

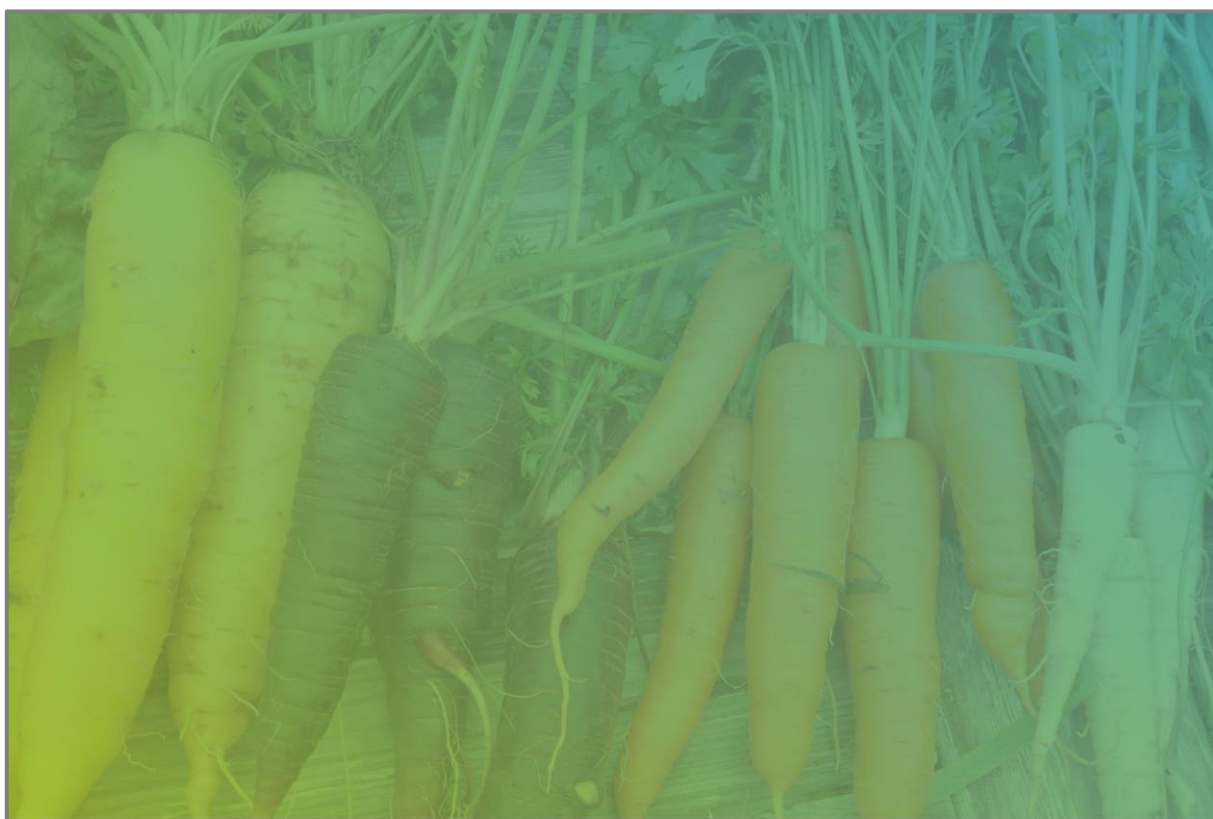


I samarbete med:



MARKNADSKARTLÄGGNING

En inventering av hållbara produkter i Haninges livsmedelsbutiker



Den här marknadskartläggningen är en del av projekt MatLust, ett EU-projekt med syfte att stärka den hållbara livsmedelsnäringen i Stockholmsregionen. MatLust erbjuder utvecklingsprogram, nätverk och andra former av kostnadsfritt stöd till små och medelstora livsmedelsföretag.

Mer information: www.matlust.eu, www.facebook.com/projektmatlust

December 2016



Innehållsförteckning

1. Bakgrund och syfte.....	3
1.1 Följande livsmedel har ingått i inventeringen.....	3
1.2 Urval av butiker	4
1.3 Definition av olika begrepp	4
2. Resultat.....	5
2.1 Skyltning av de ekologiska produkterna i hyllorna	5
2.2 Miljöcertifiering	9
2.3 Utbud av ekologiskt i respektive butik	9
3. Sammanställning av fyra produktkategorier	15
3.1 Produktkategori 1: Ekologisk frukt & grönt.....	15
3.2 Produktkategori 2: Ekologiskt kött och chark.....	17
3.3 Produktkategori 3: Ekologiska mjölk-, ägg- och mejeriprodukter	19
3.4 Produktkategori 4: Fairtrade.....	21
4. Summering av resultatet.....	24
5. Diskussion/analys.....	25
5.1 Utbud av ekologiskt och Fairtrade-märkt i Hanninges livsmedelsbutiker	25
5.2 Skyltning och hyllmärkning.....	26
5.3 Att våga ta steget	27
5.4 Utbudet varierar i olika bostadsområden.....	27
5.5 Faktor som kan påverka resultatet	27
Bilaga: Miljö- och etikmärkingar på livsmedel	28

1. Bakgrund och syfte

EU-projektet MatLust har som syfte att stärka den hållbara livsmedelsnäringen i Stockholmsregionen. Med anledning av MatLusts uppdrag och ett ökat konsumentintresse för hållbara livsmedel genomför MatLust i samarbete med den ideella föreningen Ekomatcentrum en marknadsaktivitet riktad mot utvalda livsmedelsbutiker i Stockholms län.

Målet med marknadsaktiviteten är att undersöka utbudet av miljömärkta livsmedel genom butiksinventering. Inventeringen är begränsad till 42 vanliga livsmedelsprodukter som bör finnas som ekologiska, Fairtrade- eller MSC-märkta alternativ i de flesta butiker. Fem av produkterna inventerades både utifrån ekologisk märkning och Fairtrade-märkning: banan, choklad, kaffe, socker och te. Lax och torsk inventerades efter ekologisk eller MSC-märkning. För resterande produkter kontrollerades enbart den ekologiska märkningen. Även antal varianter av de utvalda produkterna inventerades. Exempelvis räknades för t.ex. mjölk alla fetthalter och varumärken samt olika typer av mjölk som exempelvis laktosfri mjölk och lättemjolk.

Genom att kartlägga butikernas utbud av miljömärkta livsmedel vill MatLust lyfta fram och uppmärksamma butiker med ett stort utbud av dessa. MatLust vill inspirera och motivera fler butiker att utöka sitt sortiment av miljömärkta livsmedel. MatLust vill också underlätta för konsumenter att hitta ett hållbart livsmedelsutbud. Resultatet av inventeringen kommer att kommuniceras i pressmeddelanden, nyhetsbrev och sociala medier.

1.1 Följande livsmedel har ingått i inventeringen

Cerealier

Mjukt bröd
Knäckebröd
Vetemjöl
Müsli
Välling & gröt för barn

Fisk

Lax (färsk och fryst, ej förädlad)
Torsk (färsk och fryst, ej förädlad)

Frukt och grönt

Potatis
Morötter
Lök
Tomat
Sallat
Gurka
Paprika
Äpple
Banan

Fryst

Frysta bär
Frysta grönsaker

Kolonial

Choklad
Kaffe
Te
Pasta
Oliver
Olivolja
Rapsolja
Krossade och passerade tomater
Juice (färsk och koncentrat)
Röda linser
Ris
Socker

Kött och chark

Nötkött
Lammkött

Fläskkött

Kyckling
Korv
Köttpålugg (inkl. leverpastej)

Mjolk och mejeri

Mjolk
Yoghurt, fil
Smör (Bregott och smörgåsmargarin)
Hårdost
Ägg
Glass

Fairtrade

Banan
Choklad
Kaffe
Socker
Te

Enbart de varor som fanns i butiken vid inventeringstillfället räknades, det innebär att om en vara var tillfälligt slut ingick den inte i inventeringen.

1.2 Urval av butiker

Inventeringen var den andra i Haninge kommun. Den första genomfördes som ett pilotprojekt i augusti månad 2016 och omfattade 16 livsmedelsbutiker. I denna ingår 19 livsmedelsbutiker. De butiker som har tillkommit är markerade med * i listan nedan. Butikerna har ett fullgott sortiment och som huvudsaklig verksamhet att sälja livsmedel. Det innebär att inga bensinmackor som är kombinerade livsmedelsbutiker finns med i inventeringen. En parallell inventering har utförts i Södertälje kommun under juni samt september månad.

Inventerade butiker

Brandbergens Livs*	Hemköp Vendelsö	Jordbro Delikatesser
Coop Forum Haninge	Hemköp Västerhaninge C	Lidl Haninge
Coop Konsum Tungelsta	ICA Kvantum Haninge	Matrix Jordbro*
Coop Konsum Vendelsömalm	ICA Maxi Haninge*	Norbergs Livs
Coop Konsum Västerhaninge C	ICA Nära Haninge	VH Livs AB
Coop Nära Ribby	ICA Supermarket	Willys Port 73
Hemköp Haninge	Västerhaninge	



Med hållbara livsmedel avser vi, i denna undersökning, livsmedel märkta med något eller några av dessa märkningar. För mer information om miljömärkningar på livsmedel, se bilagan på sid 28.

1.3 Definition av olika begrepp

I rapporten hänvisas ibland till begreppen *artikel*, *produktgrupp*, *sort* och *variant*. *Artikel*, *sort* och *variant* betyder i stort sett samma sak men användandet påverkas av sammanhanget som ordet sätts i. *Produktgrupp* innebär en specifik varugrupp, t.ex. mjölk. En *artikel* kan vara en kaffeprodukt av ett visst märke, t.ex. Gevalia mörkrostat bryggkaffe. *Sort* används ofta vid frukt eller grönsaker, exempelvis vid äpplen (Golden Delicious är en grön äppelsort). *Variant* används för att beskriva en variation av en viss produktgrupp, exempelvis vid olika fetthalter av mjölk (standardmjölk, lättmjölk etc.) eller olika typer av kaffe men även vid de grönsaker där sorten är okänd eller inte utskriven på förpackningen, exempelvis tomat eller paprika.

Inventeringen genomfördes i oktober 2016 av Mimi Dekker från Ekomatcentrum på uppdrag av projekt MatLust. Innan inventeringen kontaktades alla butiker av Catarina Heilborn, antingen via ett personligt besök eller via telefon eller email.

Har du frågor kring marknadskartläggningen i stort eller EU-projektet MatLust, kontakta Daniel Dworetsky, kommunikatör (08-52304805, daniel.dworetsky@sodertalje.se).

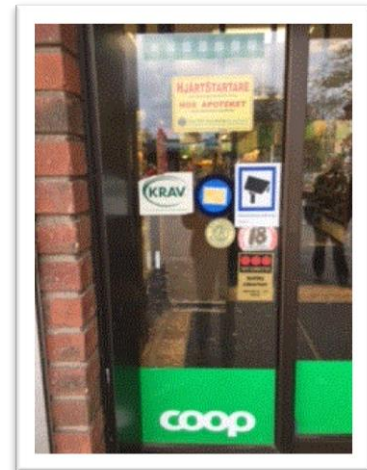
Har du specifika frågor kring denna inventering och rapport, kontakta Mimi Dekker (mimi@ekomatcentrum.se, 076-277 00 30) på Ekomatcentrum.

Vid frågor om Haninge kommuns medverkan i projektet, kontakta Catarina Heilborn på Haninge kommun (catarina.heilborn@haninge.se, 08-606 7097).

2. Resultat

2.1 Skyltning av de ekologiska produkterna i hyllorna

Hur och var man skyltar i en butik är viktigt för att sätta fokus på ett livsmedel eller en livsmedelsgrupp. En tydlig grön skyltning redan i entrén visar att butiken har en hållbar image och jobbar med gröna frågor och hållbara livsmedel. Med en miljömärkning vill man förmedla till konsumenterna att "här satsar vi på bra miljöval och ekologiska livsmedel".



Bilderna ovan: Tydliga skyltar vid ingången till ICA Maxi Haninge, Willys Port 73 samt Coop Västerhaninge Centrum där det framgår att butikerna är miljömärkta enligt Svanen, Bra Miljöval resp. KRAV.

Bilderna nedan: En ekoavdelning med enbart ekologiska livsmedelsprodukter på Coop Forum Haninge. Utbudet av olika märken och sorter var mycket stort och där fanns både enklare produkter såväl som mer exklusiva. På ICA Maxi skapade bananskyltningen ekokänsla. Coop Vendelsöalm hade en aktiv kampanj med ett antal stapelvaror.



Hyllmärkning

Hyllmärkningen delades in i fyra kategorier: *Mycket bra*, *Bra*, *Varken bra eller dålig* samt *Dålig*. Butiker som har fått omdömet *Mycket bra* har en tydlig och korrekt hyllmärkning och alla ekologiska produkter har en hyllmärkning. Butiker som fått omdömet *Bra* har gjort nästan allt rätt, d.v.s. endast några produkter är felaktigt placerade eller felskyltade. För övrigt har butiken en tydlig hyllmärkning. Butiker som fått omdömet *Varken bra eller dålig* är de som exempelvis har felskyltningar (ekologiska skyltar vid oekologiska produkter), otydlig skyltning eller ingen skyltning alls. Där får konsumenterna lägga en hel del möda på att hitta ekoutbudet även om det i vissa fall finns ett stort utbud i butiken. Vi rekommenderar dessa butiker att se över sin hyllmärkning för att underlätta för konsumenterna att hitta rätt. Butiker som fått omdömet *Dålig* är de som inte har någon eko-skyltning alls, där det är rörigt i hyllor och butik samt svårt att hitta det ekologiska sortimentet.

Butikens namn	Hyllmärkning
Coop Forum Haninge	Bra
Coop Konsum Vendelsö	Bra
Coop Nära Ribby	Bra
Hemköp Vendelsö	Bra
ICA Maxi Stormarknad Haninge	Bra
Willys Port 73	Bra
Coop Konsum Tungelsta	Varken bra eller dålig
Coop Konsum Västerhaninge C	Varken bra eller dålig
Hemköp Haninge	Varken bra eller dålig
Hemköp Västerhaninge C	Varken bra eller dålig
ICA Kvantum Haninge	Varken bra eller dålig
ICA Supermarket Västerhaninge	Varken bra eller dålig
Norbergs Livs	Varken bra eller dålig
Brandbergens Livs	Dålig
ICA Nära Haninge	Dålig
Jordbro Delikatesser	Dålig
Lidl Haninge	Dålig
Matrix Jordbro	Dålig
VH Livs AB	Dålig

Tabell 1. Klassning av hyllmärkning av ekologiska och Fairtrade-märkta produkter.

Av de 19 inventerade butikerna klassade vi sex som *Bra*. Willys Port 73 hade en mycket tydlig hyllmärkning men saknade ekologisk hyllmärkning för några produkter vilket drar ner betyget. I övrigt hade butiken genomgående stora och tydliga hyllmärkningar i grönt, ibland med ytterligare en grön skylt med ordet "ekologiskt" intill varan. Även flera Coop-, Hemköp- och ICA-butiker hade skyltning med stora tydliga skyltar, dock använde dessa butiker även små och oansenliga ekomärkningar på vissa varor. Andra butiker hade enbart hyllmärkning med små ekomärkningar, t.ex. en liten eko-symbol vid priset. Dessa märkningar kan vara svåra att se för konsumenter som letar ekologiska produkter. Är ekosymbolen dessutom svart istället för grön är den ännu svårare att urskilja.

ICA-butikerna använder märkningen "Må bra" för livsmedel som är hälsosamma, t.ex. nyckelhålmärkta. Symbolen liknar i många avseenden den ekologiska symbolen, både i storlek och färg. Coop har elektroniska skyltar för vissa varor, t.ex. i kyl och frys. Dessa är mycket små och kräver en extra markering för att konsumenten enkelt ska kunna identifiera produkten som ekologisk. Dessutom har Coop även två skyltar som liknar varandra mycket: "Vårt pris" och "Ekologiskt". Dessa skyltar är lätta att förväxla och skulle kunna förbättras

genom att bättre differentieras. Att förtydliga att en vara är ekologisk genom tydlig hyllmärkning underlättar för konsumenten. Dessa butiker har fått *Varken bra eller dålig* vilket innebär att det finns potential till förbättring med små insatser.

Sex av butikerna fick omdömet *Dålig* eftersom det inte fanns någon ekologisk hyllmärkning alls, eller en mycket otydlig märkning, t.ex. ingen ekologisk märkning av produkterna, gröna skyltar på både ekologiska och oekologiska livsmedel, eller gröna skyltar för oekologiskt och röda för ekologiskt. Här finns stora förbättringsmöjligheter.



Ovan syns exempel på bra och tydlig hyllmärkning från Coop Forum vid deras elektroniska hyllskylt, samt exempel utan förstärkt hyllmärkning.



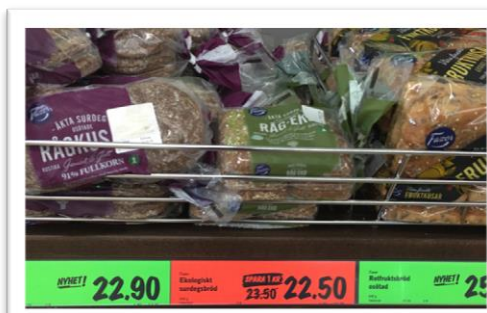
Bilderna nedan: Exempel på tydlig hyllmärkning från ICA Nära Haninge, ICA Kvantum Haninge och Willys Port 73.



Även om flera butiker använde sig av stora och tydliga skyltar vid hyllmärkningen visade inventeringen att hyllmärkningen inte var helt utan anmärkningar. Vi hittade oekologiska varor med ekologisk hyllmärkning samt ekologiska varor med otydlig eller ofullständig hyllmärkning. Oekologiska produkter med ekologisk hyllmärkning lurar och förvirrar många konsumenter. Ett exempel på otydlig hyllmärkning var en etikett med röd skylt istället för grön. Många butiker har dessutom mycket små loggor för att markera ekologiska livsmedel. En liten logga är lätt att missa för konsumenten.



Bilderna ovan visar exempel på ekologisk hyllmärkning vid oekologiskt te.



De två översta bilderna visar exempel på otydliga hyllmärkningar, dels med en röd skylt för ekologiskt bröd och grön för oekologisk och dels med en feltryckt skylt som blivit röd. Bilden ovan visar två ekologiska produkter som saknar ekologisk hyllmärkning samt en hyllmärkning med en mycket liten ekosymbol.

Ett sätt att underlätta för konsumenten är att samla många ekologiska varor på samma ställe, exempelvis via en hylla med enbart ekologiska livsmedel (t.ex. juicer och frön från Saltå Kvarn på bilden nedan) eller genom att ha den ekologiska mjölken på samma plats i mejerihyllan. En otydlig hyllmärkning blir mindre viktig om konsumenten enkelt får en överblick över var de ekologiska varorna finns.

Bilden t.v. visar en hylla fylld med ekologiska produkter från Saltå Kvarn på Coop Forum Haninge. En större mängd ekoskyltar på samma ställe är ett annat sätt att lägga fokus på ekologiskt. På ICA Maxi Stormarknad Haninge (t.h.) dominerar ekoskyltar till exempel vid hyllorna där bönor finns.





Ovan: Exempel på bra och tydlig kampanj och skyltning från ICA Supermarket Västerhaninge och Coop Vendelsöholm.

Ett problem som uppmärksammades vid inventeringen var att flera butiker placerar ekologisk frukt i lösvikt intill oekologisk. Framförallt var detta vanligt för äpplen och bananer. Det innebär att frukterna lätt blandas och konsumenten får svårt att särskilja det ekologiska från det oekologiska.



Bilderna visar ekologiska äpplen mellan oekologiska samt ekologiska bananer intill oekologiska.

2.2 Miljöcertifiering

Alla Coops butiker i Sverige är KRAV-certifierade och samtliga inventerade butiker hade skyltar vid ingången. Willys Port 73 hade en skylt med märkningen "Bra Miljöval". ICA Maxi Stormarknad Haninge hade en skylt som visade att butiken är Svanen-märkt. ICA Kvantum Haninge hade inga skyltar men enligt butikschefen är butiken både KRAV-certifierad och Svanen-märkt men saknade skyltar på grund av ombyggnad.

2.3 Utbud av ekologiskt i respektive butik

Totalt hittade vi 3251 enskilda ekologiska artiklar av de 42 inventerade livsmedelsprodukterna. Eftersom choklad och socker inte ingick i pilotinventeringen, och vi vill kunna göra en första utvärdering av förändringen sedan den första mätningen, redovisar vi här siffrorna exklusive choklad och socker. Totalt hittade vi 106 choklad och 38 socker (totalt 144 produkter). De tre butiker som tillkommit sedan pilotinventeringen vill vi heller inte räkna med i förändringen, däremot finns de individuella resultaten med i tabellen nedan, tabell 2. Det innebär en total för oktober av 2424 ekologiska artiklar. Coop Forum Haninge hade det största utbudet av ekologiska livsmedel med 531 artiklar av de utvalda produkterna. På andra plats kom ICA Maxi Stormarknad Haninge med 496 artiklar. På tredje plats kom

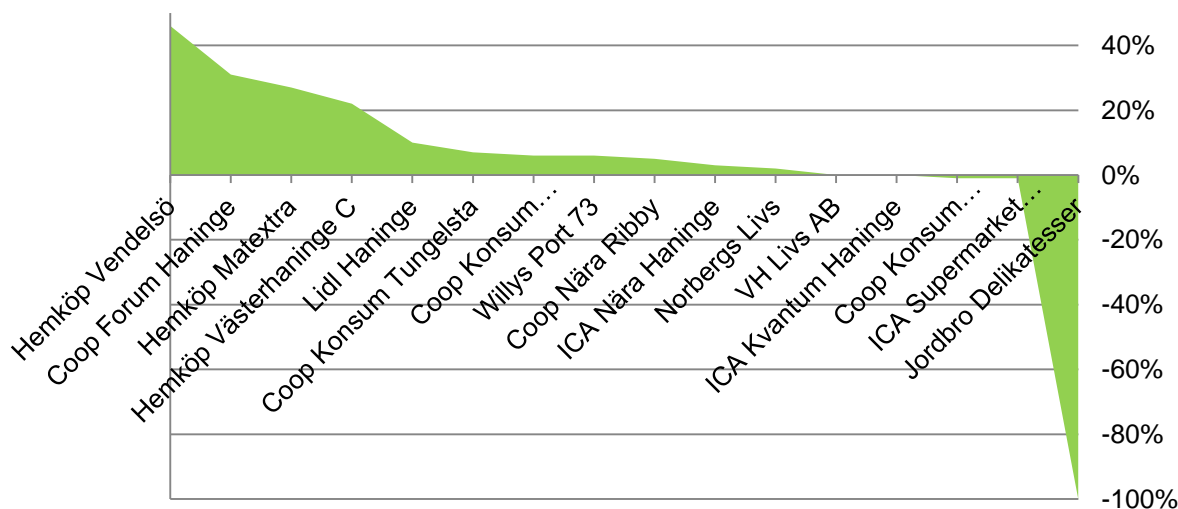
Willys Port 73 med 233 artiklar av de utvalda livsmedlen. Tätt efter, på fjärde plats, kom Coop Konsum Västerhaninge med 227 artiklar. På femte plats kom ICA Kvantum Haninge med 219 artiklar.

Coop Konsum Västerhaninge C samt ICA Maxi Stormarknad Haninge hade minst en vara av alla de utvalda livsmedlen vid inventeringstillfället, d.v.s. en butikstäckning på 100 %. Coop Forum saknade ett livsmedel, potatis. Trots den korta tiden av knappa två månader hade majoriteten av butikerna ökat antal ekologiska artiklar. I genomsnitt ökade butikerna 7 %. Genomsnittet inkluderar inte de tre butiker som tillkommit under oktober månad (butikerna är markerade med * i tabellen nedan).

Butikens namn:	Antal eko-produkter		Ökning	Totalt antal daglivaruartiklar	% ekologiskt
	aug	okt			
Coop Forum Haninge	403	531	32 %	13 000	12,10 %
ICA Maxi Stormarknad Haninge	-*	496*	-*	16 500	
Willys Port 73	219	233	6 %	10 500	4,30 %
Coop Konsum Västerhaninge C	214	227	6 %	5 800	10 %
ICA Kvantum Haninge	219	219	0 %	12 000	9,30 %
Hemköp Haninge	166	210	27 %	12 000*	
Hemköp Västerhaninge C	156	202	29 %	ca 10 000	ca 10 %
ICA Supermarket Västerhaninge	194	192	-1 %	7 000	vet ej
Hemköp Vendelsö	119	174	46 %	ca 5 000	vet ej
Coop Konsum Vendelsömalm	111	110	-1 %	4 369	8,90 %
Norbergs Livs	104	106	2 %	6 598	5,40 %
Coop Konsum Tungelsta	97	104	7 %	ca 8 000	
Coop Nära Ribby	96	101	5 %	8 200	12,10%
VH Livs AB	88	88	0 %	vet ej	
Matrix Jordbro	-*	42*	-*	vet ej	
ICA Nära Haninge	38	39	3 %	ca 3 000	
Lidl Haninge	30	33	10 %		
Brandbergens Livs	-*	0*	-*	Vet ej	
Jordbro Delikatesser	3	0		vet ej	
Totalt	2257	2424	7 %		

Tabell 2. Totalt antal av de ekologiska produkter som fanns i butikerna i Haninge vid inventeringen i augusti resp. oktober 2016. I augusti inventerades 40 produkter. I oktober tillkom två produkter, ekologisk choklad och ekologiskt socker. I tabellen är inte choklad och socker inkluderade. * Dessa butiker ingick inte i den första inventeringen och ingår inte i totalsiffrorna.

Förändring av det ekologiska utbudet i butikerna - augusti till oktober 2016



Ytdiagram 1. Totalt utbud av de 40 inventerade ekologiska livsmedel i respektive butik.

Antal ekologiska produkter i respektive butik

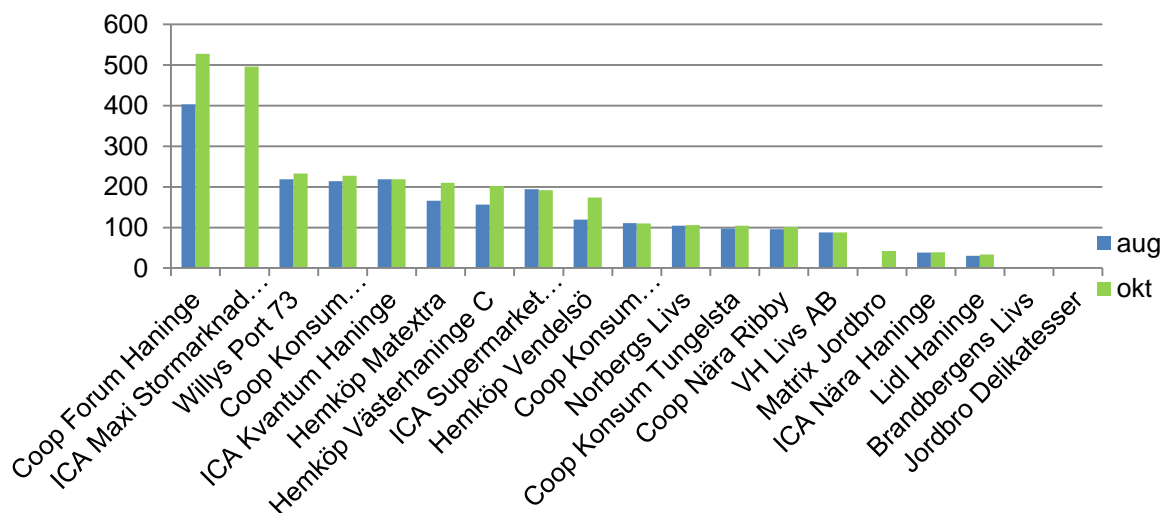


Diagram 1. Totalt utbud av 40 inventerade ekologiska livsmedel i respektive butik.

Utbud av respektive inventerad produkt

Totalt hade Haninges butiker ett bra utbud av ekologiska livsmedel och Fairtrade-märkta produkter. Några produkter dominerade i utbudet, nämligen pasta, te och kaffe som fanns i totalt 273, 252 respektive 247 varianter och utgjorde cirka 10 % vardera av de inventerade ekologiska livsmedelsprodukterna. Ingen produkt fanns i samtliga butiker men kaffe, pasta och te fanns i 17 av 19 butiker (89 %). Dessutom fanns även mjukt bröd, mjölk, yoghurt/fil samt ägg i 17 av 19 butiker.

Yoghurt/fil, mjölk och glass var andra produkter där det fanns stor variation och valmöjlighet. Sämst var utbudet av olika varianter av lammkött och lax. Långt ner på listan hamnar även gurka, äpple, kyckling och röda linser. Det är livsmedel som inte brukar finnas i så många varianter vilket förklarar att bredden på utbudet är begränsat för dessa livsmedel. Tillgången på kyckling hade dock ökat med 275 % från mätningen i augusti, från 4 till 15 varianter.

Ekologisk kyckling har länge varit en bristvara men under året har tillgången ökat succesivt då nya varumärken har kommit in på marknaden. Vi identifierade både färsk och fryst ekologisk kyckling i butikerna.

Mjukt ekologiskt bröd har ökat kraftigt på den svenska marknaden under 2016 och utbudet i Hanninges butiker var relativt stort. Hälften av de inventerade butikerna hade sex eller fler mjuka brödsorter. Willys Port 73 och Coop Forum Hanninge erbjöd till exempel även nybakat ekologiskt bröd. Några butiker erbjöd dock mexikanskt tortillabröd som enda mjuka ekologiska brödalternativ.

Butiker som precis börjat med ekologiskt satsar gärna på produkter med lång hållbarhet som t.ex. kaffe, te, pasta och konserver. De ekologiska färskvarorna begränsas ofta till mjölk- och fil-produkter. Grönsaker och frukt är de mer försiktiga med. Dessa produkter har kort hållbarhet och butikerna vågar inte chansa på att kunderna ska hinna upptäcka att de saluför dessa känsliga ekologiska produkter.

Totalt antal produkter av de inventerade livsmedlen i butikerna

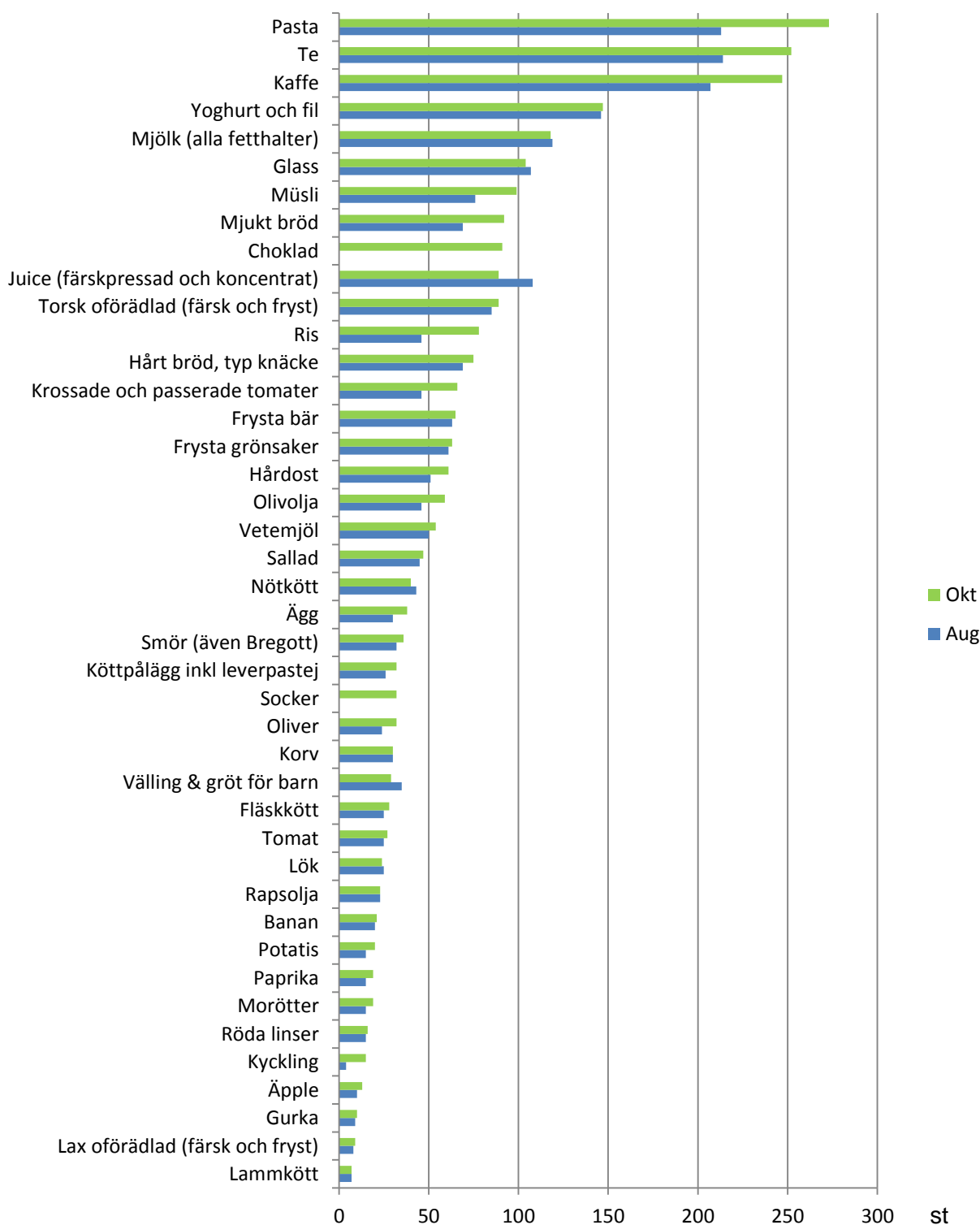


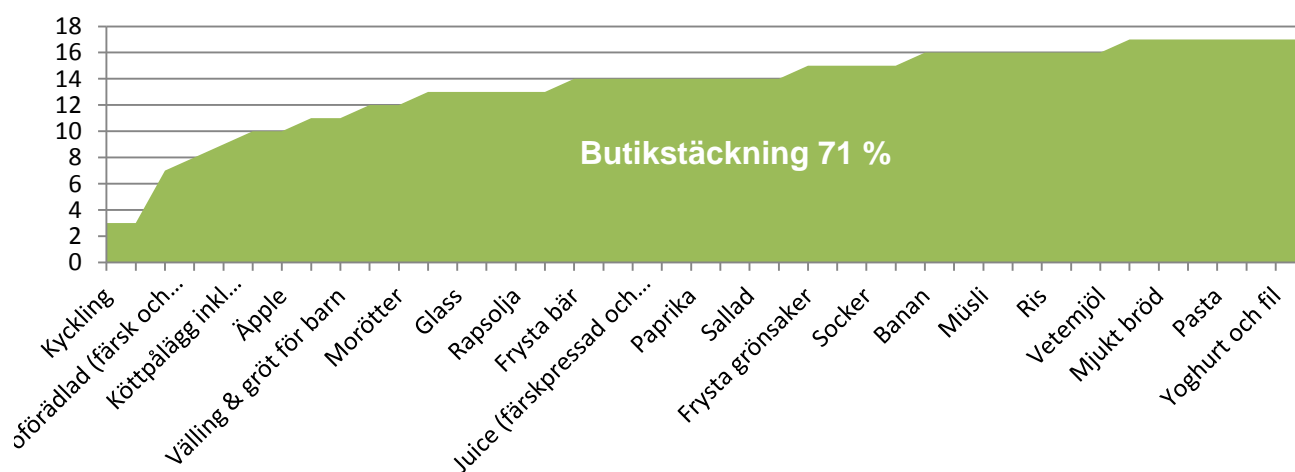
Diagram 2. Totalt utbud av 42 inventerade ekologiska livsmedel i Haninges butiker. Choklad och socker ingick inte i den första inventeringen.

Andel butiker som saluförde de 42 utvalda ekologiska produkterna

Den sammantagna butikstäckningen visar hur stor andel av de inventerade ekologiska livsmedelsprodukterna som i snitt fanns i Haninges livsmedelsbutiker vid inventeringstillfället. I Haninge var täckningsgraden 71 %, vilket innebär att det i varje butik fanns i snitt 30 av de 42 inventerade ekologiska livsmedelsprodukterna vid inventeringstillfället. Det är ett mycket bra genomsnitt, dock något mindre än vid den första inventeringen. Då var täckningsgraden 75 % (30 av 40 inventerade produkter). Men, med hänsyn till att tre butiker tillkommit sedan augusti, och att majoriteten av livsmedelsbutikerna i Haninge nu ingår i inventeringen, är detta ett mycket bra genomsnitt.

Många av de inventerade produkterna fanns i en majoritet av livsmedelsbutikerna. Endast två butiker hade inga av de ekologiska livsmedelsprodukterna i sitt sortiment, resterande hade minst 37 % av de 42 produkterna. De produkter som fanns i färre än 50 % av butikerna var kyckling, lammkött, lax, korv och köttpålägg. Produkter med bäst tillgänglighet – kaffe, mjukt bröd, mjölk, pasta, te, yoghurt och ägg – fanns i 17 av 19 butiker (90 %). Näst bäst representerat var banan, hårdost, frukostflingor/müsli, olivolja, ris, smör och vetemjöl. Dessa produkter fanns i 84 % av butikerna.

Procentuell andel butiker som saluförde resp. ekologisk produkt



Ytdiagram 2. Procentuell andel butiker som saluförde de inventerade ekologiska livsmedlen i Haninge i oktober 2016.

3. Sammanställning av fyra produktkategorier

Här redovisar vi fyra produktkategorier mer utförligt: frukt och grönt, kött och chark, mejeri samt Fairtrade. För varje kategori finns en sammanställning av totalt antal inventerade produkter, dels i en tabell, dels i ett diagram. Därefter finns en sammanställning av huruvida butiken hade varan i sitt sortiment eller ej.

3.1 Produktkategori 1: Ekologisk frukt & grönt

Totalt fanns 239 varianter av de 9 inventerade ekologiska frukt- och grönsaksprodukterna i Haninges livsmedelsbutiker. Störst sortiment av frukt och grönt fanns på ICA Maxi Stormarknad Haninge. Den produkt som det fanns flest artiklar av var sallat. Totalt fanns 59 varianter av ekologisk sallat. Det fanns däremot aldrig mer än en variant av ekologisk gurka. Även utbudet av ekologiska äpplen var magert, trots att det ökat med tre varianter av äpplen sedan förra mätningen, från 10 till 13 (ej inkluderat 3 sorters äpplen från ICA Maxi Stormarknad Haninge).

Butikens namn:	Potatis	Morötter	Lök	Tomat	Sallat	Gurka	Paprika	Äpple	Banan	TOTALT
Brandbergens Livs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Coop Forum Haninge	3	2	4	2	6	1	3	2	3	26
Coop Konsum Tungelsta	1	2	0	1	2	1	1	0	1	9
Coop Konsum Vendelsömalm	3	3	0	1	3	1	1	1	1	14
Coop Konsum Västerhaninge C	1	2	2	2	3	1	1	1	2	15
Coop Nära Ribby	1	2	1	2	2	0	2	0	1	11
Hemköp Haninge	1	1	1	0	3	0	1	1	2	10
Hemköp Vendelsö	1	2	3	1	4	1	1	1	1	15
Hemköp Västerhaninge C	1	2	3	2	2	1	2	2	2	17
ICA Kvantum Haninge	2	0	3	2	5	1	2	2	1	18
ICA Maxi Stormarknad Haninge	6	2	3	5	12	1	2	3	2	36
ICA Nära Haninge	0	0	1	1	0	0	0	0	1	3
ICA Supermarket Västerhaninge	2	1	0	6	6	1	2	0	2	20
Jordbro Delikatesser	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Lidl Haninge	1	0	1	1	2	1	1	0	1	8
Matrix Jordbro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
Norbergs Livs	4	1	2	3	3	0	1	1	1	16
VH Livs AB	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Willys Port 73	2	1	3	3	6	1	1	2	1	20
TOTALT	29	21	27	32	59	11	21	16	23	239

Tabell 3. Utbud av ekologisk frukt och grönt i respektive livsmedelsbutik.

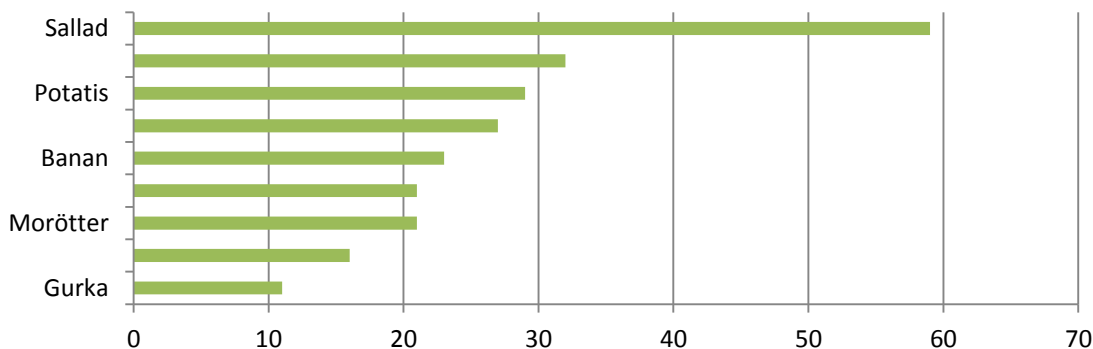


Diagram 3. Totalt utbud av ekologisk frukt och grönt i Haninges livsmedelsbutiker.

Butikstäckning ekologisk frukt och grönt

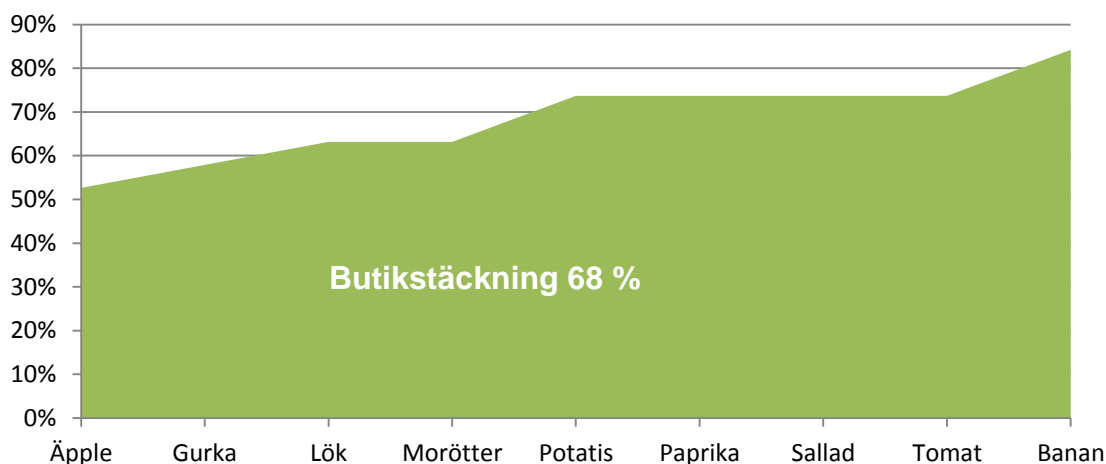
Tabellen nedan är en sammanställning av huruvida butiken hade varan i sitt sortiment eller inte. En 1:a representerar att varan fanns vid inventeringstillfället och en 0:a att varan inte fanns i butiken. 5 butiker; Coop Konsum Västerhaninge C, Coop Forum Haninge, Hemköp Västerhaninge C, ICA Kvantum Haninge och ICA Supermarket Västerhaninge hade samtliga inventerade frukt- och grönsaksprodukter i sitt sortiment vid inventeringstillfället.

Butikens namn:	Potatis	Morötter	Lök	Tomat	Sallat	Gurka	Paprika	Äpple	Banan	Ekoutbud
Brandbergens Livs	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 %
Coop Forum Haninge	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100 %
Coop Konsum Tungelsta	1	1	0	1	1	1	1	0	1	78 %
Coop Konsum Vendelsöholm	1	1	0	1	1	1	1	1	1	89 %
Coop Konsum Västerhaninge C	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100 %
Coop Nära Ribby	1	1	1	1	1	0	1	0	1	78 %
Hemköp Haninge	1	1	1	0	1	0	1	1	1	78 %
Hemköp Vendelsö	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100 %
Hemköp Västerhaninge C	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100 %
ICA Kvantum Haninge	1	0	1	1	1	1	1	1	1	89 %
ICA Maxi Stormarknad Haninge	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100 %
ICA Nära Haninge	0	0	1	1	0	0	0	0	1	33 %
ICA Supermarket Västerhaninge	1	1	0	1	1	1	1	0	1	78 %
Jordbro Delikatesser	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 %
Lidl Haninge	1	0	1	1	1	1	1	0	1	78 %
Matrix Jordbro	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0 %
Norbergs Livs	1	1	1	1	1	0	1	1	1	89 %
VH Livs AB	0	0	0	0	0	0	0	0	1	11 %
Willys Port 73	1	1	1	1	1	1	1	1	1	100 %
TOTALT	14	12	12	14	14	11	14	10	16	68 %

Tabell 4. Butikstäckning, utbud av ekologisk frukt och grönt i respektive livsmedelsbutik.

Vanligast förekommande var ekologisk banan som fanns i 84 % av butikerna

Vanligast förekommande produkt var ekologisk banan som fanns i 84 % av butikerna (16 av 19). Äpple och gurka var minst vanligt förekommande i butikerna. Oktober är säsong för äpple och utbudet borde ha varit större. Ekologisk paprika, sallat och tomat fanns i 74 % av butikerna (14 av 19). Den genomsnittliga butikstäckningen för frukt och grönsaker var 68 %.



Ytdiagram 3. Andel butiker som saluförde respektive inventerad produkt av ekologisk frukt och grönt i Haninges butiker.

3.2 Produktkategori 2: Ekologiskt kött och chark

Sammanlagt hittade vi 198 varianter av de inventerade köttprodukterna. Störst sortiment av kött och chark hade Coop Forum Haninge med hela 63 varianter.

Nötkött var den produkt det fanns flest artiklar av. Exempelvis hade Coop Forum Haninge 10 olika typer av ekologiskt nötkött. Näst flest varianter fanns av köttpålägg, följt av korv samt fläskkött (43, 38 respektive 35 varianter). Den produkt som ökat mest från inventeringen i augusti var kyckling. Vi hittade 25 olika kycklingprodukter i oktober jämfört med 4 i augusti.

Butikens namn:	Nötkött	Lammkött	Fläskkött	Kyckling	Korv	Köttpålägg inkl. leverpastej	TOTALT
Brandbergens Livs	0	0	0	0	0	0	0
Coop Forum Haninge	10	6	11	14	14	8	63
Coop Konsum Tungelsta	3	0	0	0	0	0	3
Coop Konsum Vendelsö	4	0	1	0	4	0	9
Coop Konsum Västerhaninge C	6	1	5	1	3	2	18
Coop Nära Ribby	1	0	1	0	0	1	3
Hemköp Haninge	1	0	0	0	0	4	5
Hemköp Vendelsö	3	0	2	0	1	0	6
Hemköp Västerhaninge C	2	0	3	0	0	2	7
ICA Kvantum Haninge	3	0	1	0	3	3	10
ICA Maxi Stormarknad Haninge	9	1	7	10	8	11	46
ICA Nära Haninge	0	0	0	0	0	0	0
ICA Supermarket Västerhaninge	3	0	1	0	1	2	7
Jordbro Delikatesser	0	0	0	0	0	0	0
Lidl Haninge	0	0	0	0	0	0	0
Matrix Jordbro	0	0	0	0	0	0	0
Norbergs Livs	1	0	0	0	0	0	1
VH Livs AB	0	0	0	0	0	0	0
Willys Port 73	3	0	3	0	4	10	20
TOTALT	49	8	35	25	38	43	198

Tabell 5. Utbud av ekologiskt kött och chark i respektive livsmedelsbutik.

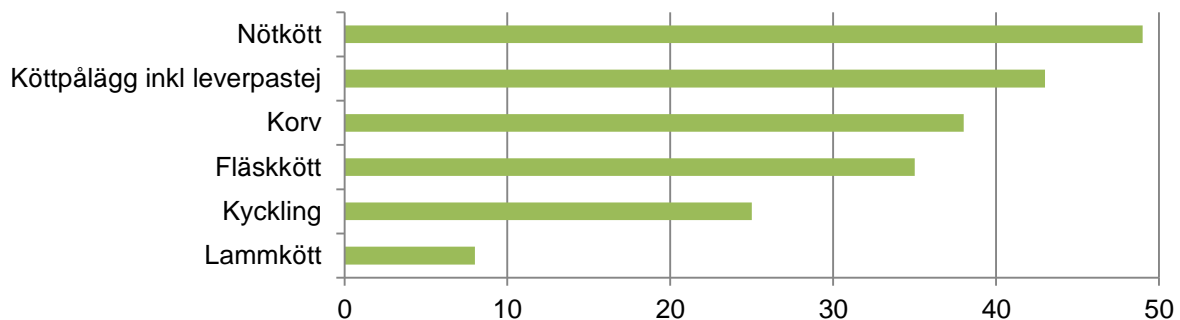


Diagram 4. Totalt utbud av inventerat ekologiskt kött och chark i 16 av Haninges butiker.

Butikstäckning ekologiskt kött och chark

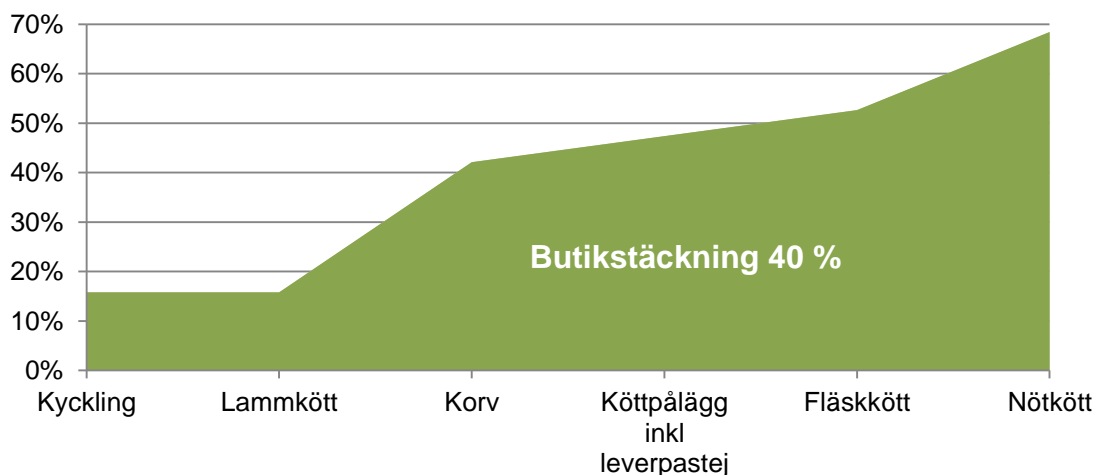
Tre butiker hade samtliga inventerade köttprodukter i sortimentet; Coop Forum Haninge, Coop Konsum Västerhaninge C samt ICA Maxi Stormarknad Haninge. Ytterligare tre butiker hade 67 % av de inventerade produkterna; ICA Kvantum Haninge, ICA Supermarket Västerhaninge Willys Port 73. Sex av de inventerade butikerna hade inget ekologiskt sortiment alls av kött och chark.

68 % av butikerna hade ekologiskt nötkött.

Ekologiskt nötkött var vanligast förekommande och fanns i 13 av butikerna (68 %) medan ekologiskt lamm och kyckling endast fanns i tre butiker (16 %).

Butikens namn:	Nötkött	Lammkött	Fläskkött	Kyckling	Korv	Köttpålägg inkl. leverpastej	Ekoutbud
Brandbergens Livs	0	0	0	0	0	0	0 %
Coop Forum Haninge	1	1	1	1	1	1	100 %
Coop Konsum Tungelsta	1	0	0	0	0	0	17 %
Coop Konsum Vendelsömalm	1	0	1	0	1	0	50 %
Coop Konsum Västerhaninge C	1	1	1	1	1	1	100 %
Coop Nära Ribby	1	0	1	0	0	1	50 %
Hemköp Haninge	1	0	0	0	0	1	33 %
Hemköp Vendelsö	1	0	1	0	1	0	50 %
Hemköp Västerhaninge C	1	0	1	0	0	1	50 %
ICA Kvantum Haninge	1	0	1	0	1	1	67 %
ICA Maxi Stormarknad Haninge	1	1	1	1	1	1	100 %
ICA Nära Haninge	0	0	0	0	0	0	0 %
ICA Supermarket Västerhaninge	1	0	1	0	1	1	67 %
Jordbro Delikatesser	0	0	0	0	0	0	0 %
Lidl Haninge	0	0	0	0	0	0	0 %
Matrix Jordbro	0	0	0	0	0	0	0 %
Norbergs Livs	1	0	0	0	0	0	17 %
VH Livs AB	0	0	0	0	0	0	0 %
Willys Port 73	1	0	1	0	1	1	67 %
TOTALT	13	3	10	3	8	9	40 %

Tabell 6. Butikstäckning, utbud av ekologiskt kött och chark i respektive livsmedelsbutik.



Ytdiagram 4. Andel butiker som saluförde respektive inventerad produkt av kött och chark.

Butikstäckningen för ekologiskt kött och chark var 46 %. Sämst var den för lammkött och kyckling. Endast två butiker hade någon av produkterna i sortimentet. Bäst täckning hade nötkött med drygt 81 % (13 av 19).

3.3 Produktkategori 3: Ekologiska mjölk-, ägg- och mejeriprodukter

Denna produktgrupp utgörs nästan alltid av svenska ekologiska råvaror vilket är en extra vinst ur ett miljöperspektiv. Den produkt som det fanns störst utbud av var yoghurt/fil, med hela 178 olika produkter. Smör och ägg var de produktgrupper med minst antal varianter. Coop Forum Haninge var den butik som hade flest ekologiska mejeriprodukter i sortimentet (totalt 110 olika alternativ).

Butikens namn:	Mjolk	Yoghurt, fil	Smör	Hårdost	Ägg	Glass	TOTALT
Brandbergens Livs	0	0	0	0	0	0	0
Coop Forum Haninge	19	27	3	19	4	38	110
Coop Konsum Tungelsta	7	8	2	1	2	2	22
Coop Konsum Vendelsö	2	3	2	2	2	5	16
Coop Konsum Västerhaninge C	10	16	4	8	5	15	58
Coop Nära Ribby	6	5	2	3	2	4	22
Hemköp Haninge	9	12	3	3	1	9	37
Hemköp Vendelsö	8	10	3	3	1	8	33
Hemköp Västerhaninge C	6	14	3	2	2	5	32
ICA Kvantum Haninge	10	7	2	6	5	7	37
ICA Maxi Stormarknad Haninge	16	26	4	17	5	34	102
ICA Nära Haninge	6	5	1	0	1	0	13
ICA Supermarket Västerhaninge	11	18	3	5	4	4	45
Jordbro Delikatesser	0	0	0	0	0	0	0
Lidl Haninge	3	1	0	2	2	3	11
Matrix Jordbro	5	5	1	1	2	0	14
Norbergs Livs	5	5	3	1	2		16
VH Livs AB	6	3	2	2	2	0	15
Willys Port 73	10	13	3	4	3	4	37
TOTALT	139	178	41	79	45	138	620

Tabell 7. Utbud av ekologiska mejeriprodukter, mjölk och ägg i respektive livsmedelsbutik.

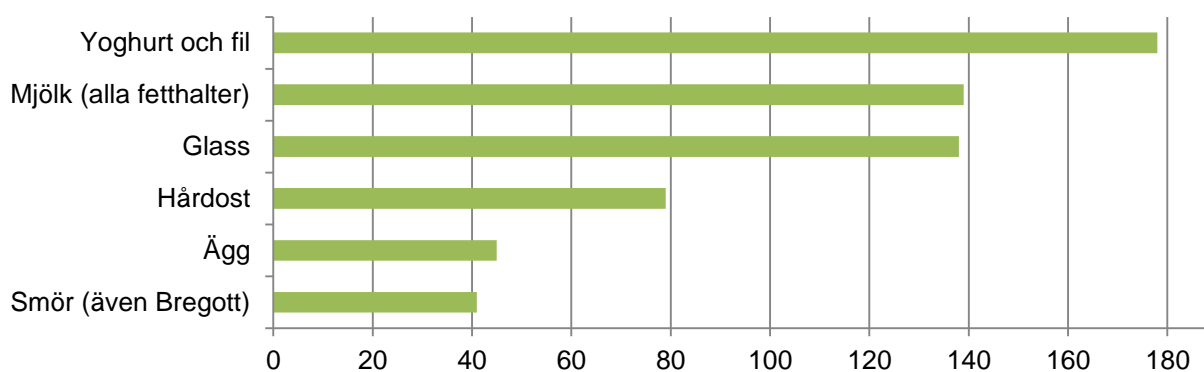


Diagram 5. Totalt utbud av inventerade mejeriprodukter, mjök och ägg.

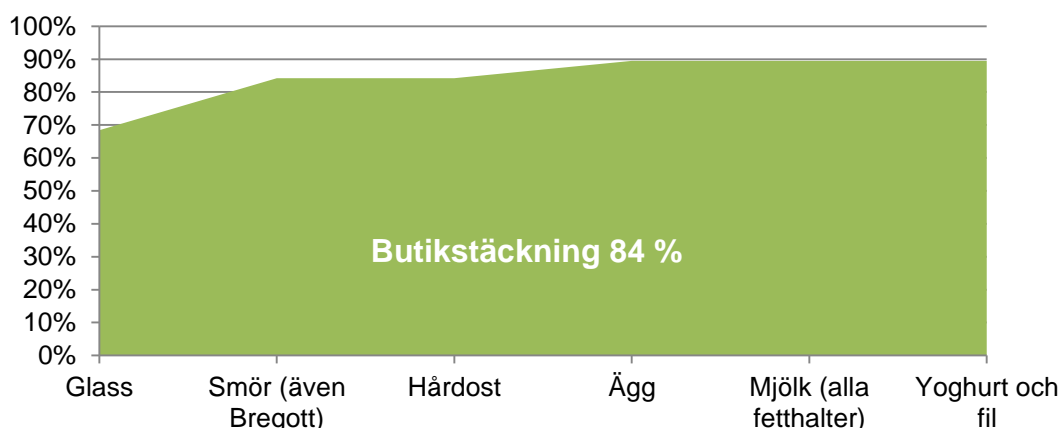
Butikstäckning ekologiska mjök-, ägg- och mejeriprodukter

89 % av butikerna hade ekologisk mjök, yoghurt och ägg i sortimentet.

Majoriteten av butikerna hade en bra butikstäckning av mejeriprodukter. Den genomsnittliga butikstäckningen var på 84 % och hela 63 % (12 av 19 butiker) hade alla inventerade produkter. Glass hade sämst butikstäckning och fanns i 68 % (13 av 19).

Butikens namn:	Mjök	Yoghurt, fil	Smör	Hårdost	Ägg	Glass	Ekoutbud
Brandbergens Livs	0	0	0	0	0	0	0 %
Coop Forum Haninge	1	1	1	1	1	1	100 %
Coop Konsum Tungelsta	1	1	1	1	1	1	100 %
Coop Konsum Vendelsömalm	1	1	1	1	1	1	100 %
Coop Konsum Västerhaninge C	1	1	1	1	1	1	100 %
Coop Nära Ribby	1	1	1	1	1	1	100 %
Hemköp Haninge	1	1	1	1	1	1	100 %
Hemköp Vendelsö	1	1	1	1	1	1	100 %
Hemköp Västerhaninge C	1	1	1	1	1	1	100 %
ICA Kvantum Haninge	1	1	1	1	1	1	100 %
ICA Maxi Stormarknad Haninge	1	1	1	1	1	1	100 %
ICA Nära Haninge	1	1	1	0	1	0	67 %
ICA Supermarket Västerhaninge	1	1	1	1	1	1	100 %
Jordbro Delikatesser	0	0	0	0	0	0	0 %
Lidl Haninge	1	1	0	1	1	1	83 %
Matrix Jordbro	1	1	1	1	1	0	83 %
Norbergs Livs	1	1	1	1	1	0	83 %
VH Livs AB	1	1	1	1	1	0	83 %
Willys Port 73	1	1	1	1	1	1	100 %
TOTALT	17	17	16	16	17	13	84 %

Tabell 8. Butikstäckning, utbud av mejeriprodukter, mjök och ägg i respektive livsmedelsbutik.



Ytdiagram 5. Andel butiker som saluförde respektive inventerad mjök-, ägg- och mejeriprodukt.

3.4 Produktkategori 4: Fairtrade

Vi har valt ut fem produkter för inventering av Fairtrade-märkning: socker, banan, te, kaffe och choklad. Kaffe var den produkt som butikerna hade störst utbud av när det gäller Fairtrade-märkning. Vi hittade 168 olika varianter av kaffe. Även choklad och te fanns det ett stort antal variationer av: 106 respektive 94.

Knappt 50 % av butikerna hade Fairtrade-märkta bananer.

Coop Forum Haninge hade sammanlagt flest varianter av de fem produkter som inventerades, 80 stycken. Den produkt det fanns minst varianter av var banan. Knappt 50 % av butikerna (9 av 19) hade en variant av Fairtrade-märkta bananer.

Butikens namn:	Socker	Banan	Te	Kaffe	Choklad	TOTALT
Brandbergens Livs	0	0	0	0	0	0
Coop Forum Haninge	4	1	20	26	29	80
Coop Konsum Tungelsta	4	0	2	8	6	20
Coop Konsum Vendelsömalm	3	0	2	7	4	16
Coop Konsum Västerhaninge C	5	1	7	12	6	31
Coop Nära Ribby	3	0	2	5	2	12
Hemköp Haninge	6	1	11	13	17	48
Hemköp Vendelsö	4	0	7	11	6	28
Hemköp Västerhaninge C	6	1	17	9	12	45
ICA Kvantum Haninge	4	0	5	21	10	40
ICA Maxi Stormarknad Haninge	5	1	24	25	21	76
ICA Nära Haninge	1	0	1	1	1	4
ICA Supermarket Västerhaninge	4	1	5	3	1	14
Jordbro Delikatesser	0	0	0	0	0	0
Lidl Haninge	1	1	1	1	0	4
Matrix Jordbro	1	0	0	1	0	2
Norbergs Livs	4	0	5	7	7	23
VH Livs AB	2	1	3	7	4	17
Willys Port 73	5	1	8	11	7	32
TOTALT	62	9	120	168	133	492

Tabell 9. Utbud av 5 utvalda Fairtrade-märkta produkter i respektive livsmedelsbutik.

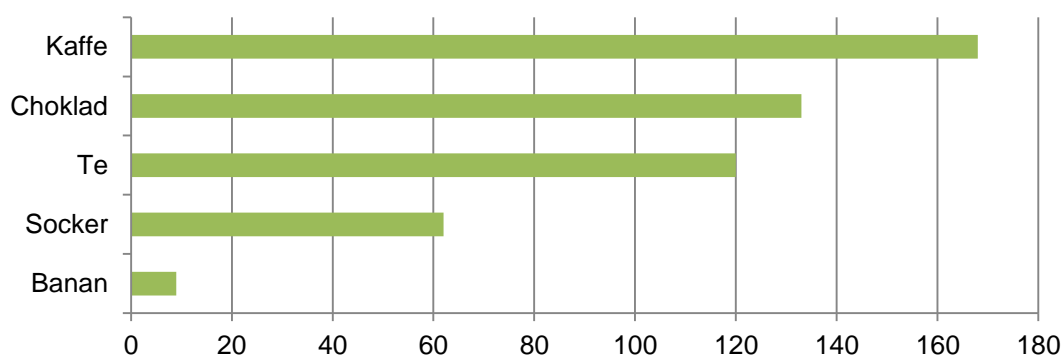


Diagram 6. Utbud av inventerade Fairtrade-märkta livsmedel i alla butiker.

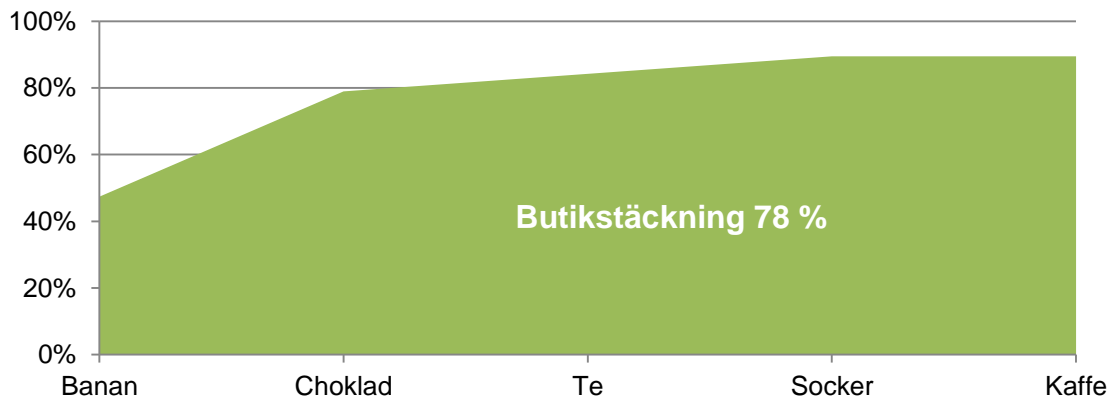
Butikstäckning Fairtrade

Den genomsnittliga butikstäckningen för de 5 utvalda Fairtrade-märkta produkterna var 78 %. Sämst täckning hade banan. Bäst täckning hade socker och kaffe som fanns i 89 % av butikerna (17 av 19).

Fairtrade-märkt socker och kaffe fanns i 89 % av butikerna (17 av 19). Nästan lika många, 84 % samt 79 %, hade Fairtrade-märkt te och choklad i sortimentet. 42 % av butikerna (8 av 19) hade alla utvalda Fairtrade-märkta produkter. Fairtrade-märkta bananer fanns i 47 % av butikerna (9 av 19).

Butikens namn:	Socket	Banan	Te	Kaffe	Choklad	Ekoutbud
Brandbergens Livs	0	0	0	0	0	0 %
Jordbro Delikatesser	0	0	0	0	0	0 %
Matrix Jordbro	1	0	0	1	0	40 %
ICA Nära Haninge	1	0	1	1	1	80 %
Lidl Haninge	1	1	1	1	0	80 %
VH Livs AB	1	1	1	1	1	100 %
Norbergs Livs	1	0	1	1	1	80 %
Coop Konsum Tungalsta	1	0	1	1	1	80 %
Hemköp Haninge	1	1	1	1	1	100 %
ICA Supermarket Västerhaninge	1	1	1	1	1	100 %
Coop Nära Ribby	1	0	1	1	1	80 %
Hemköp Vendelsö	1	0	1	1	1	80 %
Hemköp Västerhaninge C	1	1	1	1	1	100 %
ICA Kvantum Haninge	1	0	1	1	1	80 %
Coop Konsum Vendelsömalm	1	0	1	1	1	80 %
Willys Port 73	1	1	1	1	1	100 %
Coop Forum Haninge	1	1	1	1	1	100 %
Coop Konsum Västerhaninge C	1	1	1	1	1	100 %
ICA Maxi Stormarknad Haninge	1	1	1	1	1	100 %
TOTALT	17	9	16	17	15	78 %

Tabell 10. Butikstäckning, utbud av fem utvalda Fairtrade-märkta produkter.



Ytdiagram 6. Utbud av 5 utvalda Fairtrade-märkta produkter i samtliga livsmedelsbutiker.

4. Summering av resultatet

I tabellen nedan finns en summering och ranking av samtliga butikers resultat avseende hur hållbart deras utbud är. Vi har poängsatt eko-andel och andel Fairtrade-märkt utifrån butikstäckning. Poäng ges dessutom om butiken är miljömärkt och vi har även gett poäng för bra eller mycket bra hyllmärkning. Rankingen är en summering av alla delpoängen. För mer information om poängsättningen, se nedan*.

I topp med 22 poäng ligger Coop Forum Haninge samt ICA Maxi Stormarknad Haninge. Tätt efter, med 21 poäng, kommer Coop Konsum Västerhaninge C och Willys Port 73. På tredjeplats med 19 poäng ligger Coop Konsum Vendelsömalm medan fyra butiker (Coop Nära Ribby, Hemköp Haninge, Hemköp Västerhaninge C och ICA Supermarket Västerhaninge) delar på fjärdeplatsen.

Utmärkande för vinnarna är att det är stora butiker med ett omfattande sortiment av livsmedel, både ekologiska och oekologiska. Undantaget är Coop Konsum Västerhaninge C som är en liten butik. Längre ner på listan, vid 17-18 poäng, verkar butiksstorleken inte längre vara av betydelse utan här återfinns såväl små, mellanstora och stora butiker.

Butikens namn:	Butikstäckning Eko	Butikstäckning Fairtrade	Miljö-märke	Hyll-märkning	Totalt
Coop Forum Haninge	10	10	1	1	22
ICA Maxi Stormarknad Haninge	10	10	1	1	22
Coop Konsum Västerhaninge C	10	10	1		21
Willys Port 73	9	10	1	1	21
Coop Konsum Vendelsömalm	9	8	1	1	19
Coop Nära Ribby	8	8	1	1	18
Hemköp Haninge	8	10			18
Hemköp Västerhaninge C	8	10			18
ICA Supermarket Västerhaninge	8	10			18
Coop Konsum Tungelsta	8	8	1		17
Hemköp Vendelsö	8	8		1	17
ICA Kvantum Haninge	8	8	1		17
Norbergs Livs	7	8			15
VH Livs AB	5	10			15
ICA Nära Haninge	4	8			12
Lidl Haninge	4	8			12
Matrix Jordbro	3	4			7
Brandbergens Livs	0	0			0
Jordbro Delikatesser	0	0			0

Tabell 11. Sammanställning och ranking av Haninges livsmedelsbutiker avseende arbete med, och utbud av, hållbar mat.

*Poängsättning ranking

Butikstäckning ekologiskt samt butikstäckning Fairtrade-märkt ger 1 poäng för varje 10 %-intervall och startar med att 1-19 % ger 1 poäng, 20-29 % ger 2 poäng, etc. Full butikstäckning, 100 %, ger 10 poäng. Miljömärkning av butiken ger 1 poäng för varje miljöcertifiering av vardera. Hyllmärkning ger 1 poäng för "Bra" och 2 poäng för "Mycket bra".

5. Diskussion/analys

5.1 Utbud av ekologiskt och Fairtrade-märkt i Haninges livsmedelsbutiker

Haninge hade ett mycket brett utbud av ekologiska livsmedel i de inventerade butikerna. De produkter som dominerade var kolonialvaror: te, pasta och kaffe. Dessa produkter har lång hållbarhet vilket innebär att butikerna kan ta in dessa varor i sortimentet utan att riskera att produkterna blir liggande i hyllorna.

Vi registrerade totalt 3 251 olika ekologiska artiklar av de 42 ekologiska livsmedelsprodukter som inventerades, i totalt 19 livsmedelsbutiker. Coop Forum Haninge stod för det största utbudet med 574 varianter av de utvalda produkterna (varav 43 bestod av choklad och socker). Dessutom hade butiken alla de utvalda livsmedlen vid inventeringstillfället. Ytterligare två butiker hade samtliga inventerade livsmedelsprodukter; Coop Konsum Västerhaninge C och ICA Maxi Stormarknad Haninge. ICA Maxi Stormarknad Haninge hade dessutom näst flest antal inventerade produkter (516), varav 43 bestod av choklad och socker, Coop Konsum Västerhaninge C hade 249 artiklar av de inventerade produkterna och hamnade därmed på tredjeplats. Två butiker hade inga alls av de inventerade produkterna.

Ökning sedan augusti

Vi har gjort en jämförelse med pilotkartläggningen i augusti och kartläggningen i oktober. Optimalt är givetvis att mer tid går mellan de olika mätningarna, men vi har ändå valt att se om butikernas sortiment förändrats något under två månaders tid.

Det ekologiska utbudet har ökat med 7 % i Haninges livsmedelsbutiker på 2 månader.

Vi kunde se att majoriteten av butikerna faktiskt har ökat sitt hållbara utbud. Den genomsnittliga ökningen i butikerna var 7 %. Den butik som procentuellt sett ökade mest under perioden var Hemköp Vendelsö. Butiken ökade med hela 46 %. Den butik som utökade sitt sortiment med flest produkter var Coop Forum Haninge. Butiken ökade med hela 128 produkter. Vi tror även att det varit till stor hjälp att kommunen lagt ner mycket tid på att marknadsföra projektet för butikscheferna inför inventeringarna. Det skickar signaler om att kommunen tar projektet på allvar. Vi är mycket spända på att se vad en ytterligare inventering i framtiden kan resultera i.

Tre produktgrupper står för 29 % av det ekologiska utbudet i Haninge; pasta, te och kaffe.

Tre produktgrupper står för 29 % av det totala ekologiska utbudet: pasta, te och kaffe. Det har sina naturliga skäl eftersom utbudet av dessa ekologiska produkter är stora i leverantörs- och producentledet. Produkterna har dessutom lång hållbarhet och butikerna kan därför prova utan att ta allt för stora risker. De dyra och känsliga färskvarorna kött och chark har sämst butikstäckning i undersökningen, 40 %. Hela 32 % av butikerna hade inget ekologiskt utbud alls av kött och chark (6 av 19).

Butikstäckning

Vi har förutom att räkna det totala utbudet av ekologiska livsmedelsprodukter även tittat på hur stor butikstäckning de ekologiska produkterna har, d.v.s. hur många av butikerna som har åtminstone en produkt av de utvalda 42 som vi inventerat. Detta har vi även gjort för de fem utvalda Fairtrade-produkterna. Beräkningen av butikstäckningen kan fortsättningsvis fungera som ett jämförande nyckeltal för att se hur det generella hållbara livsmedelsutbudet kommer att utvecklas i Haninge. I Södertälje utfördes en liknande butiksinventering (i juni resp. oktober). Den totala butikstäckningen i Haninge (71 %) var bättre än i Södertälje (66 %). Dock ingick fler butiker i Södertälje-kartläggningen, 39 stycken jämfört med 19 i Haninge.

Produktexempel: ekologisk välling och gröt

Ekologisk barnmat i burk är enkelt att hitta i de flesta livsmedelsbutiker, ofta i många olika varianter, däremot är det flera av de inventerade livsmedelsbutikerna i Haninge (8 butiker) som inte har någon form av ekologisk välling och gröt för de minsta barnen på butikshyllorna. Butikstäckningen för välling och gröt var bara 58 % (11 av 19). Jämfört med butikstäckningen i Södertälje på 43 % kan det ses som bra, men för en så pass känslig målgrupp som mycket små barn vore det önskvärt att butikstäckningen var högre. Dessutom är det en kolonialprodukt som är betydligt enklare att lagerhålla jämfört med färskvaror.

Butikstäckningen för välling och gröt var bara 58 %.

Om det fanns ekologisk välling och gröt var det oftast av märket Hipp. Sempers ekologiska välling- och grötprodukter var mycket ovanliga i hyllorna, trots att de dominerade i det konventionella sortimentet.

Storlek på butikerna

Storleken på de butiker som inventerats varierar från liten kvartersbutik till stormarknader. En liten butik kan givetvis inte nå upp till samma antal variationer av olika livsmedel som en stor butik. En stor variation av olika förpackningsstorlekar, märken eller sorter underlättar och motiverar konsumenten att flytta handen i hyllan och välja en miljövänlig produkt. Ett stort utbud av hållbara livsmedel lockar också miljöintresserade konsumenter till butiken.

Vi har utvecklat ett poängsystem för att kunna ranka butikerna på ett rättvist sätt, se sid 24.

5.2 Skyltning och hyllmärkning

Hur en butik skyltar sina ekologiska produkter kan ha stor inverkan på konsumentens val. En tydlig hyllmärkning av det ekologiska sortimentet ger konsumenten en bra överblick och kan vara avgörande vid valet av produkt. Genom små enkla medel kan en butik påverka konsumenten att flytta handen i hyllan och göra ett miljövänligare val vid inköpstillfället. Tydliga hyllmärkning med ordet "ekologiskt" i grön färg gör det enkelt att hitta rätt produkt. Att samla många ekologiska varor på samma ställe är ett annat sätt att göra det enkelt för konsumenten att hitta rätt. Nackdelen kan vara att konsumenten kanske helt missar den ekologiska hyllan. Ett bra sätt är att blanda in de ekologiska produkterna i det vanliga sortimentet men att ge de ekologiska varorna mer utrymme.

Fem av butikerna hade en bra hyllmärkning med tydliga etiketter vid produkterna. I resterande butiker var hyllmärkningen för liten eller ofta otydlig. Det finns förbättringsmöjligheter i samtliga butiker.

En tydlig skyltning i entrén till butikerna är också viktig för att fånga konsumenternas intresse. Willys och Coop har ofta bra och inbjudande skyltning i entréerna. En del andra butiker har

inget alls som tyder på att de har ett hållbart sortiment i butiken. Här finns en stor förbättringspotential.

5.3 Att våga ta steget

Två av butikerna hade inga av de 42 inventerade ekologiska produkter vid inventeringstillfället. Alla butiker utom fyra redovisade en ökning av det ekologiska utbudet vid den andra inventeringen. Drygt 26 % av butikerna (5 av 19) hade färre än 50 ekologiska produkter vid inventeringstillfället. Trots få ekologiska livsmedel visade dessa butikschefer stort intresse av att vilja satsa på ekologiskt och var mycket positiva till denna inventering och marknadskartläggning. En liten kvartersbutik med begränsat sortiment skulle kunna ha ett bra utbud av ekologiskt genom att konvertera produkter.

En kvartersbutik med begränsat sortiment skulle kunna ha ett bra utbud av ekologiskt genom att konvertera produkter till enbart ekologiska.

I grönsaksdisken finns produkter som skulle kunna vara enbart ekologiska såsom morötter, tomater, äpplen eller potatis. I mjölk- och mejeri-kylen skulle de ekologiska alternativen kunna dominera. Ekomatcentrums erfarenhet är att kunder ofta kan vara nöjda med att "slippa" jämföra priser (ekologiska kontra oekologiska). Om det inte finns några billiga alternativ så är det lättare för konsumenten att välja ekologiskt.

5.4 Utbudet varierar i olika bostadsområden

Genomgående hade de stora butikerna ett större antal miljömärkta livsmedel i sortimentet. Sämst är det hållbara utbudet av livsmedel i de butiker som ligger i socioekonomiskt mer utsatta områden. Där dominerar sortimentet av importerad mat från andra delar av världen. Tyvärr är nästan inga av livsmedelsprodukterna i det importerade sortimentet ekologiska i dessa butiker. De ekologiska produkter som trots allt finns i dessa butiker hittar man ofta i det europeiska sortimentet.

Tyvärr är nästan inga av livsmedelsprodukterna i det importerade sortimentet ekologiska i dessa butiker.

5.5 Faktor som kan påverka resultatet

Vi har identifierat en faktor som kan påverka resultatet av inventeringen.

- Dålig hyllmärkning bidrar till att det är svårt att hitta alla produkter. Det finns därför en möjlighet att vi kan ha missat någon eller några produkter i vår inventering.

Bilaga: Miljö- och etkmärkningar på livsmedel

Ekologiskt

EU-ekologiskt

EU har ett gemensamt system för regler och kontroll av ekologiskt producerade livsmedel 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 obligatoriskt att använda EU:s logotyp för ekologiska livsmedel som produceras inom EU. Ekologisk mat ska vara märkt med kodnumret för kontrollorganet.



<http://ec.europa.eu/agriculture/organic>

KRAV

KRAV är det svenska märket för ekologiska livsmedel. Endast företag och producenter med KRAV-certifiering får använda KRAV-märket på sina ekologiska produkter. KRAV har ibland striktare regler än EU, särskilt inom djuromsorg. Unikt för KRAV är också regler för butik, restaurang och klimatpåverkan. KRAV-reglerna begränsar användningen av tillsatser, aromer och berikningsmedel i livsmedlen. Kontroll och certifiering utförs idag av sju certifieringsbolag, som kontrollerar alla led i såväl produktion som distribution till dess att KRAV-märket sätts på produkten. KRAV-märket står för bra miljö, god djuromsorg, god hälsa, socialt ansvar. www.krav.se



Demeter

Svenska Demeterförbundet är kontrollorganisation för Biodynamisk odling i Sverige. Det är en ideell konsumentförening som kontrollerar och auktoriserar växtodling, djurhållning, slakterier, butiker, förädlare, grossister och importörer. Över 20 länder har grundat egna nationella Demeterförbund baserad på de givna internationella riktlinjerna. Demeterförbundets regler är de strängaste som finns för ekologisk produktion av livsmedel. Det övre märket är det internationella märket, det undre är det svenska. www.demeter.nu



Naturbeteskött

Naturbeteskött Svenskt sigill

Köttet kommer från kvigor, stutar och ungor som betar på svenska naturbetesmarker. Naturbetesmark kan vara hagen mellan åkermarken och skogen eller strandängarna runt sjön. Naturbetesdjuren betar minst halva betesperioden på naturbetesmarker. Under vinterperioden föds djuren upp på i huvudsak grovfoder kompletterat när det behövs med spannmål. Soja är inte tillåtet. Ekologiskt foder inget krav. www.naturbete.se

Naturbeteskött KRAV

Uppfyller samma kriterier som Svenskt Sigills naturbeteskött men foder, djuruppfödningen och slakt uppfyller dessutom KRAVs regler. www.kaprifolkott.se

Hållbart fiske

MSC

MSC – Marine Stewardship Council är en miljömärkning av viltfångad fisk och skaldjur. MSC-märkningen gynnar ett hållbart fiske och garanterar att fisken inte kommer från ett överfiskat bestånd. Fisket som kommer ifrån måste ha minimal påverkan på det marina ekosystemet och förvaltas på ett hållbart sätt. I förädlade MSC-produkter är enbart fisken MSC-certifierad, inte övriga ingredienser. www.msc.org/se



KRAV

Fisken kommer från hållbara bestånd. Fiskemetoderna ska minimera fiskets miljöpåverkan. Spårbarhet hela vägen tillbaka till fångstplatsen krävs. Fiskebåtarna ska vara miljöanpassade vad gäller motorbränsle, användning av kemikalier med mera. I KRAV-godkända förädlade fiskprodukter är alla ingredienser ekologiska, inte bara fisken. www.krav.se



Hållbart odlad fisk

ASC

ASC – Aqua Stewardship Council. Odlingen ska bevara den biologiska mångfalden genom hållbart vattenbruk och ansvarsfullt inköp av foder. Inget krav på ekologiskt foder. Ingen onödig användning av antibiotika och kemikalier. ASC kräver att ansvar tas för anställda och samhällen som berörs av vattenbruket. www.asc-aqua.org



KRAV

Liknar ASC men med strängare skrivning vad gäller miljö, läkemedel, kemikalier och spridning av parasiter. Marint foder ska komma från hållbara bestånd som vanligtvis inte användas som människoföda. Uppfyller för övrigt KRAVs allmänna regler. www.krav.se



Etiskt

Fairtrade

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, på bättre villkor och genom långsiktiga handelsavtal. De internationella Fairtrade-kriterierna garanterar odlaren ett minimipris för råvaran samt säkerställer att anställd arbetskraft får avtalsenliga löner och förbättrade arbetsvillkor. Det skapar trygghet och möjlighet till utveckling. www.fairtrade.se

