvarorna i svenska hushåll. Följt av frukt och grönsaker är mjölken det livsmedel som svenskarna handlar oftast. För de allra flesta konsumenter blir det därför ett vardagligt inköpsbeslut som ofta inte ges någon större eftertanke eller energi. Likt andra livsmedel vi köper till vardags riskerar då mjölken tappa sin identitet, det vill säga frikopplas från sitt sammanhang och ursprung. Men i takt med att den när-

och lokalproducerade maten fått en högre status har också mejerier med lokalt och regionalt fokus återigen nått framgång. Ett av dessa mejerier är det KRAV- och klimatcertifierade mejeriet Sju Gårdar i Uppland. Precis som namnet skvallrar om är det sju gårdar i Uppland som är knutna till mejeriet. Gårdarna ligger inte längre än 35 km bort från Uppsala Centrum. I enlighet med de ekologiska principerna odlar de en stor del av fodret på sina egna åkrar – hela 80-

90 procent vilket är mycket mer än de 60 procent som KRAV:s regelverk kräver. På så sätt blir deras ekologiska KRAV-märkta mjölk ännu mer lokal. Och tillsammans bidrar de sju gårdarna till att hålla 2 300 hektar marker öppna, varav en sjättedel är naturbeten med särskilt höga naturvärden.

EXPERT INTERVJUER

MED REBECKA MILESTAD
& SÉBASTIEN BOUDET



“Lokala livsmedelssystem behöver lokala förädlingsföretag”

REBECKA MILESTAD

Docent och forskare på KTH med fokus på ekologiskt jordbruk och lokala livsmedelssystem

Konsumenter efterfrågar i allt högre utsträckning när- och lokalproducerad mat. Det visar en växande samling undersökningar. Men vad är det som egentligen definierar lokal mat? Vilka drivkrafter ligger bakom tillväxten av lokala livsmedelssystem? Och vilka mervärden kan en starkare relation mellan bonde, matproducent och konsument skapa? För att gräva djupare i de här frågorna har vi pratat med Rebecka Milestad på KTH som forskar om ekologiskt jordbruk och lokala livsmedelssystem.

I Sverige ser vi en växande rörelse för den när- och lokalproducerade maten. Sedan 2016 har antalet REKO-ringar i Sverige ökat till ungefär 150 stycken med 350 000 medlemmar. Dessutom har intresset för gårdsbutiker, andelsjordbruk och digitala plattformar för direktförsäljning mellan bönder, matproducenter och konsumenter också vuxit från år till år. Vad forskningen säger om detta vet Rebecka Milestad som är docent och forskare på KTH. Rebecka har i över femton år forskat om ekologiskt jordbruk och lokala livsmedelssystem.

"Vi vill veta var maten kommer ifrån och få insyn i hur den har producerats"

Hur definieras när- och lokal-producerade livsmedel?

- Det korta svaret är att det inte finns någon definition som alla är överens om, men det finns tre aspekter som är centrala; Det geografiska avståndet mellan producent och konsument är kanske den mest centrala aspekten. Initiativet Bondens egen Marknad har som regel att gårdarna ska ligga inom ett avstånd på 250 km från marknaden. Den andra aspekten är mat från en specifik region ofta med inslag av ett särskilt hantverkskunnande. Den tredje delen är direktrelationen till producenten. Ett förslag på hur lokal mat kan definieras är att det är mat **som har producerats, förädlats och konsumerats inom ett visst område**, säger Rebecka.

Vilka drivkrafter ligger bakom tillväxten av lokala livsmedelssystem och direktförsäljning via till exempel REKO-ringar, matmarknader och gårdsbutiker?

- Från början - innan det industriella jordbruket - var all mat lokal i den meningen att maten till stor del konsumerades inom samma område som den producerades. Givetvis fanns det undantag då handel med kryddor och frukter pågick även innan industrialiseringen, säger Rebecka.

Billig olja, nya insatsmedel och handelsavtal förändrade livsmedelsproduktionen och gjorde att maten förlorade sitt regionala och lokala sammanhang. Men i Sverige och i andra delar av världen ser vi av olika skäl att den lokala maten återfått sin status.

- Det vi ser idag är ett uttryck för en återlokalisering av livsmedelssystemet. **Vi vill veta var maten kommer ifrån och få insyn i hur den har producerats.** Dessutom finns

det en vilja hos både konsumenter och beslutsfattare att använda det nationella jordbruket som **ett verktyg för landsbygdsutveckling**. Och för mindre producenter blir kanaler för att **nå konsumenter via direktförsäljning** - som gårdsbutiker och REKO-ringar - viktiga då det kan vara svårt att möta dagligvaruhandelns krav, säger Rebecka.

Vidare berättar Rebecka att i andra delar av världen som t.ex. i USA ser konsumenter sitt engagemang i lokala livsmedelssystem mer som en politisk handling - ett motstånd mot det globaliserade livsmedelssystemet samt de krafter som man upplever pressar både lantbrukare och konsumenter åt fel håll. I andra kontexter finns en liknande utveckling där man pratar om matsuveränitet (food sovereignty) - att makten över maten ska ligga hos lantbrukarna och konsumenterna, snarare än hos multinationella livsmedelsföretag.

"Dessutom vet man som konsument att försäljningspriset går direkt till den som producerar maten"

En annan viktig drivkraft bakom tillväxten av lokala livsmedelssystem är enligt Rebecka en ökad **efterfrågan på en rikare mångfald** av råvaror och förädlade produkter. Tydliga tecken på det här har vi framför allt sett i Slow Food-rörelsen som verkar för att bevara och främja regionala och lokala matkulturer.

Vad visar forskningen om lokala livsmedelssystem? Vilka fördelar kan det medföra för konsument och lantbrukare?

- Det man får som konsument är **en relation till maten**. Och den kommer från den relation man får till personen som odlar och förädlar maten. Dessutom vet man som konsument att **försäljningspriset går direkt till den som producerar maten**. Och i många fall kan det även vara mer prisvärt för konsumenten, säger Rebecka.

En bättre insyn i hur maten är producerad och vilka effekter den har på lokalsamhället och miljön är enligt Rebecka ytterligare

fördelar med den lokala maten. Andra mer "mjuka" mervärden är ett **större förtroende** för matproduktionen vilket skapar en större meningsfullhet och tillhörighet till de som producerar maten.

Lokala livsmedelssystem kan också bidra med flera fördelar för producenterna, påpekar Rebecka. Några av dessa kan vara **bättre betalt per kilo, fler jobb lokalt** samt möjligheten att direkt till konsument **berätta om sin produktion** och dess påverkan på miljön. Några av utmaningarna kopplade till direktförsäljning är enligt Rebecka att det medför mer jobb för producenten, till exempel att packa, tvätta, besöka marknaden och allt annat kring hantering, försäljning och marknadsföring.

Vilka utmaningar uppstår i lokala livsmedelssystem?

- Det kan uppstå flera utmaningar och svårigheter i lokala livsmedelssystem. I forskningen återkommer ofta begreppet

"self-exploitation". Det vill säga att lantbrukare, mathantverkare och småskaliga producenter pressar sig själva för hårt - att de helt enkelt blir överarbetade, säger Rebecka.

Vidare berättar Rebecka om utmaningarna med att skala upp den lokala maten;

- Lokala livsmedelssystem är svåra att skala upp eftersom de hålls ihop av relationer, personlig kontakt och tillit. Men det finns olika sätt att skala upp kunskapsspridningen om den lokala maten. Till exempel finns det flera exempel där man använt sociala medier på kreativa sätt eller förmedlat information om producenterna via nyhetsbrev på samma sätt som många ekologiska matleveransföretag.

"När Bondens egen Marknad kom till Sverige var det många som inte trodde på idén"

Vilka framgångsfaktorer finns det för lokala livsmedelssystem?

- När Bondens egen Marknad kom till Sverige var det många som inte trodde på idén. Men de lokala marknaderna fungerade och finns kvar efter många år! Idag har den lokala maten fått ny kraft tack vare engagerade konsumenter och framåtblickande producenter som möts i REKO-ringar runt om i landet. Ofta finns det konsumenter som vill köpa och producenter som vill sälja, men de kan helt enkelt ha svårt att hitta varandra, säger Rebecka.

Förutom enskilda initiativ som Bondens egen Marknad, REKO-ringar, Local Food Nodes, Gårdsnära och andra plattformar för direktförsäljning lyfter Rebecka fram den nationella diskursen som viktig. Det vill säga hur man ser på lantbrukets roll i samhället.

- I Österrike där jag har bedrivit en del forskningsprojekt har politikerna länge arbetat för att främja det nationella och regionala jordbruket. Där ser man på lantbruket som ett **verktyg för landsbygdsutveckling**. Och när man kliver in i vissa matbutiker i Österrike möts man av bilder på mjölkbonden, äggbonden och grönsaksbonden vilket visar att det finns **en stark positiv känsla och stolthet kring det lokala**, säger Rebecka.

Hur kan lokala livsmedelssystem främjas?

- Livsmedelsföretagen kan spela en nyckelroll för den lokala maten. Det handlar framför allt om att företagen som står för förädling av råvaror - slakterier, kvarnar och så vidare - lyckas anpassa sig till en mindre skala och efter lantbrukarnas behov och konsumenternas krav.

Lokala livsmedelssystem behöver lokala förädlingsföretag som kan ta vara på de råvaror som lantbrukarna levererar, konstaterar Rebecka.

Vidare berättar hon att det pågår en kamp om vokabulären - att olika företag, opinionsbildare och beslutsfattare använder ordet när- och lokalproducerat, men menar olika saker.

- Det är svårt att främja lokala livsmedelssystem när man har olika uppfattningar om vad som gör den lokala maten lokal.

I debatten utgår man ofta från att den lokala maten alltid är hållbart och rättvist producerad, men så är det inte i realiteten. Det finns tillfällen då de här aspekterna sammanfaller, bland annat i vissa system med ekologiska producenter och förädlingsföretag, säger Rebecka.



Sébastien visar vägen för det nya lokala

SÉBASTIEN BOUDET

Bagare, konditor, kock och kokboksförfattare som driver hantverksbageriet 'Sébastien på Söder'

Jag är bagare och en direkllänk mellan bonden och konsumenten. Så beskriver Sébastien Boudet sig själv. Sedan drygt två år tillbaka driver han hantverksbageriet Sébastien på Söder i Stockholm. Vi tog en kaffe med Sébastien för att få höra mer om utmaningarna och möjligheterna som kommer med att arbeta med småskaliga ekologiska producenter utan mellanhänder.

Hantverksbageriet Sébastien på Söder i Stockholm är inte vilket bageri som helst. Det är en mötesplats för småskalighet där hantverket står i fokus. Allting – bageriets surdegsbröd, de mumsiga bakverken och enklare maträtterna – är gjort på ekologiska råvaror i säsong, ofta från småskaliga producenter runt om i Sverige.

"Jag tror mycket på att gastronomi och matglädje kan vara en motor för att skapa ett mer hållbart matsystem."

Som länk mellan bonden och konsumenten kan jag hjälpa till så att fler efterfrågar spannmål från mindre producenter. **Jag lyfter fram deras identitet och mervärden, köper små partier och jobbar utifrån deras villkor.** I längden blir det sättet att jobba på både roligare och mer lönsamt för alla. Det ger förutsättningar för att kunna prata mångfald, förklara smaker utifrån olika platsers unika förutsättningar och sprida matglädje, säger Sébastien.

Men att arbeta på det här sättet är inte helt enkelt. Det krävs tid, resurser och engagemang. Men för Sébastien överväger fördelarna. Han drivs av den övergripande tanken som handlar om att varje direktkontakt med en odlare eller småskalig producent ger näring till ett mer hållbart och rättvist matsystem. Under de drygt två åren som bageriet och kaféet varit öppet, har Sébastiens nära samarbetet med de småskaliga producenterna gjort att de kunnat växla

upp eller fördjupa sina verksamheter. Detta har i sin tur bidragit till att gårdarnas råvaror hittat fram till fler restauranger, kaféer och bagerier. I längden leder det till fler arbetstillfällen på landsbygden samt mer när- och lokalproducerade ekologiska råvaror på tallriken.

– **Känslan av att påverka och bidra till en bättre värld är också något som smittar av sig till medarbetarna.** Sedan vi öppnade 2018 har inte en enda medarbetare slutat. Alla är kvar sedan dag ett. Jag tror det handlar om att vi skapar en levande arbetsplats där vi alla känner och vet att vi gör skillnad, säger Sébastien.

Sedan Sébastien flyttade till Sverige för drygt tjugo år sedan har mycket hänt. Han är inte längre ensam om att baka surdegsbröd på ekologiska kulturspannmål utan har fått sällskap av en uppsjö hantverksbagerier och konditorier både i Stockholm

och i andra delar av landet. Några av dessa är Bageri Petrus, Gamla Enskede Bageri, Green Rabbit i Stockholm, Järna Bageri, Cum Pane i Göteborg, Söderberg & Sara i Ystad, Bröd & Sovel i Växjö, Leve Bageri Malmö och Kulturbageriet i Umeå.

– Det finns många duktiga kockar, bagare och konditorer i vårt land som visar vägen framåt. **Jag tror mycket på att gastronomi och matglädje kan vara en motor för att skapa ett mer hållbart matsystem.** Men vi behöver röra oss utanför våra kretsar – och prata med dem som inte redan är frälsta för att få till den förändring vi vill se.

Parallellt med att engagemanget för råvarornas ursprung ökat har allt fler, både konsumenter och branschfolk, börjat intressera sig för hur maten görs.

"I tider av kris vill folk stötta det lokala och söka sig till sammanhang de känner en stark emotionell koppling till och som de delar värderingar med"

– Nu är vi allt fler – kockar, bagare och producenter – som kliver fram och pratar om hur viktigt det är att vi slutar använda kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel. **Lösningen ligger i att jobba med naturen och i kretslopp.** Det finns en växande vilja till förändring i branschen, säger Sébastien.

Förutom att driva Sébastien på Söder håller Sébastien föreläsningar, seminarier, kurser och utbildningar för kockar i både privat och offentlig sektor liksom blivande bagare och konditorer.

– Jag försöker att påverka på alla sätt jag kan. Jag gör kurser i samarbete med grossisterna där jag delar med mig av mina kunskaper till kockar och kostchefer. Några av kostcheferna jag har träffat under mina utbildningar är ansvariga för så många som 12 000 måltider per dag. Så det är klart att mina möjligheter att påverka ibland kan bli väldigt stora, säger Sébastien.

Men man kan inte bara stimulera konsumtion eller bara utbilda producenterna eller bara utbilda förädlare för den delen. **För att få den omställning vi behöver måste vi arbeta med alla delar i livsmedelskedjan samtidigt** och få dem att samverka, menar Sébastien.

Sébastien är också involverad i ett tvärvetenskapligt forskningsprojekt på Sveriges Lantbruksuniversitet som syftar till att utforska potentialen hos kulturspannmålen i ekologisk produktion. Projektet sker tillsammans med branschfolk och ambitionen är att undersöka aspekter som tidigare forskning inte lyckats fånga in. Några av dessa är miljöeffekter, näringskvalitet, konsumentpreferenser och andra gastronomiska värden.

Under den värsta Coronakrisen tappade många restauranger och kaféer sina gäster och tvingades varsla medarbetare. För att hantera situationen började Sébastien

erbjuda hemleveranser av bröd, frallor och bakverk samt råvaror som grönsaker, mjöl och smör från ekologiska gårdar. Det var på samma gång ett sätt att stötta de småskaliga ekologiska producenterna som såg sina huvudsakliga försäljningskanaler – restauranger och kaféer – snabbt dra ner sina ordervolymer.

– I tider av kris vill folk stötta det lokala och söka sig till sammanhang de känner en stark emotionell koppling till och som de delar värderingar med, påpekar Sébastien.

Vidare berättar Sébastien att Coronakrisen har bidragit till ett uppvaknande och att den fått igång ett samtal kring Sveriges självförsörjningsgrad och sårbarheten i vår matproduktion som är beroende av globala produktionskedjor.

"Jag brukar tänka att varje tugga jag tar är en liten bit mark som är odlad på ett schysst sätt."

– Vi har ett matsystem som inte fungerar. Vi har flyttat matproduktionen till stora fabriker som gör massor av billig mat som skickas kors och tvärs över landet. Under Coronarkrisen – när importen slutade fungera – blev det tydligt att stora producenter helt plötsligt kunde stå utan ingredienser och råvaror som satte stopp för hela produktionen, säger Sébastien.

Lika kritisk som han är till det storskaliga jordbruket och den industriella matproduktionen är han entusiastisk och engagerad i det ekologiska jordbruket och landets småskaliga odlare och mathantverkare. Vägen framåt handlar enligt Sébastien om att stötta det sistnämnda genom att sprida kunskap och berätta om deras fantastiska råvaror.

– **Vi behöver hitta tillbaka till människorna bakom maten.** Inte göra oss beroende av stora multinationella företag för att få bra

mat på bordet. **Jag brukar tänka att varje tugga jag tar är en liten bit mark som är odlad på ett schysst sätt.** Det är inte bara gott för mig. Det är gott för hela jordbruket. Och bonden får betalt! Bra mat är enkel. Bra mat är gott! Och vi har massor av duktiga kockar som kan förädla den. Bra mat måste göras tillgänglig för fler! säger Sébastien.

Leverantörer till Sébastien på Söder:

- Warbro Kvarn
- Limabacka Kvarn
- Lilla Labäck
- Karshamra Gård
- Solmarka Gård
- Puttersjaus Gård
- Ängavallen
- Korvhantverk Stockholm

Organic Sweden är plattformen för alla aktörer på ekomarknaden som vill samverka för ökad försäljning och export av ekologiska och KRAV-märkta livsmedel. Vi arbetar för att öka kunskapen och engagemanget för ekologisk produktion och konsumtion.



www.organicSweden.se
charlotte.andre@organicSweden.se
anton.jarild@organicSweden.se
Formgivning: Pongdesign.se