

ØKO

Dagligvarehandelen

Temabilag til nr. 20
Mai 2021

16 sider
bilag!

Emelie er klar til å inspirere

Side 10

Suksess med
norske øko-
tomater i Rema

Side 4

Mindre
svinn med
Bama
Økologisk
Side 6

Grønnsaker:
Ønsker mer
norsk vare
Side 2

Størst i
Norge på
økologisk
spekemat
Side 9

Kjedene: Velger norsk hvis vi kan

Både Rema 1000, Coop Norge og Norgesgruppen velger norske, økologiske produkter der det er mulig.

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

– Vi velger norsk så sant det lar seg gjøre. Vi er opptatt av å støtte norsk landbruk generelt, og økologisk landbruk spesielt, sier miljøsjef Knut Lutnæs i Coop Norge.

– Norgesgruppen har en klar strategi om å velge norsk når det er mulig på økologiske varer. Vi velger aldri import fremfor norsk på økoverer. Dette er blant annet fordi vi vet at våre kunder foretrekker norsk, istemmer Norgesgruppens kommunikasjonssjef Kine Søyland. Det støttes av Trond Morten Helgesen, kategoriansvarlig for ferskvarer og lokalmat i Rema 1000. Hva de har gjort for å øke norskandelen i det siste, kan du lese mer om på side 4.

– Tilgangen burde vært bedre

Tilgangen på norske, økologiske grønnsaker kommer an på sesong og årstid.

– Nå har vi nesten ingenting igjen av lagringsgrønnsaker, som dermed gjør at vi må øke importen. Men snart får vi for eksempel tomater og agurker. Generelt er den norske tilgangen litt dårligere enn den burde vært, slik vi ser det, mener Søyland i Norgesgruppen. Også Lutnæs i Coop Norge sier han gjerne skulle hatt tilgang på flere norske, økologiske produkter større deler av året.

– Vi klarer ikke alltid å tilby norske, økologiske grønnsaker på samme nivå som konvensjonelle varer, sier han.

Rema mener tilgangen er grei.

– I sommerhalvåret er tilgangen god, mener jeg, for eksempel på salater, betes og squash. Økologisk gulrot kommer senere enn den konvensjonelle, og vårt pakkeri går over til importert vare når det er tomt for den norske. Akkurat nå er det ingen økologiske gulrøtter å få tak i, beklager Helgesen i Rema 1000, men lover at de kommer i butikk så snart de er klare for å høstes.

Rema vil løfte potetsalget

– Hvorfor finnes det ikke økologiske poteter i butikkene, hverken

norske eller importerte?

– Da har du hatt uflaks. I fjor hadde vi norske, økologiske poteter gjennom hele sesongen. Vi jobber for å ha det i år også, forteller Knut Lutnæs. Ifølge Norgesgruppen finnes det alltid økologiske poteter i Meny, men for tiden er de mest sannsynlig importerte.

– Det skal være økologiske poteter tilgjengelig nå, men det er import. Poteter er en kultur det er interessant å jobbe mer med. Vi ønsker bedre kvalitet, rett og sett, og å løfte salget av økologiske poteter. Så det er noe Rema 1000 kommer til å engasjere seg i, lover Trond Morten Helgesen.

Norsk er på vei

Utvalget av økologiske grønnsaker var best i Coop Mega og Meny, men noen av de importerte varene kunne kanskje vært norske, som løk, grønnkål, gulrøtter og purre.

– Denne sesongen vil det være økologiske alternativer på stort sett alle norske grønnsaker, men de vil nok komme seint. Det kommer også godt med norske økologiske plommer i år. Alle de variantene du nevner selges kun som norsk når det fins norsk å få tak i, forsikrer Kine Søyland.

Helgesen lover flere nye produkter fra Kolonihagen i Rema 1000 i sommer, spesielt innenfor salater og rotgrønnsaker.

Coop: 62 prosent norsk

Økologisk frukt og grønt hadde en norskandel på drøyt 62 prosent i Coop i 2020, og dette tallet er relativt stabilt.

– Vi har lavere importandel innenfor økologisk enn konvensjonelt, og norskandelen er vesentlig høyere enn importert vare. Så bildet er veldig langt fra svart, mener miljøsjefen i Coop. Omsetningen er økende, og Coop «persa solid» på økologi i 2020, med en omsetning på økologisk frukt og grønt på over en kvart milliard.

I Rema 1000 er norskandelen hittil i år 5 prosent høyere enn tidligere, og ligger på 31 prosent så langt i år. Og det er før den norske vekstsesongen starter.

– Den blir betydelig høyere om noen uker, slår Helgesen fast.



Prosjektleder i Landbrukets Økoløft, Marte Guttulsrød, gleder seg over stadig større økologisk utvalg i butikk, og skulle gjerne sett at enda mer av det hadde norsk opprinnelse. Som disse urtene i Coop Mega.

Ønsker mer

Økologiske poteter var ikke å finne da vi dro på øko-safari i dagligvarebutikker på Skøyen i Oslo. Og for flere av import-grønnsakene burde det vært mulig å finne norske alternativer.

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

Dagligvarehandelen dro på øko-safari i Oslo sammen med Marte Guttulsrød i Økologisk Norge for å studere utvalget av økologiske produkter hos de tre kjedegrupperingene. Vi så spesielt etter merkene som

kjedene eier selv, og om varene var norskprodusert eller importert.

Godt utvalg

Butikkene vi besøkte (Rema 1000, Coop Mega og Meny) lå alle i samme område på Skøyen i Oslo, og ingen av dem var inspirasjonsbutikker i Landbrukets Økoløft.

Ingen av butikkene hadde økolo-

giske poteter i sortimentet. I Coop Mega og Meny var det et relativt stort utvalg av økologiske grønnsaker, mens det i Rema 1000 var mer begrenset. Likevel var det kommet flere nye, økologiske sorter inn i sortimentet til Rema 1000 siden sist Guttulsrød besøkte butikken.

Mulig med mer

Coop Mega hadde en egen hylle med økologiske grønnsaker, og her var det norske rødbeter, persillerot, kålrot, rotmik, pastinakk, spirer, blomkål og sellerirot.

Løken var fra Nederland, mens svartkålen var spansk, og grønnkål var også importert.

– Det er fullt mulig å lagre løk til nå. Det hender at jeg sammenligner med direktasalgskanalen Oslo Kooperativ her i Oslo, og derfra får jeg fremdeles norsk, økologisk løk. Og

Utgiver:

Medier og Ledelse AS
Grubbegata 14, 0179 Oslo

Sjefredaktør:

Are Knudsen
are@dagligvarehandelen.no

Bilagsredaktør:

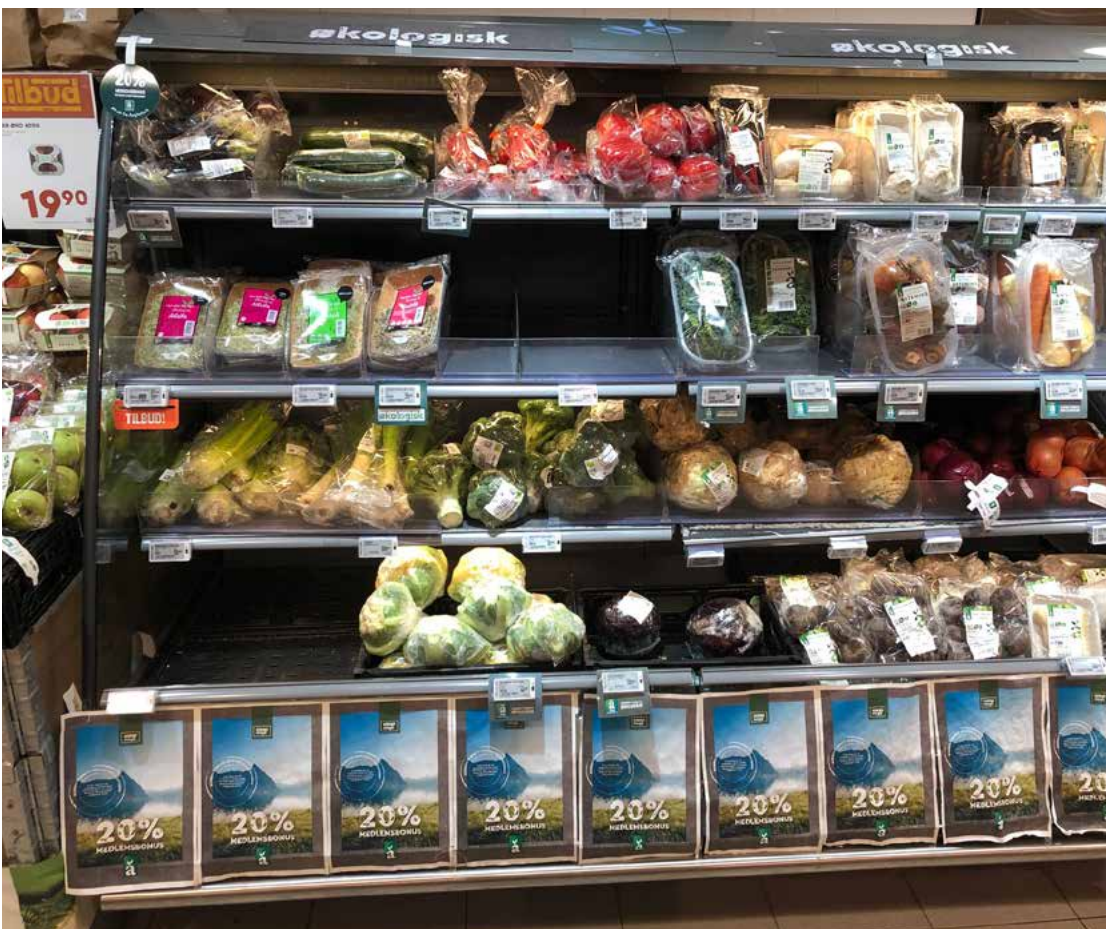
Marit Haugdahl
marit@dagligvarehandelen.no

Annonser:

Yngve Knutsen
yngve@dagligvarehandelen.no

Neste utgave:

24. august
Utgitt med støtte fra Landbruksdirektoratet



Coop Mega-butikken fikk karakteren «godkjent» av Øko-logisk Norge sin representant.

Øko-gulrøtter er en vare som Økologisk Norge gjerne skulle sett at hadde norsk opprinnelse, også i mai.

norsk øko

grønnskål, det tror jeg man kan få til nesten hele året i Norge, sier Marte Guttulsrød. Norsk, økologisk gurke-meie og hvitløk er mer problematisk, erkjenner hun.

Sopp, chili, paprika, squash og aubergine var også importert. Det samme var purre.

– Jeg vet at det har begynt å komme norsk, økologisk minipurre, sier Marte. Men det er nok vel tidlig for stangselleri og brokkoli, som var importert.

Coop Mega: Godkjent

Dommen er likevel «slett ikke ille». Og bortsett fra løken, setter hun karakteren «Godkjent».

I salathylla fant vi økologisk, importert spinat, babyleaf og ruccola.

– Det var alt. Jeg vet at man kan få tak i enkelte typer av norsk, økologisk salat nå. Her henger de litt etter, konstaterer Guttulsrød, som mener

de har hatt økologisk isbergsalat tidligere.

Kundene kunne velge mellom to ulike typer økologiske tomater, men den økologiske agurken var importert.

Meny: Flere valgmuligheter

I Meny fant vi nederlandsk rødløk, mens den gule løken hadde Nyt Norge-merke.

Hodekål, hvitkål, kålrot, sellerirot og pastinakk var norske, og vaku-umpakkede hørthe rødbeter var endog Nyt Norge-merket. Squash, spinat, isbergsalat, paprika, avokado og purre var importert, og de økologiske gulrøttene kom fra Israel.

Man kunne velge blant hele tre ulike øko-tomater, hvorav to var norske. Også øko-agurken var norsk på Meny.

Rema: Gledelig overrasket

På Rema-butikken var de travelt opptatt med å fylle på i frukt- og grøntavdelingen da vi var på besøk. Medarbeideren beklaget at de ikke hadde fått inn alle økologiske varer

som var bestilt, blant annet sitron.

– Her var en gledelig overraskelse: Kologihagen økologisk agurk fra Hanasand gård, utbryter Guttulsrød.

– Oj oj oj, der er tomater fra samme sted også. Og de er fristende i fargen. Enkelte importerte økotomater sett litt triste ut, forklarer hun.

Rema kunne også by på grønne, økologiske bananer, spinat, hvitløk, gulrøtter, stangselleri, blomkål, avokado, paprika og rødbeter. Ingen av disse var norske.

– Spinat kunne vært norsk, i veksthus. Og jeg får fortsatt norske gulrøtter med jord fra Oslo Kooperativ. Disse var fra Israel, sier Marte Guttulsrød.

Vi fant også feilmerket rødløk fra Nederland, der det på hyllekanten sto at den var norsk.

Men den gule løken var norsk. Det var også bønnespirene og spicy spiremiks.

– I Rema 1000 har de fått noe bedre øko-utvalg enn før i frukt- og grøntavdelingen, slår Marte fast.

– Men de kunne godt hatt mer, for eksempel norske, økologiske urter.

Siden sist...

Dagligvarehandelen har egne økologisider i annen hver utgave, og her er et utvalg av sakene siden forrige øko-bilag.

Kvalitet er viktigst

Kjøpmannen ved Rema 1000 Råholt, Tom Arne Bergly, tror Kolonihagen gjør lurt i å fronte kvalitet fremfor økologi i sine ferske brød.



Øko tar av på nett

Nesten annen hver matvare er nå økologisk i den danske nettbutikken Coop.dk Mad. Det synes selv danske Coop at er eksepsjonelt.



På øko-toppen

Extra Nesodden har en øko-andel på 10,9 prosent - dobbelt så høyt som den nest beste butikken i Coop Norge på økologi, Coop Mega Frogner.



Høna var ikke død

Etterspørselen etter økologisk høne er fortratt stigende, tre og et halvt år etter at en NRK-dokumentar reddet høna og fryst øko-høne fikk plass i dagligvarebutikkene.





Rema 1000: Gir kundene norsk hele året

Hos Rema 1000 Stasjonsveien eksponeres Kolonihagens økologiske cherrytomater og agurk side om side på gulvet.

Rema 1000 og Kolonihagen satser på norsk, økologisk cherrytomat og agurk av høy kvalitet året rundt.

PÅL H. CHRISTIANSEN
pal@dagligvarehandelen.no

Både tomatene og agurkene er produsert på Hanasand Gartneri på Rennesøy i Rogaland. Tomatprosjektet begynte for litt over ett år siden, og produktene ble testet ut i et mindre antall Rema-butikker før de ble rullet ut bredere nå i vår. Agurkene kom ut i butikk rett før påske.

For dårlige importtomater

– Bakgrunnen for lanseringen av de økologiske cherrytomatene var at øko-tomatene vi hadde i salg i Rema 1000 tidligere, var dårligere enn de konvensjonelle, og de var nesten utelukkende fra utlandet. Vi ville få til noe bedre og kom i dialog med Stig Jakob Hanasand om å lage en god, økologisk tomat til oss hele året, sier kategorisjef Trond Morten Helgesen i Rema 1000.

Da tomaten kom i salg i juni i fjor i et begrenset antall butikker, ble de godt mottatt, fremholder Helgesen. – Vi begynte litt smått for å sjekke responsen. Både kjøpmenn og kunder har vært veldig positive. Produksjonen ble økt over nyttår, og vi distribuerer nå tomatene til 120 butikker i hele Oslo og Midtre Østlandet, sier han.

Norsk et ekstra pluss

Tomater selger generelt godt og har høy rulling i Rema 1000. At de norske øko-tomatene fra Rennesøy

Det er positivt å produsere i Norge og det med høyere kvalitet enn import.

også går unna, er derfor ikke så overraskende.

– Kolonihagens økologiske cherrytomater passer til mye, enten det er som snacks eller i salater. Det er friskt og sunt, fremholder Helgesen. – *Hvor ligger disse tomatene prismessig?*

– Vi har laget en premium-tomat som ligger i samme prisklasse som andre premium-tomater, sier Helgesen, som mener det å selge norsk er et ekstra pluss for Rema 1000.

– Vi mener det er positivt å produsere i Norge og det med høyere kvalitet enn import fra for eksempel Nederland, legger han til.

Også når det gjelder den økologiske agurken, var det ønsket om bedre kvalitet som førte til samarbeid med Hanasand Gartneri.

– Vi tenkte også her at vi nok kunne få bedre kvalitet fra Norge, og det hele året, sier Trond Morten Helgesen.

Alltid øko-tomater å få

Kjøpmann Caroline Strutz Grimstad hos Rema 1000 Stasjonsveien i Oslo mener de økologiske tomatene fra Rennesøy er en stor forbedring i forhold til importtomatene hun hadde tilgang på før.

– Vi merker at kvaliteten på de nye tomatene er god, og at de holder seg godt ute i butikken. De er som sukkertøy og så gode i smaken at datteren min ønsker seg dem til bursdagen, smiler kjøpmannen, som er superivrig når det gjelder økologisk, og sørger for å få nye produkter så fort de er tilgjengelige.

– Jeg fikk inn de nye tomatene allerede da de kom i fjor vår. Kolonihagen-navnet har satt seg så godt hos folk når det gjelder kvalitet og smak at disse cherrytomatene ble populære veldig raskt, konstaterer hun.

Holder seg ute på gulvet

Grimstad tror kundene blir stadig mer opptatt av at det de kjøper er produsert i Norge.

– Kundene elsker at det er norske varer å få. Norske, økologiske tomat hele året betyr også bedre kon-



Rema-kjøpmann Caroline Strutz Grimstad er storfornøyd med Kolonihagen-produktene.

tinuitet for kundene som alltid finner dem i butikken, sier hun.

Hun synes også at den norske øko-agurken fra Kolonihagen er av mye bedre kvalitet enn de importerte.

– Økologiske importagurker er vanskelig å holde gode. Kolonihagens øko-agurker kan vi ha ute på gulvet ved siden av de økologiske tomatene uten at det er noe problem, fremholder Caroline Strutz Grimstad.

Vokser med Rema 1000

– Det hjelper veldig når Rema 1000 satser på norsk økologisk istedenfor import. Det setter vi pris på, sier Stig Jakob Hanasand på Hanasand Gartneri.

PÅL H. CHRISTIANSEN
pal@dagligvarehandelen.no

Økologisk står for ca. 13 prosent av tomatomsetningen til Hanasand Gartneri, men det kan bli 15–20 prosent i løpet av de neste årene, tror produsenten på Rennesøy.

– Avtalen med Rema 1000 betyr mer stabilt uttak av øko-produktene våre og høyere uttak, selvsagt. Og det er fint. Det gjør at dette er noe vi kan satse på videre, sier Hanasand, som

begynte med økologisk produksjon av tomat i 2015, og som har produsert økologisk agurk i tre år.

– *Hvorfor er dine produkter bedre enn de importerte?*

– Vi legger ned mye arbeid i å produsere best mulig kvalitet. Skal det være noe poeng i å produsere i Norge, må vi jo være best. Det har også med transport og bærekraft å gjøre. Vi må ikke glemme bort bærekraft i den økologiske produksjonen heller, mener Stig Jakob Hanasand.

Joker Marnardal: Landlig inspirasjonsbutikk

– Skal man drive butikk på landet, må man ha det kundene etterspør, sier Joker-kjøpmann Anne Lene Sangesland, som selger stadig mer økologisk.



Inspirert øko-øyeblikk på Joker Marnardal. Til høyre i bildet ser vi butikkmedarbeider Tone Marie Hageland, kjøpmann Anne Lene Sangesland og vinkende bak Brit Mjåland, som driver økologisk på Mjåland Gård.

PÅL H. CHRISTIANSEN
pal@dagligvarehandelen.no

Lokalbutikken Joker Marnardal ligger 2,5 mil fra Mandal og omsatte for cirka 20 millioner netto i 2020. En snitthandel på 230 kroner viser at lokalbefolkningen støtter lojalt opp mot nærbutikken sin og ikke bare bruker den til småhandling. Økologiske matvarer finner hyppig veien ned i handlekurven.

Lokalt øko-miljø

– Interessen for økologisk blant kundene våre er økende. Noen er spesielt ivrige med å spørre etter øko-produkter, forteller Sangesland.

Bygda har et økologisk miljø som skaper ekstra etterspørsel. Mjåland Gård like i nærheten av butikken driver økologisk med blant annet jordbær og grønnsaker. Her foregår det også økologisk andelslandbruk, som folk kommer langveisfra for å delta i.

– Vi har solgt litt økologiske jord-

bær derfra tidligere, men vi har ikke så mye lokale økologiske varer i butikken. Det hender vi sender folk opp til Brit Mjåland. Vi er opptatt av å støtte opp om de lokale bøndene, fremholder kjøpmannen.

Øko-epler og sitroner på topp

Grønnsaker og frukt er det som selger best av økologisk hos Joker Marnardal. Epler og særlig sitron er bestselgere.

– Kundene kjøper økologisk, usprøytet sitron for å kunne bruke skallet i matlagingen. Det er mye dyrere enn vanlig sitron, men vil de ha det, så vil de ha det, sier Sangesland.

Det er gøy at en butikk på landet stikker seg ut når det gjelder å selge økologiske varer.

– Hva synes du om å ha blitt økologisk inspirasjonsbutikk?

– Det er gøy at en butikk på landet stikker seg ut når det gjelder å selge økologiske varer. Vi prøver så godt vi kan å ta inn det kundene vil ha, og er opptatt av at det skal være av bra kvalitet, sier Sangesland, som selv har ansvaret for økologisk frukt og grønt, mens medarbeider Tone Marie Hageland tar seg av meierivarene.

Fremhever økologisk frukt og grønt

Sangesland står fritt til å ta inn det hun vil av øko-varer, men plasen begrenser antallet produkter i hyllene. Foruten økologisk frukt og grønt, er det særlig meierivarer som melk og rømme kundene er opptatt av.

– Er det noen øko-varer du savner i sortimentet?

– Generelt kunne jeg tenke meg større utvalg, og særlig av frukt og grønt. Der er det også litt ujevn tilgang, så det er ikke alltid vi får det vi

ønsker. Det vi kan gjøre, er å fremheve produktene og lage fine eksponeringer så de kommer bedre frem, sier hun.

Det viktigste butikken gjør for å skape interesse for økologiske varer, er å samle alt av frukt og grønt på et sted.

– Vi har lagt om fruktavdelingen og laget mer fokus på norsk der det er mulig. Den økologiske frukten og grønnsakene ligger i en disk for seg selv, mens andre øko-varer står sammen med de konvensjonelle på vanlig hylleplass.

Tror øko-trenden vil fortsette

Før pandemien pleide butikken å tilby smaksprøver på økologisk frukt og grønt.

– Vi har også hatt plakater som forteller om økologiske varer, og har tenkt å lage noen flere nå som det har blitt litt ekstra fokus på det økologiske, sier Sangesland.

– Hva tror du om fremtiden for økologi i dagligvarehandelen?

– Jeg tror at økologisk bare vil øke fremover. Det ser vi jo på interessen her hos oss. Da vi begynte for litt over ti år siden med økologisk frukt og grønt, sto det ikke på bestillingslisten til Bama i det hele tatt. Vi måtte ringe inn og bestille økologisk spesielt. Nå står det på listene, og jeg tror det er en trend som er kommet for å bli, spår Anne Lene Sangesland.

JOKER MARNARDAL

- Beliggenhet: Agder
- Kjøpmann: Anne Lene Sangesland
- Omsetning: Ca. 20 millioner netto
- Salgsflate: 250 kvm
- Antall ansatte: 7-9
- Snitthandel: 230 kroner



Varemerket Bama Økologisk settes på nesten alle typer økologisk frukt og grønt som kundene etterspør.

Bama vil ha ned økosvinnet

Bama Økologisk er frukt- og grøntkjempens varemerke for økologiske produkter. Det skal gi økt synlighet, bedre rullering og lavere svinn i frukt- og grøntdiskene.

CHRISTIAN DIETRICHSON
christian@dagligvarehandelen.no

–Med Bama Økologisk ønsker vi å forbedre rulleringen og halvere svinnnet innenfor økologisk frukt og grønt, som dessverre er høyere enn svinnnet innenfor konvensjonell frukt og grønt, sier Alvild Hedstein, direktør for bærekraft og innovasjon. De økologiske produktene rullerer ikke like godt som de konvensjonelle. Dermed blir det høyere svinn.

Kan settes på alle produkter
Bama introduserte Bama Økologisk som varemerke i juni i fjor.

– Med det fikk vi et varemerke som kan settes på produkter til alle kunder, noe som gir større fleksibilitet, fremholder Alvild Hedstein.

Før det hadde de økologiske produktene til Bama først og fremst kundespesifikke varemerker.

I tillegg til varemerket har alle Bamas øko-produkter det offisielle ø-merket til Debio.

– Hvilke krav stiller dere til produkter som er merket med Bama Økologisk?

– Bama Økologisk har kun sertifiserte, økologiske produkter som er i tråd med myndighetskravene.

Tilgangen kan svikte

– Bama Økologisk dekker nesten alle kategorier som forbrukerne ønsker seg av økologisk frukt og grønt, sier Hedstein.

Det betyr bred dekning innenfor en av de større varegruppene i dagligvarehandelen. Innenfor noen små kategorier vil varemerket ikke være å finne, kanskje fordi etterspørselen er for lav eller fordi tilgangen svikter. I fjor var for eksempel norske, økologiske plommer vanskelige å oppdrive.

Introduksjonen av Bama Økologisk har gitt frukt- og grøntkjempen mulighet til å redusere antall økologiske



– Med bedre rullering ser produktene mer fristende ut, sier Alvild Hedstein, direktør for bærekraft og innovasjon i Bama.

varelinjer fra 260 til 60. Der man før for eksempel hadde tre varelinjer for agurker, kan man nå sitte igjen med én.

Vekst på linje med varegruppens

Pandemien gjorde det vanskeligere å sette Bama Økologisk på alle aktuelle produkter fra introduksjonen av varemerket. Det ble derfor satt på de ulike produktene skritt for skritt, noe som har gjort det vanskelig å beregne effekten av varemerket på det totale salget og svinnet av økologisk frukt og grønt.

– Men det ser ut til å ha en effekt på svinnet, forsikrer Alvild Hedstein.

Salgskurven for Bama Økologisk har pekt oppover, på linje med den generelle økningen for frukt og grønt i dagligvarebutikkene. Stangselleri, agurker og tomater er noen av produktene som har hatt en pen økning i marsifarten.

En del av økningen til Bama Økologisk må tilskrives koronaen og dens sterke virkning på veksten i dagligvarehandelen. Hvor mye som kan

tilskrives varemerket eller viruset, er imidlertid vanskelig å si.

Friste enda mer

Økologisk mat er for de bevisste. Disse og sikkert også andre, har gitt Bama gode tilbakemeldinger om Bama Økologisk, synes man i Bama-leiren.

Prisene på øko-produkter er jevnt over høyere enn prisene på konvensjonelle.

– Vil Bama Økologisk kunne påvirke oppfatningene som prisforskjellene kan skape?

– Ja, med bedre rullering ser produktene mer fristende ut. Det har betydning; man kjøper jo frukt og grønt i stor grad med øynene, svarer Alvild Hedstein.

Med øko-varemerket skal det bli enda lettere å oppdage de økologiske produktene i frukt- og grøntdiskene.

– Har Bama Økologisk kommet for å bli?

– Det håper vi, men det avhenger naturlig nok av forbrukernes respons, påpeker Alvild Hedstein.

Lidl hjelper biene

I samarbeid med Danmarks Biavlerforening starter Lidl Danmark prosjektet «Lidls Bidrag», som skal være med å sikre bedre forhold for bestøvende insekter i landet.



Lidl oppfordrer nå dansker til å bli mer bie-vennlige sammen med dem og starter opp med en rekke initiativer og aktiviteter som skal styrke det biologiske mangfoldet.

Akkurat som i Norge er insektenes levestandard i Danmark under press, noe som kan få konsekvenser for ville og dyrkede planter som er avhengige av bestøving.

Et av kjedens tiltak handler om å utvikle et større utvalg av blant annet dansk honning, økologiske

varer og bie- og insektvennlige planter til hagen.

– Som en dagligvarekjede med stort fokus på frukt og grønt, er vi helt avhengige av et rikt biologisk mangfold og sunne økosystemer. Derfor har vi et stort ansvar for å gjøre vårt for bienes og andre insekters levestandard, forklarer Rasmus Pape, innkjøpsdirektør i Lidl Danmark i en pressemelding.

75 prosent av verdens avlinger er mer eller mindre avhengig av bestøving fra bier og andre insek-

ter. Initiativet fra Lidl ble annonsert den 20. mai, som er utropt som internasjonal bie-dag.

Lidl vil legge til rette for flere naturlige oppholdssteder for bier og andre insekter ved kjedens butikker og lagre, som å plante trær, blomster og planter utenfor opp til 25 prosent av alle kjedens butikker i Danmark. Lidl lover også at de vil gjøre en innsats for læring og informasjon om bienes enorme betydning for økosystemet og verdens matforsyning.

EU-dom setter endelig stopp for tilsetningsstoff

Etter en årelang kamp i tyske domstoler, og nå også i EU-domstolen, har den tyske produsenten Natumi tapt en sak om å tillate et tilsetningsstoff i økologiske produkter.

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

EU-domstolen har nå avgjort en sak etter 16 år i rettsapparatet, og har slått fast at det ikke er tillatt å tilsette kalsium utvunnet fra alger i økologisk plantedrikke. Det skriver okologi.dk, som siterer Courthousenews.com.

Tilbake i 2005 ba myndighetene den tyske matvareprodusenten Natumi om å slutte å tilsette kalsium fra algen Lithothamnium calcareum i sine økologiske soya- og risdrikker. Årsaken er at myndighetene anser produktet som et mineral, ikke som et spiselig næringsmiddel.

del. Natumi argumenterte på sin side med at det her var snakk om et naturlig forekommende produkt, og tok saken til domstolene. Til slutt havnet saken i EU-domstolen, der produsenten også tapte. EU-domstolen mener at siden algen ikke er økologisk produsert, så vil det undergrave økologiforordningen hvis man tillater tilsetning av mineraler i økologiske næringsmidler.

Saken påvirker flere europeiske øko-produsenter som også bruker kalsium fra denne algen i sine produkter, ikke minst Alpro, som er godt kjent også i Norge.



FOTO: ISTOCK

Irma vil ekspandere

Dagligvarekjeden med høyest økologiandel i Danmark drømmer nå om flere butikker.

Irma, Coops økologiske flaggskip i Danmark, har nye folk i toppledelsen, noe som har høynet ambisjonsnivået. Coops grønne lillesøsters ekspansjonsplaner skal omfatte enda et forsøk på å få fotfeste utenfor Sjælland.

Jan Larsen, som nylig tok over som salgs- og driftsdirektør, forteller om planene til danske Dagligvarehandlen. Han har tidligere arbeidet 29 år i kjeden, men har de siste årene vært tilknyttet Føtex-kjeden.

Irma har en økologiandel på hele 37,8 prosent, ifølge GfK ConsumerScan. Nå skal Larsen og hans kollegaer foreta et større «serviceettersyn», som inkluderer både sortiment og prisnivå.

Irma har redusert antall butikker de siste årene, fra 82 til 68, men har nå planer om å åpne mellom fem og ti nye butikker i og rundt København i løpet av fem år – i tillegg til at Larsen vil nå noen av Danmarks større byer utenfor Sjælland.



FOTO: IRMA

dato: 1. september 2021
tid: 09:30–15:30
sted: Litteraturhuset,
Oslo / digitalt

MAT & MARKED 2021

Årets tema: Mat- og serveringsbransjen etter koronaen

**Meld deg på før
20. juni og få 300
ekstra i rabatt!**



Få med deg blant andre direktør
Petter Haas Brubakk i NHO Mat
og Drikke og direktør **Øyvind**
Fylling-Jensen i Nofima

700,- AVSLAG FOR ALLE ABONNENTER!
Bestill minst 5 billetter og få 20 % rabatt

Pris billett: 2.900,-
Pris nettbillett: 2.400,-
Prisene er eks. mva.

matindustrien.no/mat-marked

Arrangeres av fagbladene Matindustrien,
Dagligvarehandelen, Reiseliv & Convenience



Spørsmål? Ring oss på 24 077 007 eller e-post abo@medierogledelse.no

Gå til
påmelding:





Ask Gård Foredling AS utvider i juni produksjonsanlegget med 1000 kvadratmeter som er spesialdesignet for produksjon av italiensk spekemat.

Korona ga Ask megavekst i Meny

Da pandemien rammet Ask Gård i mars i 2020, åpnet det seg nye muligheter i Meny-kjeden. Nå satser spekematprodusenten stort i nye lokaler og med nye produkter.

PÅL H. CHRISTIANSEN
pal@dagligvarehandelen.no

Det ble bråstopp i salget til restaurantmarkedet da den første nedstengningen kom i fjor. Mer enn 70 prosent av salget vårt gikk den veien og vi lurte på hva vi nå skulle gjøre. Skulle vi ligge lavt en stund eller satse?, forteller daglig leder Kristoffer Evang i Ask Gårdsforedling AS til Dagligvarehandelen.

Hell i uhell

Siden den spede begynnelsen i 2014 har omsetningen av Ask Gårds italienskinspirerte økologiske spekesnabber og andre produkter økt

At våre produkter skal være Debio-merket vil ikke være det viktigste for oss.

fra 0 til 11 millioner kroner. Priser og skryt fra inn- og utland har kommet på løpende bånd, og etterspørselen ble etter hvert så stor at det har vært umulig å levere nok varer. Bedre ble det ikke da salget i Meny eksploderte og økte med 220 prosent i fjor.

– Tilfeldighetene ville det slik at vi nettopp hadde begynt å levere over Ask i februar og var i frivillig sortiment i rundt 150 butikker i Meny. Logistikken var på plass, og da Meny også åpnet opp for å støtte norske lokalmatprodusenter og bønder som var rammet av pandemien, ble etterspørselen ekstrem. Kunder ringer oss nå direkte og spør om det virkelig er sant at vi ikke kan levere nok, sier Evang.

Ser mot utlandet

Dermed tok familiebedriften på Hadeland for et års tid siden beslutningen om å gå «all in» og satse stort for fremtiden. Produksjonen ble opprinnelig etablert i et 24 kvadratmeter stort stabbur på selve Ask Gård, og raskt utvidet med et 160 kvadratmeter nybygg, som året etter ble til 210 kvadratmeter.

Nå står et nybygg på 1.000 kvadratmeter klart 10 minutters kjøretur unna, like ved E16 mellom Hønefoss og Jevnaker.

– Vi har investert 20 millioner kroner og dette inkluderer en tomt på 4,8 mål som gir gode utvidelsesmuligheter senere. Vi får en kapasitet på 300 tonn spekemat og regner med en omsetning på 15 til 16 millioner kroner i år, og en rask vekst videre mot 30 millioner, fremholder Evang, som ikke er fremmed for tanken om å kunne eksportere norsk spekemat til utlandet i fremtiden.

Debio-merket ikke så viktig

Ask har fra starten i 2014 bygget sin virksomhet på de tre kjerneverdiene

bærekraftig produksjon, godt håndverk og dyrevelferd. Bedriften er en del av en familiegård på 230 mål med 150 vinterfødte økologiske sauer. Lam og sau fra gården benyttes i produktene, i tillegg til frilandsgris fra andre gårder. Produktene har til nå fortrinnsvis vært Debio-merket, men slik vil det ikke nødvendigvis bli i fremtiden.

– At våre produkter skal være Debio-merket vil ikke være det viktigste for oss. Vi velger heller det som er mest bærekraftig. Vi har nå for eksempel samarbeid med seks bønder på frilandsgris. Fire av disse produserer økologisk, mens to av dem bare leverer frilandsgris, sier Kristoffer Evang.



Daglig leder Kristoffer Evang i Ask Gård Foredling har opplevd en fantastisk vekst i omsetningen i dagligvare det siste drøye året.

Lanserer skivet pølse

Med lansering av skivet pølse i september vil Ask Gård ta en jafs av det store hverdagsmarkedet for norsk spekemat.

PÅL H. CHRISTIANSEN
pal@dagligvarehandelen.no

Hovedomsetningen til Ask Gård Foredling er i dag i de seks variantene av italienskinspirerte pølsesnabber som finnes i dagligvare, mens produkter som spekt nakke, pinnekjøtt og fenalår er mindre spesialiteter som fortrinnsvis finner sine kjøpere i andre kanaler.

– Til høsten beveger vi oss fra «helg og kos»-segmentet og mot «hverdags-premium» ved å tilby et alternativ til alle som vil løfte hverdagspølsen et hakk. Vi har sett at det finnes svært lite økologisk kjøttpølegg på markedet og at det derfor er et hull å dekke her. Skivet pølse er mer brukervennlig både på brødskeen, men også til pizzaen og andre ting, fremholder Kristoffer Evang.

Pølsene som kommer i skivet form er bestselgerne Passe og Slegge. Slegge er en picante salami med sort pepper, chili og cayenne, som vant Det Norske Måltid 2018 og også er kåret til Årets Matspire. Passe er en fennikel-salami med grønn pepper.



Ferskvarerjef Emelie Siverby synes det er gøy at Coop Mega Sjølyst har fått status som inspirasjonsbutikk i Landbrukets Økoløft.

Coop Mega Sjølyst: Emelie vil inspirere

Coop Mega Sjølyst ble nylig inspirasjonsbutikk i Landbrukets Økoløft. Ferskvarerjef Emelie Siverby tar oppgaven på strak arm.

ARE KNUDSEN

are@dagligvarehandelen.no

I fjor utgjorde salg av økologiske varer 3,2 prosent av den totale omsetningen i Coop Mega, hvilket er den høyeste øko-andelen i norsk dagligvarehandel. Enkelte butikker bidrar ekstra godt til øko-salget, som Coop Mega Sjølyst i Oslo. De kan slå i bordet med en øko-andel på 4,4 prosent i 2020.

– Og hittil i år er den enda høyere. I perioden januar-april lå den på 4,9 prosent, forteller butikksjef Angela Vasgård.

Inspirasjonsbutikk

Sist måned fikk butikken status som «inspirasjonsbutikk» i Landbrukets Økoløft, og dermed en av spydspisene i arbeidet med å øke salg og konsum av økologiske varer – i tråd med myndighetenes uttalte mål.

– Vi ble spurt av kjeden om det var noe vi hadde lyst til å være med på, og syntes det høyt spennende ut, for-

teller ferskvarerjef Emelie Siverby.

– Hva innebærer det i praksis?

– At vi skal gå foran og våge å satse litt. Vi skal ha godt utvalg og solid varetrykk, og forhåpentligvis inspirere andre butikker til å følge etter, sier ferskvarerjefen.

På endereoler

Og godt utvalg og solid varetrykk er nettopp det som kjennetegner øko-utbudet i butikken på Sjølyst. Økologiske varer har fast plass på flere endereoler, i tillegg til at de finnes blant ordinære produkter i nær sagt alle kategorier.

– Etter nyttår og frem mot våren, når det egentlig ikke er sesong for noe spesielt, hadde vi økologisk på fjorten endereoler. På den tiden av året er det mange som blir ekstra

Det er mange som spør etter økologiske varer.

opptatt av helse, kanskje har de litt dårlig samvittighet etter all julematen, og da passer det fint å fronte økologisk, fastslår Vasgård.

– Er kundene ekstra opptatt av økologisk her på Oslos vestkant?

– Det er de nok. Det er mange som spør etter økologiske varer, forteller Siverby.

Små leverandører

De klart største økologiske kategoriene i butikken er frukt og grønt, flytende meieri og egg. Deretter følger tørrvarer, brød og ost. På merketoppen ruver Coops egen øko-serie Ånglamark, mens leverandører som Rørrosmeieriene og Sana Bona gir viktige bidrag til utvalget.

– I tillegg er det veldig mye økologisk i lokalmatavdelingen, sier ferskvarerjefen, som kan by på økologiske pølser, oster og mye mer.

– Mange av øko-leverandørene er små; kan det by på utfordringer?

– Jeg synes samarbeidet med leverandørene er veldig bra, og de

stiller opp når det behøves. Det hender jo at de kan få problemer med å levere nok hvis det har gått mye av noe en periode, men det opplever jeg at kundene har stor forståelse for, sier Emelie Siverby.

Flere varer

– Er det noen konkrete produkter du savner i øko-sortimentet?

– Egentlig ikke, men jeg vil veldig gjerne ha flere varer, så jeg skulle ønske enda flere ville satse på økologi. Vi har fortsatt plass til flere produkter i hylla, smiler Siverby.

– Hvordan ligger økologiske varer an prismessig?

– Tidligere kostet de mer, men nå har prisforskjellene jevnet seg veldig ut. Og det er bra, for da er terskelen for å velge økologisk mye lavere, fastslår hun.

Datoen er ennå ikke fastsatt, men det foreligger ombyggingsplaner på Coop Mega Sjølyst. I skissene for den nye butikk-layouten har lokalmaten fått betydelig mer plass.

– Det gleder jeg meg til, da blir det enda mer økologisk, også, forsikrer Emelie Siverby.



De siste årene har øko-utvalget hos økt betraktelig. Enten du har behov for økologisk kokosmel eller øko-deodorant, så finner du det hos Coop Mega Sjølyst.

Spar Tjøme: Kundene er mer opptatt av økologiske varer

For første gang er Spar Tjøme med som inspirasjonsbutikk i Landbrukets Økoløft. Butikksjef Ailin Bruteig Huse synes det er stas å være med.

MARTINE FURULUND

martine@dagligvarehandelen.no

– Vi har blitt nominert fra kjeden sentralt, så det tyder på at vi gjør noe som har blitt lagt merke til, sier Bruteig Huse.

Hører på kundene

Butikken ønsker å tilby økologiske varer året rundt. Ettersom mange av kundene kommer fra utenfor Tjøme i høysesongen, opplever butikken betydelig større etterspørsel gjennom deler av året.

– Dette ønsker vi å etterfølge, og har derfor et stort utvalg og tar inn det kundene ønsker, sier Bruteig Huse, som ikke er redd for å teste nye økologiske varer i butikken.

– Som del av en kjede, har vi et grunnsortiment, men vi har også mulighet til å ta inn egne varer. Da bruker vi lokale leverandører så langt det lar seg gjøre.

Nysgjerrige

Spar Tjøme i Færder kommune tilbyr økologiske alternativer i nesten alle varekategorier. Som inspirasjonsbutikk tror Bruteig Huse at flere kunder blir nysgjerrige på hva butikken har å tilby.

– Tittelen kan bety mye for oss. Nå er det korona, og muligheten for å tilby demo og smaksprøver er borte. Det er normalt en viktig del av det å inspirere kundene. Nå må vi inspirere kundene med utvalg og eksponeringer.

Økende øko-salg

Butikken opplever at kundene er mer opptatt av økologiske varer, og også i større grad etterspør dette. Ifølge butikksjefen har øko-salget fra 2019 til 2020 vært økende, og spesielt når det gjelder produkter fra dyr.

– For eksempel har kjøtt, egg og melk hatt en kjempeøkning. Enkelte produkter har hatt en økning på opp-

til 75 prosent. Jeg trodde grønnsaker også skulle ha en større økning, men den er ikke like stor som hos kjøtt og egg, sier butikksjefen, som forteller at det er flere som har fått øynene opp for økologiske varer, men det er øko-bevisste barnefamilier og unge voksne som i hovedsak handler økologiske varer hos dem.

Framover kommer Spar-butikken til å ha et enda større fokus på økologiske varer for å vise at de er en inspirasjonsbutikk.

– Det vil forhåpentligvis vise seg på salget. Jeg håper også at vi får åpnet opp for at kundene kan smake på produktene.

Enkelte produkter har hatt en økning på opptil 75 prosent.



Rema 1000 Vulkan og kjøpmann Marius Børresen var den første inspirasjonsbutikken vi skrev om vinteren 2020. Butikken er med også i år.

Landbrukets Økoløft: Inspirasjons- butikker 2021

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

Inspirasjonsbutikkene i Landbrukets Økoløft var en nyvinning i 2020, som var det siste driftsåret i den første femårige prosjektperioden.

Landbrukets Økoløft har vært en suksess, og har fått midler til å fortsette med samme plattform og økt fokus på markedet. I prosjektet skal man de neste årene se mye på hele verdikjeden, og da er inspirasjonsbutikkene tiltenkt en viktig rolle.

Coop, Norgesgruppen og Rema 1000 velger selv ut butikkene som skal fronte norske, økologiske varer i butikk.

Ideen til inspirasjonsbutikkene i Landbrukets Økoløft er i stor grad basert på suksessen med de 30 inspirasjonsbøndene som har delt av sine erfaringer de siste årene.

Landbrukets Økoløft er et samarbeid mellom Norges Bondelag, Norsk Bonde- og Småbrukarlag, Debio, DebioInfo, Norsk Landbruksrådgiving, Fylkesmannen og Økologisk Norge. I dette prosjektet, som startet i 2016, gikk landbruket for første gang har sammen om å arbeide for økt økologisk matproduksjon i Norge. Landbrukets Økoløft administreres av Økologisk Norge.

Disse butikkene er foreløpig bekreftet som Inspirasjonsbutikker i Landbrukets Økoløft i 2021:

Coop Norge

- Coop Mega Madla
- Coop Mega Carl Berner, Oslo
- Coop Mega Frogner, Oslo
- Coop Mega Aker Brygge, Oslo
- Coop Mega Sjølyst, Oslo
- Coop Mega Kolbotn

Rema 1000

- Rema 1000 Vulkan, Oslo
- Rema 1000 Stasjonsveien, Oslo
- Rema 1000 Byåsen, Trondheim
- Rema 1000 Råholt, Eidsvoll
- Rema 1000 Nattland, Bergen

Norgesgruppen

- Spar Jølstrholmen, Vassenden
- Spar Holsfjorden, Sylling
- Spar Tjøme
- Spar Tåsen, Oslo
- Meny Ringnes Park, Oslo
- Meny Tangen, Nesodden
- Meny Solsiden, Trondheim
- Joker Marnardal



Hos butikksjef Ailin Bruteig Huse ved Spar Tjøme er det i hovedsak øko-bevisste barnefamilier og unge voksne som handler økologiske varer. Foto: Spar Tjøme



Markus Hustad er konstituert
daglig leder i Økologisk Norge.
Foto: Marte Guttulsrød



Krever mer øko-mat produsert i Norge

Stortinget har en gyllen mulighet til å gi bøndene et inntekstløft, og samtidig styrke kravene til økologisk matproduksjon i Norge. Dagens nivå er verken til å leve med eller av.

I koronaåret 2020 har etterspørselen etter økologiske varer skutt i været. Tiden vil vise om det er en varig endring, men faktum er allerede at produksjonen i Norge ikke holder tritt med etterspørselen. Det er et paradoks at Norge ikke klarer å levere egenproduserte øko-varer når forbrukeren ønsker det.

Et rettmessig opprør fra bønder som krever høyere lønnsinntekt for jobben sin har i år fått selskap av et bredt folkeengasjement. Det er positivt at flere engasjerer seg og står på bøndenes side når politikerne skal bestemme seg for sine satsinger. Det heier vi på i Økologisk Norge, og håper Stortinget nå ønsker å satse på landbruket.

Økologisk er en spydspiss
Vi heier også på at landbruksor-

ganisasjonene i sitt krav til staten tydelig anerkjenner at det er behov for en forsterking og videreutvikling av norsk økologisk landbruk. Vi er enige om at økologisk landbruk er en spydspiss for et mer miljøvennlig og bærekraftig landbruk.

Mange av tiltakene i landbrukets krav ville bidratt positivt ved at økologiske bønder også drar nytte av en generell inntektsøkning og tiltak som å øke beitebruk, tiltak for jordhelse og investeringsstøtte for å innfri løsdriftskrav. Flere foreslåtte tiltak er

Norge mangler ambisjoner for økologisk produksjon og resultatet blir deretter.

også direkte knyttet til øko-produksjon og verdikjeder for korn og melk.

Det er viktig å få tilgang til statistikk for import av økologiske varer. Målsettinger for offentlig innkjøp vil bidra til stabile markeder og bidra til å løse flaskehalsen i produksjonen.

Statens tilbud var like tydelige på at økologisk landbruk bidrar for landbruket i helhet, men tiltakene setter lista lavt. Blant annet foreslås det å kutte i støtten til fagmiljøene knyttet til det økologiske rådgivningsapparatet. Det vil svekke hele landbruket på sikt.

Langt unna nabolandene

Nå har Stortinget mulighet til å sette økologisk produksjon i posisjon til å møte etterspørselen i markedet. Landbruksminister Olaug Bollestad ønsker at norsk økologisk produksjon skal følge markedet, en vag formulering, ikke minst når det ikke innhentes tall på norsk økologisk omsetning. Landbruket har i sitt krav ønsket seg konkrete mål, en økning på 25 prosent over fem år. Dette leder til et totalt øko-areal på under 7 prosent i 2026, fra dagens 4,6 prosent, ifølge Debio.

Tilsvarende tall fra Sverige er på 20 prosent, Finland 13 prosent og Danmark nær 11 prosent. Målene er enda høyere. EU har lansert mål om

at minst 25 prosent av jordbruksarealet drives økologisk innen 2030. Norge mangler ambisjoner for økologisk produksjon og resultatet blir deretter.

Unødvendig import

Dette leder til en betydelig import av økomat vi kunne produsert her i Norge. Mens nabolandene skriver eksportstrategier knyttet til sin øko-produksjon vet vi selv knapt hva vi importerer. Den økende etterspørselen i markedet er en unik mulighet for norske bønder til å produsere

mat forbrukeren vil ha. Det vil samtidig bidra til å dra landbruket i en mer bærekraftig retning. Importen gir tap av en verdiskaping landbruket trenger.

Trenger en plan

Vi mener det haster med en solid satsing på norsk økologisk produksjon, og at et mål og en konkret plan er veien å gå. Økologisk Norge har i år spilt inn krav om at målet på 15 prosent produksjon og forbruk av norsk økologisk mat må gjeninnføres. Det er lavt sett i lys av våre naboland, men likevel ambisiøst ut fra dagens situasjon i Norge.

Landbruksministeren fikk ikke landbruket i dialog. Nå har Stortinget mulighet til å endre på den totale rammen til landbruket, og ikke minst mulighet til å sette en ny standard for arbeidet for økt økologisk produksjon og bedre inntjening for økobøndene. Framtiden til landbruket trenger begge deler.



Den økende etterspørselen i markedet er en unik mulighet for norske bønder til å produsere mat forbrukeren vil ha, mener kronikkforfatteren, som norske, økologiske plommer.

Smaken av øko i butikk:

Nytt navn – foreløpig uten aktivitet

Økodemo i butikk har skiftet navn, men ellers er det fint lite som har skjedd på demo-fronten så langt i år. – Vi ser virkelig frem til den dagen vi har muligheten til å komme ut i butikk igjen, sier prosjektleder Cathrine Andersen i Økologisk Norge.

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

«Smaken av øko i butikk» er det nye navnet på demo-prosjektet som i mange år har gledet norske forbrukere med smaksprøver og informasjon om norske, økologiske produkter i butikk.

Foreløpig forbud

– Ja, navnet er nytt i år, men foreløpig er det ingen aktivitet. Dette er veldig kjedelig både for kunder, butikker og produsenter, selv om det er forståelig, sier prosjektleder Cathrine Andersen.

Det er selvfølgelig pandemien som har satt en stopper for mat-demonstrasjonene.

– Så lenge det er begrensninger i antall besøkende i butikk, vil både Coop og Norgesgruppen foreløpig forby demoer i butikk. Og ubetjent demo er i hvert fall ikke lov, da har man ingen kontroll på hva folk tar på, og alle smaksprøver må i det minste være innpakket, sier Andersen.

Etter mer enn tre måneders koronapause, kunne det som da het Økodemo i butikk endelig starte opp igjen i juli i fjor, og holdt på til den nye nedstengningen kom i november.

Unik presentasjonsform

2020 fikk en kort demo-sesong fra juli til november, men de rakk å gjennomføre 147 av de planlagte 240 demoene i løpet av denne perioden.

– Vi rakk overhodet ikke alle vi hadde planlagt det året, men jeg synes vi var ganske effektive når vi

fikk gjennomført nesten 60 prosent, oppsummerer Andersen, som savner opplevelsen av å treffe kundene i butikk.

– Butikkdemoer er unikt, man får prøve noe nytt, kjenne tekstur, lukt og smak. Det er en unik måte å presentere produktene på som ikke er så lett å gjøre digitalt, slår hun fast.

Alle de 15 produsentene fra i fjor er fortsatt med.

– Alle de involverte ser bare frem til å komme i gang så fort det åpner seg en mulighet. Vi er bare nødt til å ha tålmodighet og vente. Dette er jo helt utenfor vår kontroll.

Kun positive reaksjoner

Mellom første og andre nedstengning, altså fra sommeren til november, opplevde demo-personellet å få unormalt mange positive tilbakemel-

dinger fra kundene.

– Mange så dette som et etterlengtet tegn på normalisering, og synes det var veldig positivt. Og vi fikk kun gode tilbakemeldinger. Det var ingen som reagerte på at vi hadde startet opp igjen, forteller hun.

Øko-demoene i 2020 ble gjennomført i tråd med alle gjeldende koronarestriksjoner, med minst én meters avstand til bordet, kun få smaksprøver av gangen og egne skåler med skje eller gaffel til alle. I pausene måtte alt ryddes bort. Antibac sto parat til alle, og demo-personell brukte munnbind og hansker.

– Tiltakene ut over normal hygiene var egentlig porsjonsskåler og avstand, konkluderer demo-sjefen.

– Gleder oss veldig

Demoer og smaksprøver skaper akti-

vitet i butikk og bidrar til økt salg.

– Det er vinn-vinn for både produsent og butikk, og en god salgshjelp, slår Cathrine Andersen fast.

Når Smaken av øko i butikk kan starte opp er det ingen som vet.

– Men vi gleder oss veldig, og ser virkelig frem til den dagen vi har muligheten til å komme ut i butikk igjen. Til å endelig promotere norske, økologiske produsenter med gode råvarer og produkter av god kvalitet, laget med godt håndverk. Vi gleder oss til å servere smaksprøver, treffe kunder og butikkansatte og til å være der for produsentene, utbryter hun, og innrømmer at de også er spente på mottakelsen fra kundene.

Butikkdemoer er unikt.



(f.v) Kunde, demonstrator Marit Lier og prosjektleder for Smaken av øko i butikk, Cathrine Andersen i kjent positur i butikk. Bildet er tatt i 2019, før korona.

Produkt-nytt:

Tips oss om produkt-lanseringer!

marit@dagligvarehandelen.no



Rabarbra-drikk

➔ Rynkeby
Økologisk
Rabarbradrikk 200ml er
en nyhet fra Foodbroker.



Bringebærsorbet

⬆ Kolonihagen Bringebærsorbet er en frisk, økologisk og vegansk bringebærsorbet med en undertone av lakrisrot. Söt og litt syrlig, og deilig forfriskende i sommervarmen, mener produsenten. Tilgjengelig i alle Rema-butikker.

Prince Charles Forsvarer småbruk og samvirke

Prins Charles, en av Storbritannias største landeiere, har rykket ut med et forsvar av hvor viktige små familiebruk er i et bærekraftsperspektiv.

Den 72 år gamle prinsen har skrevet et innlegg i den britiske avisa The Guardian. Nr. 2 i den britiske arverekken er en av de største jordeierne i Storbritannia gjennom titlene som Prince of Wales og Duke of Cornwall. Blant annet driver han også økologisk jordbruk på familieresidensen Highgrove

House i Sørvest-England.

«Familiebruk er ryggraden for vår landsbygd», skriver arveprinsen under tittelen «Small farms have a huge role to play in our sustainable future», ifølge Nationen.

Prinsen minner om at bak de fleste av disse brukene står det en eller to personer, og han tar til orde for et større samarbeid mellom gårdene. Til tross for hans gjentatte oppmuntringer, er det i Storbritannia en dyp mistro til samvirkedrift, mener prinsen.

I sin hyllest til de små familiebrukene sier han at de bør oppmuntres og applauderes for sine bidrag til mat- og samfunnsikkerhet, samt kulturelle bidrag.

«Disse gårdbrukerne er på mange måter noen av de mest hardt arbeidende og mest innovative små bedriftene vi har, og vi trenger dem mer enn de fleste av oss noen gang vil tro», skriver prins Charles – noe bøndene bak årets landbruksopprør bør legge seg på hjertet.

FOTO: HEATHCLIFF O'MALLEY, AFP



Økologiske «oster»

⬇ Fermè Fermentino Cashew/ Gressløk 100g er 100 prosent plantebasert, naturlig og økologisk «smøreost» laget av fermenterte cashewnøtter, smaksatt med gressløk.

Fermè Fermentino Cashew Urt/ Blomst 90g er en 100 prosent plantebasert, naturlig og økologisk semilagret «ost» laget av fermenterte cashewnøtter. Den skal ha en spennende smak av urter, og er toppet med tørkede blomster.

Camelia Fermentino Cashew/ Macadamia 100g er en 100 prosent

plantebasert, naturlig og økologisk modnet «ost» med skorpe laget av fermenterte cashewnøtter og macadamianøtter.

Grattino Fermentino Cashew/ Macadamia 75g er en 100 prosent plantebasert, naturlig og økologisk revet «parmesan» laget av fermenterte cashewnøtter og macadamianøtter som skal være ideell til pastaretter.

Alle fire er veganske, en kilde til proteiner og sunne fettsyrer, tilgjengelige i Meny og distribueres av Bama Dagligvare.



Nytt fra Änglamark

⬇ Coops eget øko-merke
Änglamark har lansert flere nyheter i månedsskiftet april/mai: Änglamark melkesjokolade hasselnøtt 100 gram og Änglamark appelsin- og karamellsjokolade 100

gram, Änglamark grove burgerbrød 320 gram, Änglamark salatost i terninger 365 gram samt Änglamark parmigiano reggiano 150 gram.



Gro Gro utvider

⬇ Den nye, norske og økologiske barnematprodusenten Gro Gro utvider nå sortimentet sitt.

Perky Porridge er en ny, fersk barnegrøt laget av økologisk havre med smak av pære og blåbær.

Fruit & Veggie er fersk frukt og grønnsakssmoothie laget av ananas, eple, søtpotet, gulrot, quinoa og olivenolje.

Begge er kaldpresset som, gjør at både næringsstoffer, smak og tekstur bevares helt naturlig. Det merker du på smaken, ifølge pro-

duzenten. Barnegrøten er anbefalt fra 6 måneder som frokost til de minste eller som et mellommåltid til de eldre barna. Laget av økologiske råvarer og utviklet i Norge. Oppbevares i kjøleskap.



Ti gode grunner til å velge økologisk

Øko-mat inneholder ikke matsminke, sprøytemiddelrester eller syntetiske tilsetningsstoffer og er også produsert uten genmanipulering.

Med et økologisk landbruk blir naturen renere og får et mer mangfold av arter som vi blant annet trenger for å pollinere matplantene våre. Det finnes minst ti gode grunner til å velge mat som er produsert mer på naturens premisser. Dessuten blir det rikere natur, renere jordsmonn og vann med økologisk landbruk. Ved å erkjenne dette og etterspørre økologisk mat og varer er du med på et helt nødvendig skifte innen landbruket. Dette er ikke bare et spørsmål om det er sunnere for oss, men hva som i lengden er sunnere for hele kloden. En økologisk tilnærming til matproduksjon representerer en omtanke for miljøet.

1 Du får mat uten rester av sprøytemidler

Når du spiser økologisk slipper du rester av sprøytemidler, som ikke bare dreper insekter, ugress og plan-tesykdommer, men også kan være skadelig for oss mennesker.

2 Du får mat med mer smak

Økologiske grønnsaker inneholder generelt flere nærings- og smaksstoffer og mindre vann pr. kg enn ikke-økologiske grønnsaker.

3 Du får rene varer uten sminke

Ø-merkede matvarer er ikke sminket med fargestoffer eller tilsatt kunstige tilsetningsstoffer. Vi må være klar over at matvarer som ser «perfekte» ut, ofte er farget og overflatebehandlet og derfor faktisk er langt fra perfekte i et miljø- og helseperspektiv.

4 Økologiske dyr har bedre forhold

Høy dyrevelferd er viktig i økologisk landbruk, blant annet har økologiske dyr bedre plass inne og oftere tilgang til uteareal, samt at de får næringsrikt, rent økologisk fôr.

5 Økologisk landbruk ødelegger ikke vannet vårt

Økologiske bønder bruker ikke sprøytemidler og kunstgjødsel som kan forurense vassdrag og grunnvann.

6 Bevar en rik og ren natur

Naturen er rikere og renere med økologisk landbruk, og vi bevarer bier, humler og andre pollinerende insekter som hjelper oss med 1/3 av verdens matproduksjon!

7 Naturlig mat er sunn fornuft

Målet i økologisk produksjon er sunne og robuste dyr og planter.

8 Nei takk til genmanipulert mat

I økologisk produksjon blir det hverken brukt genmanipulering i mat til mennesker eller i fôr til dyr. Hovedgrunnen er at føre-var-prinsippet

legges til grunn og det er ikke forsket nok til at vi kan være sikre på at det er trygt.

9 Ø-merket står for grundig kontroll

Det grønne, norske Ø-merket og EUs økologilogo er din garanti for økologisk kvalitet. Hver produsent kontrolleres minst en gang i året, og om Debio ønsker kan de dra på uanmeldt kontroll når som helst.

10 Økologi er bra for utviklingsland

En rekke internasjonale undersøkelser viser at økologiske metoder kan hjelpe fattige bønder i Afrika, Asia og Sør-Amerika med å produsere mer mat og tjene mer penger.

Kilde: Økologisk Norge.
Sist oppdatert: 19. juni 2019

Økologisk mat gjør godt for...

...**deg** fordi den produseres uten bruk av kjemisk-syntetiske sprøytemidler, og du unngår rundt 280 tilsetningsstoffer som er tillatt i all annen mat. Du er derved mindre utsatt for eksponering av stoffer som kan innebære en helseskadelig belastning. I tillegg har økologiske matvarer ofte høyere innhold av antioksidanter, enkelte vitaminer, mineraler og sunne fettsyrer.

...**miljøet** fordi økologisk landbruk tar utgangspunkt i naturens samspill ved å ta vare på livet i jorda og mangfoldet av planter, dyr og insekter. Økologisk landbruk baseres i stor grad på fornybare og lokale ressurser.

...**dyra** fordi det legges til rette for deres naturlige behov. Det stilles større krav til plass, både ute og inne, enn det som ellers gjelder i konvensjonell drift. Fôret skal være økologisk, med begrenset bruk av kraftfôr. Både høner, griser og drøvtyggere har tilgang til økologisk grovfôr. Dette gir et godt grunnlag for trivsel og dyrevelferd.

Kilde: Økologisk Norge

Foto: Istock



**Neste
utgave!**
24. august

Dagligvarehandelen utgir eget
økologi-bilag fire ganger i år.

Interessert i å annonsere?

79% av kjøpmennene er interessert i å lese om tema økologi

Kilde: Kantar 2019



Ta kontakt med din faste konsulent
eller salgssjef Yngve Knutsen:
yngve@dagligvarehandelen.no
901 77 242

Dagligvarehandelen