

ØKO

Dagligvarehandelen

Temabilag til nr. 39
November 2021

16 sider
bilag!

Spennende
øko-reise i
Bergen
Side 4

Emilie Nereng drømmer om hylleplass

Side 2

Hvitt øko-kjøtt i vinden

Side 8

Ost fra Aker Brygge i butikk

Side 14

Siden sist...

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

Doblet salget

Den Sorte Havre mer enn doblet omsetningen i 2020, og veksten har fortsatt gjennom 2021. Nå utvides sortimentet.



Gjennombrudd for øko-frukt

Etter fem uker med salg av lokal økologisk frukt i ni butikker, kunne Coop Nordvest allerede konstatere at prosjektet var en suksess.



Endelig tid for demo

Etter en ufrivillig koronapause på nesten ett år var Smaken av øko i butikk omsider i gang igjen i oktober.



Trendy urkorn

Mesteparten av øko-melet i norsk dagligvarehandel er import. Blant de helnorske leverandørene, får Holli Mølle stadig mer hylleplass.



Feilaktig om antibiotikaresistens

Er det virkelig mer antibiotikaresistente bakterier i økologiske produksjon enn i konvensjonell? En ny rapport har skapt debatt.



Emilie Nereng vil inn i butikkhyllene

En av Norges største mat-influensere, Emilie Nereng, har et samarbeid med Coop Mega der hun deler sunne og ofte grønne oppskrifter. Gjerne med økologiske råvarer. Nå drømmer hun om egen produktserie.

MARIT HAUGDAHL
marit@dagligvarehandelen.no

Mat-influenser Emilie Nereng var profesjonell merkevarebygger allerede som 14-åring. Hun var en av toppnavnene under høstmøtet til DLF i oktober, og brukte anledningen godt til å lære mer om den bransjen hun nå opererer i. Målet er å starte egen restaurant – og å lansere egne produkter i norsk dagligvarehandel.

Sunn hurtigmat

Drømmen om å bli dagligvareleverandør, fortalte hun om fra talerstolen – sammen med planene om å åpne egen restaurant. Gjennomføringsevnen hun har vist de siste 12 årene gir ingen grunn til å tvile på at drømmene vil bli en realitet.

– Når kommer dine første egne dagligvareprodukter?

– Jeg skal smiske meg litt rundt her på høstmøtet, så får vi se, spøker hun.

– Skjønt jeg har fått forståelsen av at det ikke er så lett å lansere nye merkevarer.

– Hva slags produkter er det snakk om?

– Jeg har et helt sortiment i tankene, men kan nesten ikke rope hvor jeg skal starte. Jeg er i hvert fall klar på hvilke segmenter jeg synes det er viktig å starte med – det innebærer selvsagt sunnere alternativer til rask mat!

Økologisk ikke avgjørende

– Vil produktene bli økologiske?

– Jeg vil gjerne samarbeide med norske aktører. Om de driver økologisk eller ei er ikke avgjørende, men de må drive produksjonen på en god måte. Jeg må kunne stå inne for hvor for eksempel kjøttet kommer fra, slår Emilie fast.

Lanseringsplanene er foreløpig ikke konkretisert

– Men jeg vil jobbe beinhardt for å

få det til, forsikrer hun.

Gjennom 2020 og 2021 har Emilie Nereng vært ambassadør for Coop Mega, som blant annet innebærer at hun har laget oppskrifter med mat- og råvarer fra kjedens butikker.

– Du er veldig opptatt av bærekraft. Hva med økologiske produkter?

– Jeg velger økologisk der jeg tror det har mest å si. Jeg tenker for eksempel ikke like mye på sprøytemidler som på dyreværn, innrømmer Emilie.

– Enkelte steder er det positivt at noe er økologisk. Økologisk kylling har for eksempel krav til litt større areal. Det sier noe om hvordan gården er drevet. Rester av plantemidler synes jeg det er vanskelig å vurdere om har noe å si, utdyper hun.

– Det viktigste er å spise grønnsaker!

For Emilie Nereng er dyrevelferd viktig. Hun spiser fortsatt kjøtt – men mindre enn før.

– Dyreværn må på agendaen. Min opplevelse er at de som driver økologisk generelt har mer fokus på dyrevelferd. Litt dyrere kjøtt og litt færre dyr er en fin pris å betale, mener hun, som synes flere skal velge kvalitet fremfor kvantitet når det gjelder kjøtt.

– Ånglamark-kylling er min favorittkylling. Den koster fort tre ganger så mye. Men siden jeg spiser det sjeldnere og har en relativt romslig økonomi, så kan jeg velge det.

Å skulle velge mellom økologiske eller konvensjonelle grønnsaker, derimot, synes hun har lite for seg.

– Det viktigste må være at man spiser grønnsaker! Vi kan ikke gjøre det for vanskelig, heller.

Den innflytelsesrike mat-influenseren synes de som jobber med økologi i Norge kan gjøre det mer tydelig hva som er fordelene – og forskjellen.

– Det er ikke så tydelig for meg som forbruker.

EMILIES MAT SOM TAKEAWAY

● Smiz er et takeaway-konsept i Oslo som startet opp under pandemien og vil hjelpe folk å ta bedre matvalg ved å gjøre sunn og digg fastfood lett tilgjengelig for alle.

● Maten produseres på såkalte «ghost kitchens», altså kjøkken som står tomme store deler av dagen – som hotell- og kantinekjøkken.

● Siden august har tre av Emilie Voes signaturretter vært tilgjengelig hos Smiz.

EMILIE NERENG

- Alder: 26
- Har en bachelor i ernæring
- Instagram-kontoen @Emilienutrition har 136 000 følgere
- Ble nylig kåret til Årets influencer Mat 2021 under Vixen awards
- Ga ut boka «Sunt og digg» i 2020

● Har samarbeidet med Coop Mega siden 2020 for å inspirere flere til å ta grønne valg, vise sunn matglede og enkle oppskrifter.

● Emilie Marie Nereng, kjent som Voe, ble først kjent som blogger i 2009, i en alder av 14 år. Bloggen ble Norges mest leste i 2009/2010, med 3,5 millioner treff i oktober 2009.

● Favorittmat: Jeg har dilla på gresskar, synes squash er veldig godt og spiser i perioder ekstremt mye rødbeter. De er så kule! Ellers er jeg veldig sårn «lenge leve havregrøten!». Det er fantastisk måltid: sunt, bærekraftig, dødsgodt og enkelt å variere i det uendelige. Havregrøt er min hjertemat.

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:
1. mars
Utgitt med støtte fra Landbruksdirektoratet



Emilie Nereng synes at de som jobber med økologi i Norge kan gjøre det mer tydelig hva som er fordelene – og forskjellen mellom økologisk og konvensjonell mat. – Det er ikke så tydelig for meg som forbruker, sier hun.

Kjede-samarbeid:

– Inspirerer til grønnere valg

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

– Coop Mega har samarbeidet med Emilie i snart to år, og formålet med samarbeidet har vært å inspirere flere til å ta grønne valg, vise sunn matglede og enkle oppskrifter, forteller Tina Weiby, markeds-sjef i Coop Mega.

Nereng har laget innhold, oppskrifter og inspirasjon både til egne og Coops kanaler. Samarbeidet mellom Emilie Nereng og Coop inkluderer vegetar og økologi, samt produkter og råvarer i sesong.

– *Hvorfor gikk dere inn i et samarbeid med Nereng?*

– Hensikten har vært å løfte fram at god og inspirerende mat også kan lages av «grønne» matvarer, og at vi i Coop Mega har et stort utvalg og høy kvalitet på våre økologiske og grønne matvarer. Frukt og grønt er et veldig viktig område for kjeden. Emilie har en profil som har passet godt til tematikken, og har kommunisert til en målgruppe hvor vi har hatt et ønske om å styrke vår posisjon, sier Weiby og utdyper:

– Vi er gode på økologisk mat, vi er stolte over Ånglamark-serien og Coop Vegetardag-serie, som Coop Mega har 20 prosent medlemsbonus på.

– *Er dere fornøyde med samarbeidet?*

– Emilie har løst oppgaven på en god måte, og har absolutt bidratt positivt til å løfte Coop Megas merkevare blant de unge, samt inspirert til flere gode grønne matopplevelser.

– *Om fortsettelsen?*

– Vi er i en prosess hvor vi vurderer vår fremtidige markedskommunikasjon, så vi har ikke alle avklaringer på plass ennå.



Markedssjefen i Coop Mega, Tina Weiby. Foto: Espen Solli

Barnefamilier handler økologisk

– Det er spennende å være med på reisen i en varegruppe som bare blir mer aktuell fremover, erklærer Rema-kjøpmann Frode Andersen på Nattland.

PÅL H. CHRISTIANSEN
pal@dagligvarehandelen.no

Nattland ligger i bydelen Årstad like syd for Bergen sentrum, og er et strøk bebodd av mange unge familier. Her driver Frode Andersen en av de fem inspirasjonsbutikkene fra Rema 1000 i Landbrukets Økoløft, og den eneste på Vestlandet i kjeden.

Øko-interessen varierer

– Interessen er stor og økende for økologisk mat her, spesielt hos unge voksne og barnefamilier. Vi merker at særlig økologisk barnemat, kaffe, syltetøy og egg har en fin utvikling. Fukt og grønt har et stabilt salg hvor banan er det største produktet, opplyser Andersen.

Andersen overtok som kjøpmann på Rema 1000 Nattland i november 2017. Han hadde da tidligere drevet to andre butikker i Bergen, nemlig Rema 1000 Haukelandsveien og Rema 1000 Åsane senter.

– I Haukelandsveien var det mange studenter som var interessert i økologisk. I Åsane var ikke interessen så stor, fastslår kjøpmannen, som i fjor solgte økologisk for ca. en million kroner av en totalomsetning på 165 millioner.

Gir kundene valget

– Hva gjør dere for å inspirere kundene til å velge mer økologisk mat?

– Vi plasserer øko-varene i de respektive varegruppene slik at valget er synlig for kunden. Økologisk brokkoli står med vanlig brokkoli og økologisk banan med vanlig banan for at kunden skal ha et reelt valg, sier Andersen, som også har hatt kampanjer på produkter som Kolonihagen kaffe.

– Da bygger vi gjerne opp en eksponering på en endereol og plakater godt i avdelingen. Det fungerer bra, fremholder han.

– Er det produkter dere savner i

Rema 1000 har gjort en kjempejobb på økologi.



REMA 1000 NATTLAND

- Beliggenhet: Bergen
- Kjøpmann: Frode Andersen
- Omsetning: 165 millioner netto i 2020
- Salgsareal: 1000 kvm
- Antall økologiske varelinjer: ca. 100
- Andel økologisk: 0,6 prosent

Kjøpmann Frode Andersen merker stor interesse for økologisk blant unge voksne som handler på Rema 1000 Nattland.

hyllene, og som kundene etterspør?

– Vi kjøper inn det vi kan, og opplever at vi har et godt sortiment som tilfredsstiller våre kunders behov. Men vi skulle gjerne hatt større utvalg i frukt og grønt, medgir Andersen.

Tror på videre vekst

Kjøpmannen synes Rema 1000 har gjort en kjempejobb på økologi, og sikter da særlig til at Kolonihagen-serien har betydd mye for tilbudet av økologisk.

– Kolonihagen holder høy kvalitet, og vi vil jo ha gode produkter å tilby. Det er en viktig serie for oss med varer som er godt mottatt av våre kunder, sier Andersen, som etter eget utsagn selger bra av alle Kolonihagen-produktene.

– Det gjelder blant annet kaffe og barnemat, der vi har godt med gjentak. Et annet eksempel er grønn pesto, legger han til.

Andersen er ikke selv noen storforbruker av økologiske varer, men pleier å kjøpe økologiske bananer og

kaffe. Han har uansett stor tro på god vekst i øko-salget i årene som kommer.

Prisene bør ned

– Ungdommer har nå et helt annet syn på økologiske varer enn hva de hadde før. Når vi allerede har så stor etterspørsel, vil den bare øke, det er jeg sikker på, fremholder kjøpmannen, som likevel mener prisforskjellen på økologiske og konvensjonelle produkter er for stor i flere varegrupper.

– Når det gjelder bananer for eksempel, går det greit. Folk vil ha økologisk selv om det akkurat nå er 8 kroner forskjell per kilo fra de konvensjonelle. Det har nok litt med sprøyting å gjøre, tror Andersen, som opplever mindre aksept for høyere pris på andre produkter i frukt- og grøntavdelingen, som brokkoli og blomkål.

– Prisen skulle gjerne vært lavere på en del økologiske produkter. Da blir valget veldig enkelt for kundene, mener kjøpmannen.

Vil ha ribbe til jul

I Bergen er pinnekjøtt tradisjonelt førstevalget i julen, men her er det endringer på gang, skal vi tro kjøpmann Frode Andersen. På Rema 1000 Nattland er nemlig etterspørselen etter ribbe er på vei oppover. Det gjelder også økologisk ribbe.

– Økologisk svineribbe er blitt mer og mer populært etter at vi fikk det inn i sortimentet. I fjor hadde vi ikke nok til alle som ville ha. Vi håper vi får nok i år, sier Andersen, som ikke kan tilby økologisk pinnekjøtt, men har hatt økologiske julepølser og medis-

terkaker på plass til jul de senere årene.

– I grillsesongen har vi også økologiske pølser som er populært, sier han.



Kundene på Rema 1000 Nattland er begeistret for svineribbe fra Kolonihagen.



Kolonihagen Svinekam med salvie er å finne i alle Rema 1000 sine butikker i hele landet.

NM i kjøtt: Svinekam ble beste øko-produkt



Etter nyttår blir Kolonihagen Svinekam med salvie merket med NM-vinner, opplyser kategorisjef Trond Morten Helgesen i Rema 1000.

Kolonihagen Svinekam med salvie ble kåret til det beste økologiske kjøttproduktet under Norges-mesterskapet i kjøttprodukter 2021.

PÅL H. CHRISTIANSEN
pal@dagligvarehandelen.no

-Vi syns det er hyggelig at produktet får denne oppmerksomheten. Det er også hyggelig å få tildelt sølv i kategorien for delikatesspållegg, sier kategorisjef Trond Morten Helgesen i Rema 1000.

«Gammeldags» håndverk
Det var i november i år at Kolonihagens økologiske påleggsprodukter Kokt skinke og Bøkerøkt skinke fikk følge ut i butikk av Svinekam med salvie. Sistnevnte er ifølge Rema 1000 laget av renskåret svinekam

av høy kvalitet med god marmorering som gir et saftig og smakfullt pålegg. Pålegget er uten tilsatt nitratt og tilsetningsstoffer.

– Dette er et produkt uten tilsetningsstoffer, et produkt som krever mer av produsenten Sørlandskjøtt, et mer «gammeldags» håndverk. Jeg mener det er både det mest gammeldagse produktet og det mest moderne kjøttpålegget. Forbrukere har mer fokus på tilsetningsstoffer i 2021, de vil ha så få som mulig, fremholder Helgesen.

Godord fra dommerne
Av 550 påmeldte produkter til NM i kjøttprodukter var det denne gang seks økologiske, alle fra de to bedrif-

tene Jens Eide og Sørlandskjøtt. Dette var, foruten påleggsprodukter, økologisk medisterkake, ribbe og urøkt julepølse.

Vinneren av Beste økologisk 2021 ble det økologiske produktet dommerne ga flest poeng under bedømmingen. Det ble Kolonihagen Svinekam med salvie, som også fikk sølv i klassen delikatessprodukter.

– Dommerne har beskrevet produktet som et meget pent pålegg med god kryddersmak og saftighet i møre skiver, opplyser Svein-Erik Eide i Kjøtt- og fjørfefransjens Landsforbund (KLF), som står som arrangør av konkurransen.

Forbrukere har mer fokus på tilsetningsstoffer i 2021, de vil ha så få som mulig.

Nye bønder kommet til

Svinekjøttet i Kolonihagen Svinekam med salvie kommer fra griser som har levd et godt liv i Andebu. Alle grisebønder som leverer råvarer til Kolonihagens produksjon er sertifisert med Dyrevernmerket.

– Har dere nok råvarer til ytterligere vekst med produkter av økologisk svin?

– I år har to nye bønder begynt å levere til konseptet og i 2022 vil det gi god effekt på råstofftilførselen. Det er hyggelig at flere og flere bønder ønsker å levere til konseptet. Produsentene ønsker å produsere økologisk og med god dyrevelferd, sier Helgesen, som tror prisen som årets beste økologiske produkt vil bidra positivt til salget av Svinekam med salvie, som er å finne i alle Rema 1000-butikker i hele landet.

Flere kjøper øko-pålegg

– Vi kommer over nyttår til å merke produktet med NM-vinner. Det er et bevis på at dette er et godt produkt. Det er også merket med Dyrevernmerket og Debio, sier han.

– Hvordan har salgsutviklingen vært for Kolonihagens økologiske påleggs-skinker siden oppstarten i 2018?

– I starten gikk det mindre ut av butikk enn det vi ønsket, det var nye produkter fra et nytt merke i en kategori med stor konkurranse. Men flere og flere har begynt å kjøpe produktene og nå har vi en god rulering og er i perioder tom for varer. Det er derfor positivt å komme inn med et pålegg av kam. Det vil ikke kannibalisere på råstoff som går til skinke, understreker Trond Morten Helgesen.

Mer øko til våren

Svein-Erik Eide har håp om at flere økologiske produkter blir påmeldt til neste års NM i kjøttprodukter. Da står andre typer kjøttprodukter i søkelyset.

– Til våren skal det kåres Norges beste grillmat og spekemat. Det er ofte mer økologisk da, særlig innen spekemat. Men selv med spekemat er det sjelden påmeldt mer enn 20 økologiske produkter i konkurransen, fremholder Eide.

Er Skitten Nitten for skitten?



– Mer enn halvparten av all maten vi spiser, inneholder påvisbare rester av sprøytegifter, opplyser Økologisk Norge, her ved daglig leder Markus Hustad. Foto: Marit Lundby / Økologisk Norge

Økologisk Norge vil at kundene dine skal bruke «Skitten Nitten» som et verktøy når de vil unngå frukt, bær og grønnsaker med høyest innhold av giftrester. Coop Norge er usikre på om kampanjen er egnet til å gi nyttig informasjon til kundene.

MARIT HAUGDAHL
marit@dagligvarehandelen.no

«Skitten Nitten» (se faktaboks) er to lister over mat med flest funn av giftrester, en for grønnsaker og en for frukt og bær. Listene er utarbeidet av Økologisk Norge basert på Mattilsynets overvåking av sprøytegifter i den maten du finner i norske butikker, med «verstingene» øverst.

Forventer at kampanjen stoppes

Gartnerforbundet har kalt kampanjen for en hetskampanje, omtaler retorikken som «kraftig» og forventer at den stoppes.

– Skremmende ord og tegn som gift, skitten og dødningshode benyttes som virkemiddel. Det er en svært unngansert, skremmende og misvisende måte å tolke resultatene i rapporten fra Mattilsynet. De forholder seg ikke til grenseverdiene man internasjonalt er enige om at er trygge, og de skiller heller ikke mellom norsk og import, sier generalsekretær i Norsk Gartnerforbund, Katrine Røed Meberg, til Nationen, som på lederplass også har kalt øko-kam-

panjen for skitten.

Men Økologisk Norge har ingen planer om å stanse Skitten Nitten-kampanjen sin.

– Vi skal fortsette å sette søkelyset på at økologisk mat ikke bare er bra for helsen, men også gir mindre klimautslipp, bedre dyrevelferd, og færre skader på naturen og livsviktige insekter som bier, sier daglig leder Markus Hustad.

EU satte nylig seg et mål om at en fjerdedel av maten skal være økologisk innen 2030.

– Det kan vi klare også i Norge, men da må regjeringen legge til rette for det.

– Velg mest mulig økologisk

– Hva mener Økologisk Norge at butikkene kan gjøre i egen frukt- og grøntavdeling – dersom de vil ta oversikten på alvor og for eksempel fronte økologiske varianter av «verstingene»?

– Det viktigste butikkene kan gjøre er å velge ikke bare norske, men også økologiske produkter så mye som mulig. Etterspørselen etter økologisk mat er økende, men utvalget i butikken kan bli mye, mye bedre, sier Økologisk Norge-sjefen, som nevner spesielt produkter hvor Mattilsynet finner mye giftrester, som importert

sitrusfrukt.

– Når ulike giftstoffer kombineres i kroppene våre, viser nyere forskning at de kan være farlige, også i doser langt under dagens grenseverdier, sier han.

– Har responsen på kampanjen vært som forventet?

– Responsen har vært enorm og positiv. Svært mange er overrasket over å høre at vi nordmenn er helt i verdenstoppen, med 200–400 forskjellige giftstoffer i kroppene våre, og at flere av disse giftstoffene kommer fra maten vi spiser, sier han og legger til at han ikke tror noen er uenige i at det vil være bedre å få i seg mindre sprøytegifter.

– Det får du om du velger økologisk mat så ofte du kan.

Coop: Legitimt å ta opp

Sitrus, rosiner, jordbær, druer, bananer og epler er alle på topp 10-listen for frukt og bær med mye sprøytemiddelrester, mens man blant de øverste plassene på grønnsakslista

Responsen har vært enorm og positiv.

finner slangeagurk, rucola, stangselleri og paprika.

– Er dette noe Coop er bekymret over?

– Det er en klar målsetning for Coop å bidra til å øke forbruket av frukt og grønt. Vi samarbeider med myndighetene for å nå målet og forholder oss selvsagt til regelverket og Mattilsynets kontroll når det gjelder hvilke stoffer som kan benyttes i produksjon, og restverdier i produktene, sier senior kommunikasjonsrådgiver Knut Lutnæs.

– Det er behov for økt kunnskap om plantevernmidlers effekter på miljø og helse. Det er således legitimt at Økologisk Norge setter søkelyset på bruken av plantevernmidler i landbruket, legger han til.

NG: Kjenner seg ikke igjen

Men Lutnæs innrømmer at Coop Norge er usikre på om virkemidlene i kampanjen er egnet til å gi nyttig informasjon til kundene eller bygge opp under fellesmålet om å øke forbruket av frukt og grønt.

– Coop er opptatt av å gi kundene valgfrihet. Vi har vært og skal være en pådriver for økt forbruk av både økologisk og konvensjonell frukt og grønt, fremholder Lutnæs.

Kommunikasjonssjef Kine Søyland i Norgesgruppen opplyser at man ut fra alle prøver som tas av Mattilsynet og dagligvaregigantens interne prøver, kan fastslå at frukt og grønt som selges i Norgesgruppen, er trygge å spise.

– Vi kjenner oss ikke igjen i det bildet som tegnes. Produktene det vises til selges ikke i butikkene våre, sier Søyland.

SKITTEN NITTEN

Skitten Nitten er den første norske versjonen av Dirty Dozen, kjent som listen over frukt og grønt som slår dårligst ut på sprøytemiddelrester.

Dirty Dozen er laget av den amerikanske organisasjonen Environmental Working Group for å gjøre det enklere for forbrukerne å unngå giftrester i maten, men listen deres er basert på amerikanske funn, og er ikke like relevant for nordmenn.

Derfor har Økologisk Norge utarbeidet sin egen. Basert på Mattilsynets overvåkingsresultater i 2020.

SPRØYTE-MIDDELRESTER

I 2020 analyserte Mattilsynet 1105 stikkprøver av mat i norske butikker for 353 ulike rester av sprøytemidler og fant rester etter totalt 132 ulike stoffer, men bare 2,4 prosent var over grenseverdiene.

I prøvene ble det påvist giftrester i 87,5 prosent av bær, 70 prosent av frukt og 45 prosent av grønnsakene. I 32 prosent av prøvene ble det påvist mer enn ett sprøytemiddel. I en prøve av rosiner ble det funnet hele 15 ulike sprøytemidler.

Svenske utfordringer: Øko dankes ut av klima

Salget av øko-produkter hadde lenge kraftig vekst i Sverige, men i 2016 bremsset det plutselig opp.

ARE KNUDSEN
are@dagligvarehandelen.no

I årene frem til 2016 hadde salget av økologiske produkter i svensk dagligvarehandel et historisk boom. Men så kom klimasaken for fullt, og «Medel-Svensson» syntes det var viktigere å handle bærekraftig enn økologisk.

Skiftet fokus

– Klimadagsorden ble det viktigste temaet, og dagligvarekjedene skiftet kampanjefokus. «Øko for alle» ble til «Vegansk for alle», sier Organic Sweden-leder Charlotte Bladh André til nettstedet Økologisk Nu.

I kjølvannet av kursendringen halverte de største dagligvarekjedene markedsføringsbudsjettet for øko-produkter.

– Det var et kjempeskifte der fokus var at hvis vi skulle spise klimasmart, skulle vi spise plantebasert mat, sier Bladh André, som nå står overfor et

betydelig informasjonsarbeid.

– Vi må skape en større forståelse for at økologi er et viktig verktøy i omstillingen til en bærekraftig matvareproduksjon.

8,7 prosent

Det skal sies at øko-andelen i Sverige stadig ligger skyhøyt over hva man ser i andre land. Hele 8,7 prosent av matvaresalget er øko-sertifisert, og Sverige ligger på tredjeplass i verden når det gjelder konsum per capita av økologiske matvarer – etter Sveits og Danmark.

Likevel er utviklingen bekymringsfull. For mens salget av øko-produkter nær sagt i hele verden under koronapandemien, har det stikk motsatte skjedd i Sverige. For første gang på 12 år falt øko-andelen, ifølge analyseselskapet EkoWeb.

Et lyspunkt finnes dog: Salget av økologiske matvarer på internett er i vekst.



I fjor tapte økologiske matvarer for første gang markedsandeler i Sverige.



Økologisk Arla-melk fra tre ulike land.

Styrker øko- satsingen

Arla er verdens største produsent av økologiske meierivarer, og selger meierivarer i over 120 land. Fra i høst skal alle meierikooperativets over 900 øko-sertifiserte gårder rundt om i Europa arbeide ut fra fire kriterier.

Gårdene skal blant annet gjennomføre aktiviteter, måle og rapportere om utviklingen for det biologiske mangfoldet på gården, metodisk arbeide for å forbedre jordhelsen, og påskynde arbeidet med å redusere mengden drivhusgass med 30 prosent frem til 2028 istedenfor innen 2030. I tillegg skal gårdenes energiforsyning være mest mulig klimavennlig.

GODE BRUTTO PRODUKTER SOM BIDRAR LITT EKSTRA TIL JUL!

Prøv også vår nyhet Bakemjølke som gir ekstra saftig og luftig bakst.

Rørøsmør: EPD: 4829172
Rørøsmør: EPD: 1291392
Bakemjølke: EPD: 5822002

www.rorosmeieriet.no



Få spør etter øko- pinnekjøtt

– Kundene er ikke så opptatt av at pinnekjøttet eller ribben er økologisk, mener butikksjef Birgitte Myhr hos Coop Mega Harbitz Torg.

PÅL H. CHRISTIANSEN
pal@dagligvarehandelen.no

– Gilde og noen andre leverandører har økologisk pinnekjøtt, men det er ikke mye etterspurt hos oss. Av ett tonn pinnekjøtt vi kjøper inn, er bare 50 kilo økologisk, sier butikksjefen, som tror grunnen først og fremst er at alt norsk pinnekjøtt oppfattes som nært økologisk.

– Ettersom lammene er på beite hele sommeren, er jo kjøttet så rent som det kan bli, mener hun.

Skjærer hele griser

Tilgangen på økologisk svin og ribbe er ikke god i Coop, men hos Coop Mega Harbitz Torg gjør Debio-sertifiseringen av hele kjeden det mulig å ta inn hele dyr før jul for nedskjæring i butikken. Coop Mega er den eneste kjeden i Norge som har denne muligheten.

– Vi får inn tre-fire økologiske frilandsgriser som vi stykker opp og selger før jul. Så lenge vi får tak i frilandsgris, har vi derfor ulike produkter av økologisk svin å selge, som ribbe og svinestek, forteller ferskvareress Christoffer Wikan.

Konseptsjef for ferskvarer i Coop Mega, Rita Isabel Bondeson, mener trenden er at kundene ikke er så opptatt av økologisk når det gjelder svin.

– Folk er mer opptatt av frilandsgris, dyrevelferd og kvalitet, enn at det skal være økologisk. Samtidig ivaretar kravene til økologisk produksjon mye av dette, påpeker Bondeson.

Kan velge storfe til jul

Hos Coop Mega Harbitz Torg kan kundene også velge en rekke produkter av økologisk storfe i juletiden, både ferdig pakket og i ferskvedisken.

– Høryrygg, entrecôte, ytrefilet, indrefilet, kjøttdeig, karbonadeig, kraftbein og margpiper er det mest anvendte her i butikken, sier ferskvareress Wikan, som merker at folk er litt redde for at prisen på økologisk skal være høy. Men da får de seg en overraskelse innimellom.

– Mange velger for eksempel økologisk høryrygg når de ser at det bare er 10 kroner forskjell på prisen fra den konvensjonelle, fremholder Wikan.



Ferskvareress Christoffer Wikan hos Coop Mega Harbitz Torg viser frem en økologisk entrecôte fra mørningsskapet. Der blir den fastere i kjøttet og får mer smak.



Hvitt, økologisk kjøtt i vinden

Hos Coop Mega Harbitz Torg i Oslo handler mange økologisk kalkun og kylling i juletiden. Hele 70 prosent av kalkunen selges i uke 51 og 52.

PÅL H. CHRISTIANSEN
pal@dagligvarehandelen.no

–Det går en del økologisk kalkun hos oss, særlig i forbindelse med nyttår, men det øker også i forbindelse med Thanksgiving. Vi hadde vår første jul her i fjor, og gikk tomme til tross for at vi hadde tatt inn godt med varer. I år har vi sikret oss ekstra, sier butikksjef Birgitte Myhr til Dagligvarehandelen.

Har høy øko-andel

Øko-andelen totalt i Coop Mega er så langt i år på 3,5 prosent. Oslo-butikkene ligger generelt høyt på øko-andel. Særlig de som ligger sentralt inne i byen og i Oslo Vest, men

også i andre deler av byen har Coop Mega-butikkene høye øko-andeler i enkeltkategorier. Coop Mega Harbitz Torg på Skøyen/Hoff ligger godt over gjennomsnittet med en økoandel på 4,4 prosent.

– Når det gjelder fjærkre, fersk og fryst, er øko-andelen høyere og 6,8 prosent i Coop Mega totalt og hele 11,5 prosent på Harbitz Torg siste 12 måneder, opplyser Ulrika Thommesen, som er sortimentssjef for hvitt kjøtt i Coop Norge.

Vi vil jo gjerne at folk spiser økologisk kalkun litt oftere.

Salget av økologisk kalkun i forbindelse med jula begynner så smått med Thanksgiving i uke 47, en feiring som begynte å gjøre seg gjeldende i Norge for tre-fire år siden. Da frontes Ånglamark frossen hel kalkun fra Homlagarden i to størrelser, men også frosne stykker av bryst og lår merket Homlagarden.

Frossen kalkun først ut

– Thanksgiving er en liten feiring i Norge foreløpig, men andre amerikanske høytider som Halloween har blitt store med årene, sier Thommesen.

Prisen er omtrent det doble for økologisk fryst kalkun sammenlignet med konvensjonell.

– Men når medlemsbonusen på Ånglamark-produkter trekkes fra



dette, hjelper det litt, fremholder Thommessen.

I fjor solgte Coop over 30 tonn Ånglamark fryst økologisk kalkun. Det er ikke mye i forhold til det totale salget av kalkun, men Coop Mega har høyest andel økologisk av alle kjedene med 10-15 prosent, ifølge kjeden. Fersk kalkun fra Homlagarden kommer til butikkene i uke 51-52 og kan bestilles fra uke 50.

– Mange kommer på nyttårsaften og har glemt å kjøpe kalkun til feiringen. Da er det greit å ha fersk vare tilgjengelig, som ikke må tines, sier ferskvareress Christoffer Wikan hos Coop Mega Harbitz Torg.

Butikkdemo'er i desember

– Hva gjøres av aktiviteter for å fremme salget av økologisk i kalkun juletiden?

– Vi plakaterer i butikk og presenterer øko-kalkun i kundeaviser med bilde og snakker den opp. Noen butikker satser kanskje litt ekstra. Vi vil jo gjerne at folk spiser økologisk kalkun litt oftere. Det er en kjempegod råvare, synes Thommessen.

Et knippe av Coop Mega-butikkene vil ha demo av økologisk kalkun i regi av Smaken av øko i butikk frem mot jul. Det blir noen av de litt større butikkene som har god plass, og som selger mye økologisk.

– Vi ser ofte at folk blir inspirert og kjøper når det er demo i butikken, konstaterer Ulrika Thommessen.

Ble best i test

Økologisk fersk kylling har høyest andel i Coop Mega med over 10 prosent av totalsalget av kylling i løpet av året. Nylig ble Ånglamark økologisk kyllingfilet best i test på TV2.

– Det er veldig hyggelig, men egentlig ikke overraskende at vår egen økologiske kylling gjorde det så bra i test i TV 2 hjelper deg. Vi håper det gir ekstra drahjelp til økologisk salg inn mot jul, sier Ulrika Thommessen, som erfarer at mange også kjøper hel økologisk kylling til selskaper i romjulen.

– Da samles ofte hele familien, og man betaler gjerne litt ekstra. Dette er noe vi kan få flere over på, tror Thommessen. Januar er den store sesongen for kyllingfilet. Da er folk opptatt av sunnhet etter utskielene i julen.

– Kundene tenker sunnhet, men er også mer økonomiske og kjøper i større grad konversonell vare, sier Thommessen.

COOP MEGA HARBITZ TORG

- Beliggenhet: Skøyen/Hoff i Oslo
- Åpnet: Mars 2020
- Butikksjef: Birgitte Myhr
- Forventet omsetning 2021: 80 millioner
- Andel økologisk: 4,4 %
- Andel økologisk fjærkre, fersk og fryst: 11,5 %

Matprisen til Ille brød

Ille brød vant Matprisen 2021. – Under pandemien ble vi alle klar over hvor viktig den hverdagslige matkulturen er, sier Andreas Viestad fra Matprisens jury.

25. november ble vinnerne av Matprisens åtte kategorier annonsert på Matkanalen. Prisutdelingen er til ære for alle de som spiller en viktig rolle i å øke forbruket og produksjonen av økologisk og bærekraftig mat, og favner hele næringskjeden fra jord til bord, enten det er et restaurant-, kantine- eller vanlig kjøkkenbord. Tre nominerte har vært valgt ut av Matprisens jury, og under prisutdelingen ble en vinner kåret i alle kategoriene. I år ble surdeigsbakeriet Ille brød vinneren av hovedprisen.

Kompromissløs og viktig

Surdeigsbakeriet holder til i Oslo, og har siden 2011 utviklet seg fra eksperimentering på kjøkkenbenken og en liten abonnementsordning, til et bli et bakeri som leverer brød til kjente restauranter. Innehaver Martin Fjeld har også utgitt en bok om surdeigsbaking som er oversatt til flere språk. Juryen framhevet spesielt hvordan vinneren har vært kompromissløs i å velge enkle råvarer, og formidlet verdien av godt håndverk og økologiske råvarer av høy kvalitet.

Juryens begrunnelse

Et av kriteriene til Matprisen er at man har etterlatt et solid fotavtrykk i året som gikk. Årets vinner er lavmælt, men kompromissløs. Ingen har sett vinneren rope ut over merkene, men resultatet har vi likevel sett på kjøkkenbenken i



Martin Fjeld og Ille Brød fikk Matprisen 2021. Foto: Foto: Svein Kjæde/Debio

folks hjem. Boka om surdeigsbaking selger fortsatt som et varmt landhvetebød og har inspirert mang en hjemmekontorarbeider til å lage mat fra bunnen av og å velge kvalitet. Prisvinneren er en verdig mottaker av prisen fordi de bruker økologisk tradisjonskorn, noe som har bidratt

til å øke etterspørselen etter et produkt som det produseres lite av i Norge. I et marked hvor halvfabrikata og fiksfaseri så ofte erstatter ekte håndverk, har årets vinner vært urokkelig i å benytte enkle råvarer av høy kvalitet. Vinneren av Matprisen 2021 er Ille brød!

Flere prisvinnere

Årets produsent ble Gunnar Klo. Ved å stadig utvikle virksomheten i mer bærekraftig retning i alle ledd i produksjon, enten det gjelder matsvinn, emballering eller fôr, skiller årets vinner seg positivt ut, mener juryen. Vinneren er et stort forbilde for sin bransje, og når de foredler havets sølv, er de gode som gull, skriver juryen.

De Haes Gartneri fikk Debioprisen. For vinneren var økologisk drift eneste farbare vei da de bestemte å starte opp ved inngangen til dette årtusenet. Vinneren har lagt ned mye arbeid i å spre kunnskap og entusiasme rundt økologisk dyrking både til forbrukere og profesjonelle. De har betydd mye for framveksten av nye dyrkere i hele vårt langstrakte land, skriver juryen.

Hanne-Lene Dahlgren er Årets formidler. Vinneren har tatt konsekvensen av både de statlige ernæringsrådene og de problematiske miljøsidene ved kjøttproduksjon, og har tatt tak i en av de mest betente debattene innen bærekraftig mat. Hun er også en tydelig stemme i diskusjonene rundt hva som er et bærekraftig kosthold, hvordan jordbrukspolitikken vår er innrettet, og hvem som lærer barna våre om godt kosthold.



Hanne-Lene Dahlgren, vinner av Årets formidler. Foto: Foto: Svein Kjæde/Debio

Eksporterer til USA:

Det butter ikke for Røros smør

Rørosmeieriet har startet, og hatt suksess med, eksport av Røros Butter til Midtvesten i USA. Det går unna som varmt hvetebrød, eller snarere på varmt hvetebrød.

ARNE GIVERHOLT

arne@dagligvarehandelen.no

-Det er kjempeartig at det er mulig å eksportere norske landbruksprodukter av høy kvalitet. Det snakkes jo ellers bare om importen, sier meieribestyrer Trond V. Lund.

Til Thanksgiving

Det første partiet på et halvt tonn gikk «over dammen» i god tid til å nå ut i butikkene til Thanksgiving, som i år var den 25. november. Litt senere fulgte nok et halvt tonn av Røros Butter etter, og Lund planlegger for nye leveranser.

– Hvordan kom denne eksporten i stand? Det er jo en nokså vill tanke å selge smør til Ville Vesten?

– Dette er ikke første gang vårt smør eksporteres. Vi har sett at Røros Smør har dukket opp i utlandet. Blant annet brukes det i flere restauranter i Stockholm, og i selveste Noma i København. Og et håndverksbakeri i Singapore brukte ett tonn året før koronaen kom over oss, forteller Lund.

– Men fremstøtet i USA virker mer målrettet?

– Ja, og det startet med et initiativ fra Innovasjon Norge. En rekke bedrifter ble med for å se på eksportmuligheter i USA. Det ga ikke øyeblikkelige resultater, men fikk oss i hvert fall til å tenke på om det faktisk var muligheter for å eksportere økologisk smør. I utgangspunktet en fremmed tanke.

For to år siden reiste Lund over for



Røros Butter selges blant annet hos Kowalski's Markets.



Meieribestyrer Trond V. Lund har hatt flere skipninger av Røros Butter til Minnesota. Så langt et lovende prosjekt.

å sonde terreng, og peilet seg inn på Minnesota, en stat med sterke norske aner.

– Vi hadde møter med kjøpmenn og kjeder, restauranter og bakerier. Vi endte opp med avtaler med de to beste premium-kjedene Kowalski's Markets og Lunds & Byerlys. De har henholdsvis 11 og 28 butikker. Og dermed begynte snøballen å rulle.

– Var det lengselen til Norge som skapte den store interessen?

– Vi oppdaget at det var markedsmuligheter hos den kvalitetsbevisste forbruker der borte. Der er smør en populær råvare, og mange har gode assosiasjoner til Norge, norske verdier, norsk natur og kvalitet, sier meieribestyreren.

Løft opp skyggelua

– Og hvor langt regner du med at

denne snøballen vil komme til å rulle?

– Jeg tror potensialet er stort. Dette har vært en suksess så langt, men etter bare to sendinger er det for tidlig å slå fast noe. Det som eventuelt vil begrense produksjonen er tilgangen på økologisk melk. Økologisk produksjon er ikke så stor her i Norge. Men mange europeiske land har langt høyere markedsandel av økologisk mat og nå går EU foran med mål om 25 prosent økologisk matproduksjon.

– Dette er ikke akkurat kortreist mat?

– Nei, men denne transporten setter et relativt beskjedent fotavtrykk

Kanskje vi bør løfte litt på skyggelua.

på miljøet. Og på den positive siden så får vi eksportert norske landbruksverdier til USA.

I USA selges Røros Butter i 200 grams pakninger. Pris fra butikk er 7,99 dollar eller vel 65 kroner. Rørosmeieriet ivaretar ikke selve eksportarbeidet selv, men selger produktet til en eksportør.

– Frister det å gjøre andre eksportfremstøt?

– Ja. Vi er veldig fokusert på å se på importen av landbruksvarer. Samtidig har Norge produkter i verdensklasse. Nå må vi løfte opp skyggelua og gjøre aktuelle produkter kjent i andre markeder. Og vår eksport til USA har fått stor oppmerksomhet. «If you can make it there you'll make it anywhere». Dette har gitt oss både økt stolthet og stimuli, sier Trond V. Lund.



Vil bruke hele literen

Rørosmeieriet ønsker å bruke hele melkeliteren, og Bakemjølke er et resultat av det.

Den er laget med kjernemelk fra produksjonen av Røros Smør, og i tillegg har den Rørosmeieriets unike tettekultur. Bakemjølken gir ekstra saftig og luftig bakst, og den har lang holdbarhet. Rester kan fryses. Bakemjølke er et naturprodukt, og farge og smak varierer naturlig.

Produktet er velegnet å bruke i vaffer, lapper, sveler, gjærbakst og mye mer, opplyser Rørosmeieriet. Dette er fordi en del av fett-komponentene i kjernemelk er fosfolipider (for eksempel lecitin) som bidrar til å gi kjernemelk særskilte emulerende egenskaper. Vaffelrøre vil for eksempel være mer stabil, det vil si at den ikke vil skille seg, med bruk av kjernemelk. Bakemjølke egner seg også godt til oppskrifter som for eksempel på fritert kylling.

Ekte kjernemelk, eller buttermilk, er en ettertraktet og mye brukt råvare over hele verden, og Bakemjølke er fin å bruke i stedet for buttermilk, som ofte står oppført i utenlandske oppskrifter.

Neste
utgave!
29. mars

Dagligvarehandelen utgir eget frukt- og grøntbilag to ganger i året **Interessert i å annonsere?**

Ring Yngve da vel! **90177 242**
yngve@dagligvarehandelen.no



Dagligvarehandelen

Europas eneste økologiske burgerost

Burgeren din fortjener den beste osten, mener Vaddö Gårdsmeieri. De har drevet gårdsmeieri i 16 år, men da de bygde ut for tre år siden, startet de produksjon av den første økologiske burger-cheddaren i Sverige. Til deres store overraskelse viste det seg å være den første av sitt slag i hele Europa.

– Andre varianter er enten hardost som er skivet, som ikke har de samme smelteegenskapene, eller analoge varianter som ikke er ekte ost, forteller Elin Edlund. Den økologiske burgerosten har blitt en kjempesuksess i Sverige, og har nylig fått følge av en trøffel-variant og en med Pepper Jack. Og nå står resten av Europa for tur.

– Vi har fått mange forespørsler, spesielt fra restauranter som tilbyr økologisk mat. Men vi er også på plass i kjedebutikkene, sier Edlund.

– Har gården stor nok melkeproduksjon til å tåle veksten?

– Vi har 60 kyr selv. Men naboen, som også driver økologisk, har 300. Og han er klar til å levere melk til oss!



Kikert-konfekt

Kikertkonfekten fra danske Bælg er noe helt nytt, som inneholder alt som markedet etterspør, og kan nytes helt uten dårlig samvittighet; kortreist, glutenfritt, laktosefritt, vegansk og miljøsmart. Konfekt-bitene er laget av hele, ferske kikerter (ikke mel) overtrukket med mørk sjokolade. Finnes i variantene original, mint, appelsin og pistasj.

Bælg er produsert, håndtert, pakket – og frem til nå spist – på Fyhn. Selve kikerterne kommer fra Skjælland.



– Kjenner du noen i Norge som vil selge Bælg?, spør gründer Benjamin J. Pedersen (t.h.) ivrig.

nordic
organic
foodFAIR

MalmöMässan | Sweden
17-18 November 2021

Økologiske verdensnyheter

Dagligvarehandelen dro på nordisk øko-messe og fant verdens- og eurompanyheter i fleng, som insekts-snacks, flytende druesukker, burgerost, kikert-konfekt og kombucha av filterkaffe.

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no



Drømmer om norsk Meny

De danske gastronomi-sausene fra Sauce Umami er vurdert til å være bedre enn de du får på restaurant. Nå drømmer gründerne om å selge sausene i norske Meny-butikker.

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

Klassisk Béarnaise, Chili Béarnaise og Hollandaise er alle laget med økologisk smør og økologiske eggeplommer og produsentens egen béarnaise-essens, tilsatt estragon og krydder, samt honning og hvitvin.

Gourmetsausene har vært tilgjengelig i danske Meny et par år, og det danske matbladet Gastro har vurdert sausene til å være bedre enn sauser man får på gode, danske restauranter.

– Vi bruker ekstremt dyre råvarer. Og hvis du først har kjøpt inn dyrt kjøtt og god vin, gir det ingen mening å spare 20 kroner på billig saus, slår

daglig leder Henrik Bach Jørgensen fast. Et glass med gourmetsaus koster 59 danske kroner i butikk.

– Sausene er økologiske. Hvor viktig er det?

– Premisset for oss var å bruke de beste råvarene du kan få tak i. Vi vil lage gourmetprodukter, ikke kjemi. Og det beste smøret og de beste eggene i Danmark er økolo-

giske, forklarer Bach Jørgensen, som tror at fremtiden uansett er økologisk.

– Økologisk blir standarden, og en forutsetning for alt annet, mener han.

Sauce Umami startet med bearnaise og hollandaise fordi de to utgjør minst 50 prosent av ferdig-saus-salget i Danmark. Nå planlegger de å lansere nye typer rettet mot sushi-spisere. De planlegger også eksport, og er i dialog med kjeder i Tyskland, Nederland og Belgia.

– Og så har jeg en drøm om å komme inn i Meny i Norge! Jeg vet at nordmenn er villige til å bruke penger på god mat, sier Henrik Bach Jørgensen.



Malin Brusset (t.h.) sammen med Desiree Persson, som er salgsansvarlig for Gro Gro i Sverige.



Rått, økologisk druesukker

Patricia de Middel har gjort alt selv, inkludert emballasjedesign, der hun har fått litt hjelp av barna sine. Swicily er uprosessert, økologisk, flytende druesukker – det eneste i sitt slag i verden.

– Jeg ville vise at sukker kan være superfood, og vil ha slutt på det hat-forholdet vi har fått til sukker, sier opphavskvinnen, som opplyser om at nyheten kan brukes i te, bakervarer, på frokostblandingen og til alt du ellers vil ha litt sukker i.



Fermentert te av kaffe

Ikke før har vi lært at kombucha er fermentert te, så kommer kombucha laget av kaffe. Nyheten Læsk Organic Coffee Kombucha fra Danmark lages av økologisk filterkaffe som er fermentert med kombucha-kulturen fra Læsk. Ifølge produsenten er dette den eneste økologiske kombuchaen laget av filterkaffe i verden!

Gro Gro satser i Sverige

Den norske, økologiske barnematprodusenten Gro Gro er også lansert i Sverige.

Det begynte med salg gjennom Mathem.se, som kan sammenlignes med Oda i Norge, i vår. I september fikk de egen, svensk nettbutikk.

– Sverige har bedre løsninger for

kjøledistribusjon helt hjem, forteller gründer Malin Brusset, som selv er svensk, om hvorfor de ikke har nettbutikk i Norge.

I dag kan man få tak i kaldpresset barnemat fra Gro Gro i halve Sverige.

Nylig fikk de også på plass en egen barnematkjøler i en Ica-butikk utenfor Stockholm. Som du tidligere har lest i Dagligvarehandelen, har Gro Gro et testprosjekt med barnematkjølere i Meny-butikker i Norge.

– I Sverige kan man forhandle med enkeltbutikker, og må ikke via kjedekontoret sentralt, forklarer Brusset. Det gir henne bedre kontroll med distribusjonen.

– Hvordan går salget i Norge?

– Stadig bedre. Spesielt merket vi en økning da Oda la om til lavprisprofil – det medførte nesten en dobling. Piloten i Meny har også gått bra, forteller hun. Også i enkelte Coop Obs-butikker har de fått inn egne barnemat-kjølere i det siste.

– Planer fremover?

– Vi planlegger å ha hovedfokus på Sverige i 2022, sier Brusset, som nylig kunne feire ettårsjubileum for salg i Norge.

Verdens morsomste party-snack – laget av sirisser

MARIT HAUGDAHL
marit@dagligvarehandelen.no

Pasi Porkka har holdt på med insektsmat i 3,5 år – noe som er lenge i denne sammenhengen.

– Alle som startet opp samtidig med meg, har sluttet, på grunn av problemer med lovgivningen, forteller han. Insekter var rett og slett ikke godkjent som mat.

– Derfor begynte vi å selge det som kjøkkendekorasjon, med høyere moms, og en tekst om at det spises på eget ansvar. Det ble en stor suksess, ler Pasi Porkka. Men

gjenkjøpet var kanskje ikke det største. Så ble hele insekter tillatt i flere EU-land.

Porkka startet først med et annet merke og andre typer produkter, før han fant ut at det var partysnacks han skulle satse på.

– Det er jo sånn de spiser insekter i Afrika! Som festmat med en øl når de skal ha det gøy, slår han fast.

Salgssuksessen uteble likevel, og Porkka manglet også et sted å produsere Party Bugs. Så kom korona.

– Nå er vi tilbake, erklærer Pasi Porkka, antrukket i lilla glitterdress og matchende glitterhatt for å vise at det er fest og moro.

Størst interesse for Party Bugs merker han fra Japan, Vietnam og Hong Kong.

– De setter pris på kvaliteten ved produkter som er produsert i EU, fordi vi har så god kontroll på matsikkerheten.

Party Bugs er laget av sirisser som er dyrket frem spesielt for å bli brukt i mat, og varmebehandlet før bruk. Ifølge gründeren er Party Bugs de første spiselige insektene som er utviklet spesielt som partysnacks i verden.

– Jeg har analysert markedet i hele verden, og det finnes ingenting som likner fra før, hevder han.



– Ingen nordmann har foreløpig funnet min webshop. Jeg har heller ikke hørt fra noen distributører. Enda, sier Pasi Porkka optimistisk.



Han er viktigere enn meg, sier Siri Helen Winther om sin mester-yster Davide Bueno. Her med dagens ferske mozzarella. Man må yste mozzarella i minimum ni år før man kan kalle seg mester. – Sammenliknet med Davide er jeg bare en baby, bedyrer Siri Helen.

By-ysteriet på Aker Brygge

Fire av ostene som lages hos Winther på Aker Brygge er nå tilgjengelige i Meny-kjeden.

MARIT HAUGDAHL

marit@dagligvarehandelen.no

Alle ostene er Debio-merket og ystet på økologisk melk fra Grøndalen gård.

Kvalitetsforskjell

– Hvor viktig var det at osten skulle være økologisk?

– Åh, det var kjempeviktig! Det er absolutt forskjell på smak og kvalitet. I økologisk drift er det andre forutsetninger for før og hvordan de jobber med dyra. Og så er jo Grøndalen gård dyreverns-merket, som gir melka derfra en ekstra dimensjon, forteller daglig leder og medeier Siri Helen Winther.

Etter nesten 25 år i Meny-systemet sa hun opp jobben og åpnet Winther Artisan Food & Restaurant sammen med fire medeiere i fjor sommer. Her, sentralt på Aker brygge, er det ysteri, delikatessebutikk og restaurant. Etter noen

måneders drift ble Winther koro-nastengt, og da de gjenåpnet i mai hadde Siri Helen stått alene på ysteriet i over et halv år.

Snøballen ruller

Snøball (mozzarella), Snøball med fløtekjerne (burrata), Snøfall (fløtekjernen i Snøball) samt Kram snø (ricotta) fra Winther ble testet i rundt 30 Meny-butikker fra uke 42, men er nå tilgjengelig for alle Meny-butikker som ønsker.

– Var det planen å selge til dagligvare hele tiden?

– Ja. Det begynte med at vi hadde lyst til å skape et by-ysteri i Oslo. Så ballet det litt på seg, med en restaurant og en liten butikk. Men det begynte med ysteriet forteller Siri Helen.

– Vi hadde lyst til, når vi først etablerte et ysteri, at vi ikke bare skulle selge her, men gi osten til andre i Norge også. Men vi har så vidt starta, erkjenner ysteren.

Kapasitet: 30 tonn

Vinduene inn til ysteriet er dekket av damp, for nå produseres det ricotta der inne. Modningsrom og pakkeri ligger i kjelleren.

– Hvor mye kan dere produsere?

– Det er klart vi vil nå taket her på et eller annet tidspunkt. Men det er lenge til, sier hun. I år kommer Winther til å produsere nærmere seks tonn ost. Kapasiteten er på ca. 30 tonn.

– Nye produkter?

– Ja, nå tester vi en ny ost. Vi har allerede en fast ost i restauranten, som ikke er i Meny, og nå tester vi en ny ost som vi vasker i sider fra Åkre gård. Men det kan jeg ikke si mer om, for det er helt i startfasen.

Beliggenheten midt på Aker Brygge er nøye utvalgt – de fem eierne ville ha et lokale som synes godt med mye trafikk.

– Her er det en helt gjennomsluttig produksjon. Det er vinduer fra innsiden hos oss hvor du kan stå og følge med, og du kan stå på utsiden og se inn i produksjonen, forteller Siri Helen.

– Men nordmenn er litt sjenerte. De tør ikke stå og glo, men utenlandske turister banker på og vinker, forteller hun videre.

Unikt konsept

Siri Helen har god oversikt over norsk osteproduksjon, etter å ha vært kate-

goriansvarlig for ost i Meny-kjeden, og vært dommer både i oste-NM og i oste-VM en rekke ganger.

Hun vet også at det er veldig få steder i verden hvor man har ost i restauranten som er produsert på samme sted.

– Det er ysteriet som gjør dette konseptet unikt, men det er i restauranten vi har høyest omsetning, forteller hun.

– Jeg har ikke sett helt det samme noe sted. Men jeg har sett ched-

darproduksjon midt i New York, og det samme finnes i Seattle. Og de har en restaurant i Danmark, Bæst, som lager egen håndverks-mozarella. De er topp tre eller fem i verden på pizza, så de er ganske gode, slår Siri Helen fast. Bæst lager også alle pølsene og spekematen selv, noe man ikke har planer om på Winther.

– Men vi har tenkt å putte osten vår i ei pølse, i et samarbeid med Metervare her i Oslo. De tester med fastosten vår nå. Det blir tøft!



Burrata er ganske ferskt i Norge, og en av Siri Helen Winthers mange oppgaver fremover blir å lære nordmenn hvordan den brukes, som at den ikke skal legges på pizzaen før etter at den er stekt.

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!
1. mars

Dagligvarehandelen utgir eget
økologi-bilag fire ganger i året.
Interessert i å annonsere?

Ring Yngve: **901 77 242**
yngve@dagligvarehandelen.no

Dagligvarehandelen