

InnovationFood

ETT OMVÄRLDS- OCH NYHETSMAGASIN FRÅN KIL INNOVATION FOOD ARENA. JULI 2011.

SMAKA PÅ VÄRMLAND



Europeiska jordbruksfonden för
landsbygdsutveckling: Europa
investerar i landsbygdsområden

matmässa 30 september & 1 oktober 2011

Planeringen av Värmlands första regionala matmässa har nått halvtid och intresset för den är imponerande! Arrangemanget ser ut att bli just det avstamp som var tanken; två späckade mässdagar för att vrida upp temperaturen och därmed tillväxten i vår del av Matlandet Sverige.

Läs mer på sidan 3.

Husmansbord Värmland 2011

Husmansbord® har besökt Värmland och satt sökarljuset på den värmländska livsmedelsproduktionen. Läs mer på sidan 8.



8

Mångkulturellt Mattveckling på "G"

Åtta kvinnor med ursprung i åtta olika länder. Åtta olika kulturer. Läs mer på sidan 5.



5

KRÖNIKA JULI 2011

Thunberg tycker till.

BO THUNBERG PROJEKTLEDARE FÖR KIFA bo.thunberg@kil.se

Närvarande. Mer eller mindre.

Sitter på Jamie Olivers restaurang Barbecoa i London med den mäktiga kupolen på St. Pauls Cathedral alldeles utanför fönstret. Funderar på om Värmland finns. Eller finns och finns. Det är förstås alldeles självklart att landskapet Värmland finns och att alla som bor och verkar i, eller har någon relation till, Värmland vet om regionens existens. Men frågan som inställer sig är om geografiska begrepp har någon avgörande betydelse när det kommer till kritan. Spelar tillhörigheten till en region eller en ort någon roll för hur vi agerar när vi uppträder som konsument, gäster eller något annat på marknaden? Av egen erfarenhet vet jag att man bör vara försiktig med att tolka tecken som kanske visar sig vara snabbt flyktiga dagsländor eller som lite längre fram kommer att uppfattas som något helt annat. Utan att därför våga dra någon entydig slutsats så är det ändå värt ett litet utropstecken att det i den mångkulturella smältdegel en storstad som London är märks att kommunikationen kring kvalitet och ursprung hos maten förändras. Geografiska beteckningar i mer allmänna termer verkar vara på väg ut. Närvaron av människor som tydligt står upp för något liksom närvaron av gårdar, sammanslutningar och värdebaserade mer eller mindre personliga varumärken på väg upp.

En sommarkväll som denna är restaurangen full med folk. Det är mycket skratt och glam, en minst sagt salig blandning av människor och den där sortens stimmighet som gör att storstadsmiljön i all sin oöverblickbarhet känns så varm och inbjudande. Måltiden i sig är naturligtvis alldeles utmärkt. På en så extremt konkurrensutsatt marknad som en storstad med mer än åtta miljoner invånare är det lika med självmord att leverera något annat än det absolut bästa. Gästerna, konsumenterna, vet att de sitter på den slutliga makten och lojaliteten finns inte kvar om inte leveransen håller måttet. Också på en restaurang som denna träder just "närvaro" fram som något som förstärker helhetsupplevel-

sen. Personalen är inte bara fysiskt närvarande utan också i allra högsta grad mentalt. Det må gälla service likväl som frågor om innehållet på menyn, ursprunget på nötköttet eller varför det spelar roll att det är hängmörat "minimum 48 dygn".

Närvaro är inte bara att fysiskt finnas på plats. Ställer man frågan på Jamie Olivers restaurang varifrån köttet verkligen kommer så möts man varken av något trött gäspande eller en känsla av att man stör. Man får definitivt inte ett "god dag yxskaft"-svar i brist på engagemang att orka ta reda på ett vettigt svar. Man möts av någon som är till hundra procent närvarande i verksamheten och som ser det som fullständigt självklart att kunden/gästen ska få full utdelning. Men man möts också av någon som ser människan bakom kund- och gästrollen, som förstår betydelsen av att bli sedd och bejakad som något mer än en person medförande en plånbok. Eftersmaken blir därför så mycket mer än en schysst måltid och bidrar till att skapa tillit också på längre sikt.

Närvaron, och det tydliga personliga engagemanget, är något vi har mycket att lära av när vi ska lyfta Mat-Värmland högre upp i divisionerna. Det gäller när vi presenterar vår del av världen som helhet eller som boende- och besöksmiljö. Men det gäller kanske i än högre grad i vardagen, i alla de situationer när dagens överutbudsmättade konsumenter på en bråkdel av en sekund gör sina val – i de butiker vi handlar, på pizzerian på väg hem från träningen, i matsalen på äldreboendet eller på en vanlig lunchrestaurang. Det är först när vi kombinerar kvalitet på maten och ett rikt utbud med en tydlig och engagerad närvaro som vi kommer att ta en tydligare position. ■

Värmländska matmässan växer fram:

Det smakar allt bättre!



Planeringen av Värmlands första regionala matmässa har nått halvtid och intresset för den är imponerande! Arrangemanget ser ut att bli just det avstamp som var tanken; två späckade mässtdagar för att vrida upp temperaturen och därmed tillväxten i vår del av Matlandet Sverige.

Projektledaren Lena Kansbod på Hushållningssällskapet har ägnat våren åt att besöka ett 50-tal aktörer i näringen, små såväl som större, och mötts av stor uppslutning.

- Motivationen är väldigt stark. Företagen vill delta inte bara för egen skull utan också för att hjälpa till att staka ut en gemensam väg framåt, säger hon.

Att det kommer att ryka, bubbla, dofta och smaka himmelskt svarar de värmländska kockarna för. Kockföreningen har med stor entusiasm tagit på sig uppgiften att tillreda välmixade kombinationer av utställarnas produkter. På mässan kommer det också att finnas ett rikt utbud värmländska livsmedelsprodukter till försäljning.

För mässans inramning svarar länshemslöjdskonsulenten Carina Olsson på Region Värmland.

- Scenografin byggs kring skogen, vattnet, bären och svampen; allt det vi i Värmland har så slösande mycket av. Det blir en sinnlig upplevelse där besökarna kan se, höra, känna och inte minst lukta. Och förstås göra själva: en rad aktiviteter för barn är inplanerade.

Konsthantverkarna är självklart med på banan och allt vad de förmår när det gäller kvalitativt hantverk relaterat till mat och måltid kommer att finnas på plats. Den traditionella knivmässan har i år förlagts till Mariebergsskogen och eftersom det - lämpligt nog – råkar vara den internationella tovningsdagen den 1 oktober förläggs också det firandet till mässområdet.

Att planera den inledande branschdagen har varit en utmaning där många vill mycket och det finns rykande aktuella ämnen att diskutera. Efter att ha lyssnat noga på näringen och tänkt på tiden så mycket som rimligt är, har programpunkterna spikats enligt inbjudan på nästa sida. Det blir en späckad dag med minutdisciplin (!) och intressanta föreläsare varav merparten är klara, bland andra Jörgen Jedbratt från Kairos Future, Monica Sihlén från Miljöstyrningsrådet och Maria Masoomi som är regeringens expert på mångkulturell mat.

CHRISTINA WIKSTRÖM
Projektgruppen för Matmässan

Alla som vill se hur mässan växer fram, och kommentera om man vill, kan gå in på Facebook där sidan heter Smaka på Värmland med underrubrik Mat/dryck.

Fortsättning på nästa sida ►

En branschdag om värmländsk mat

Fredagen den 30 september anordnas en kunskaps- och informationsdag om värmländsk mat. Dagen efter, den 1 oktober, öppnas portarna till matmässan Smaka på Värmland. Båda evenemangen hålls i Mariebergsskogen Karlstad.



Du hälsas välkommen till branschdagen den 30 september.
Tid: 8.30 till ca 19.00
Plats: Holken, Mariebergsskogen Karlstad

Tillsammans med dig vill vi sätta Värmland på kartan, med visionen om "Sverige - det nya matlandet"!

Moderator är Leif Stinnerbom från Västanå Teater.
Under dagen lotsar han oss igenom aktuella sakfrågor i smakfullt sällskap.

Preliminärt program

- Invigning av Leif Stinnerbom, landshövding Eva Eriksson och regionråd Catarina Segersten-Larsson.
- Vad vill konsumenten ha? Vad är konsumenten beredd att betala för? Kairos Future.
- Allt måste förpackas, även mat. Hur då och i vad? The Packaging Arena.
- Goda exempel på samarbeten och projekt i Matlandet. Mat från Skaraborg samt Rätt och Slätt, Östergötland.
- Lunch på Terrassen.
- Trösklar och hinder. Offentlig upphandling. Miljöstyrningsrådet.
- Så här gjorde vi: lyckad upphandling av närproducerad mat. Katarina Gip, Dalslands kommunalförbund.
- Mångkulturell mat med närproducerade råvaror. Maria Masoumi.
- Om projektet Innovativ Mångkulturell Matutveckling, KIFA (Kil Innovation Food Arena).
- Hur vi jobbar i projektet "Sverige - det nya matlandet?", Visit Sweden.
- Vad smakar Värmland? Hur bygger vi en regional matidentitet och vad kan/bör vi satsa på? Bibi Kringlund, Kulinarika.
- Sammanfattning och diskussion.
- Lättare närproducerad buffé med affärsmingel som avslutning på dagen.

Anmälan: senast den 10 september 2011 till: varmland@hushallningssallskapet.se

Pris: 625 kr exkl. moms. Faktureras av Hushållningssällskapet i Värmland

Kontakt och information: Lena Kansbod, Hushållningssällskapet, 054-54 56 19 eller 070-829 09 28.

Läs mer: på Länsstyrelsens webb: www.lansstyrelsen.se/varmland under rubriken Lantbruk & Landsbygd - Landsbygdsutveckling. Och på Facebooksidan - [Smaka på Värmland](#).

Inbjudan går ut till: restauranger, hotell och konferensanläggningar, kostchefer, livsmedelskedjor, inköpsansvariga på kommuner och landsting, skolornas livsmedelsprogram, andra som arbetar professionellt med mat i Värmland samt värmländska politiker.



Målet är att:

- **Samla företag, entreprenörer och intresseorganisationer** i den värmländska mat- och måltidssektorn vid ett och samma tillfälle/plats.
- **Skapa en värmländsk arena** för ett uppväxlat mat-landsarbete med fokus på kvalitativ, lockande och smakfull regional vardagsmat som når marknads-mässiga framgångar.
- **Inspirera konsumenter och visa mångfalden** av och tillgängligheten till närproducerade livsmedel i Värmland.
- **Visa upp värmländsk kultur/konstnätverk** relaterad till mat/måltid för att på det sättet ytterligare öka lyskraften hos näringen.

Mångkulturella projektdeltagare möter Mat-Värmland



Åtta kvinnor med ursprung i åtta olika länder. Åtta olika kulturer. Alla har de gjort en lång resa för att komma hit och börja om, bygga upp nya liv i ett nytt land. Sedan en dryg månad tillbaka gör de också en resa tillsammans, en inre såväl som yttre. Genom att medverka i projektet Innovativ Mångkulturell Matutveckling delar de nu med sig av sina rika matkulturer till varandra och till matproducenter över hela Värmland.

Sverige ska bli Det Nya Matlandet. Sverige ska bli ett land som är känt för sin spännande innovativa matkultur. Men vad är det egentligen som är nytt i matlandet Sverige, och varifrån hämtar vi upp nya spännande impulser och idéer? Utifrån förstås.

Det Nya Matlandet är i ordets rätta bemärkelse ett nytt matland för många av våra invånare, som bär med sig sin egen matkultur hit.

De åtta deltagarna i projektet har alla ett stort intresse och gedigen kunskap inom matområdet och har genomgående en önskan att utvecklas inom det. Några av kvinnorna har redan idéer kring vad de vill syssla med, andra är mer allmänt nyfikna på hur Värmland och världen kan korsbefruktas på matområdet. Under projektets första fas, som vi nu är inne i, får deltagarna möjlighet att träffa många av

de duktiga producenter vi har runt om i Värmland. Under dessa besök berättar och visar producenterna eller förädlarna sin verksamhet och gruppen får möjlighet att ställa frågor om allt från lokaler, råvaror, transporter, ekonomi etc. Det har glädjande nog också visat sig att kvinnorna gärna och spontant delar med sig av likheter, skillnader och erfarenheter från sina hemländers traditioner inom matproduktion. I Afghanistan går man till exempel med sitt bröd till en av de många vedugnar som finns på mindre bagerier i närheten och får sitt eget bröd gräddat där. Och vår värmländska specialitet rostat havremjöl, s k skrädmjöl, är inte bara värmländskt utan också mycket vanligt förekommande vardagsmat i Eritrea.

Förutom att möta och inspireras av förädlare jobbar gruppen också kring olika teman i köksmiljö med proffsig och inspirerande handledning. Så här långt har vi hunnit med en brödbakningsdag i vedugn med Lena Nyreen, då deltagarna bakade allt från finska surdegsbröd helt utan jäst till dinkelbröd och ljusa lantbröd med frasig skorpa. Vi har även skapat en härlig sommarbuffé från Mellanöstern med hjälp av Houda Zoubi från Syrien. ■

MARIA ESBJÖRNSSON

(Verksamhetsledare på KIFA, tel. 0554-195 57)

... Mattias Dahlman på Örtikultur i Brunskog.

Först med klimatcertifiering i Värmland!

Du är första företaget i regionen som klimatcertifierats av Svenskt Sigill. Vad innebär detta?

- Grunden är att minst 80 procent av vår energiförbrukning ska komma från icke-fossila bränslen. I vårt fall löser vi detta med hjälp av grön el och pellets. Vi måste också göra en energikartläggning och en plan för energieffektivisering och besparingar samt identifiera hur de fortsatta åtgärderna för att spara energi ser ut.

Spelar klimatfrågan någon roll för dina kunder?

Kommer du att sälja mer tack vare klimatcertifieringen?

- Mina kunder har bemött certifieringen väldigt positivt men om det kommer att spela någon större roll för vår försäljning är svårt att säga. Men satsningen är viktig för mig som företagare – det känns inte bra att bränna en massa olja. Det har inte varit ekonomiskt möjligt att göra investeringen tidigare men nu känns timningen rätt. Själva certifieringen är också ett bra sätt att visa att vi gör vad vi kan. Just nu går det visserligen jämnt upp om jag väljer olja eller något annat men framöver är satsningen riktig, det kommer förstas att bli betydligt dyrare att elda olja.

Berätta kort om Örtikultur!

- Började med företaget 2005. Innan dess jobbade jag på en större odling nere på Orust under veckorna men ville tillbaks hem till Värmland mera permanent. Jag funderade en hel del på vad jag skulle kunna satsa på. Så kom tillfället att kunna ta över de gamla växthusen i Brunsberg och det blev upptakten till att starta företaget Örtikultur. Idag är vi fyra anställda utöver mig själv och vi odlar för tillfället 13 sorters örter i kruka avsedda för konsumentmarknaden och klippta i lådor för restaurangsektorn. Vi levererar till grossist och butikerna får leverans minst tre gånger per vecka.

Hur ser marknadsutvecklingen ut för färska örter?

- Det har varit en stadig ökning totalt sett under de senaste 10-15 åren även om vi nu ser en viss avmattning. I Värmland beror det på hur stor del av marknaden jag har/når. Intressant i sammanhanget är att av de mindre sorterna, t. ex. koriander, mynta och salvia, har försäljningen ökat.

Du är ganska ensam om att odla färska örter i den här delen av landet. Spelar närproduktionsaspekten någon roll för kunderna?

- Närproducerat av hög kvalitet är mitt allra viktigaste försäljningsargument allra kategorier. Sedan är naturligtvis färskheten också viktig, att det är kort tid mellan skörd och köp i butik. Hållbarheten för örterna är kort och då är just färskheten särskilt viktig.

Inom livsmedelssektorn diskuteras mycket nödvändigheten att öka förädling. Är det något som kan utvecklas inom ditt område?

- Det kan säkert ha en potential. Idag får jag bäst betalt för vår produktion när vi säljer örterna i kruka och därför fokuserar vi på det. Förädling av överskottet är naturligtvis en möjlighet men vi måste alltid hantera att detta blir ett ojämnt inflöde så det är svårt att bedöma möjligheterna i stort. Vi säljer dock en del idag till pestotillverkning.

Vad ser du, utifrån din verksamhet, som de största utmaningarna för den värmländska livsmedelsbranschen de närmsta åren?

- Det viktigaste handlar egentligen om grunderna för allt företagande – alla vi som arbetar småskaligt måste få en bättre lönsamhet samtidigt som vi kan utveckla just småskaligheten som koncept. Men vi behöver också utveckla hur vi arbetar mot marknaden, finna nya och mer effektiva vägar till kunderna. ■

” Det är grönt, ljust och sommarklimat året runt!
MATTIAS DAHLMAN OM SIN VERKSAMHET
I RADIO VÄRMLAND 21 JULI 2011

Fakta om klimatcertifieringen:
www.klimatmarkning.se www.svensksigill.se

Bra Mat Hemma etableras i Värmland

Konsum Värmland har köpt 51 procent av aktierna i matkassaföretaget Bra Mat Hemma och blir därmed huvudägare i bolaget. Företaget har fram tills nu haft sin huvudsakliga verksamhet i Örebrotrakten. Bra Mat Hemma bildades 2009. Året efter gick Wingefors Invest in som huvudägare. Affärsidéen är att erbjuda kunder att via nätet prenumerera på veckans middagar och få leverans hem till dörren. Idag har företaget fyra anställda.

- Genom samarbetet med Wingefors Invest vill vi på allvar etablera oss på den expanderande marknaden för färdigpaketerade middagslösningar, men ändå behålla ett brett utbud av lokalt producerade varor, konstaterar Konsum Värmlands VD Steve Fredriksson.

- Vi är övertygade om att vi kommer att hitta många nya kunder, samtidigt som vi törs utlova en fortsatt hög service till våra trogna kunder i Örebro. Det första vi har att ta tag i är att leta efter lämpliga lokaler i Karlstadstrakten, säger företagets VD Karin Trautman.

ICA Maxi satsar på närproducerat

ICA Maxi Stormarknad i Karlstad och i Kristinehamn har inlett ett samarbete med flera regionala livsmedelsproducenter.

- Satsningen går under namnet "Mat från trakten" och vi har som målsättning att ge större utrymme åt lokala aktörer som fokuserar på svenska råvaror och småskalig produktion, säger Christer Johansson på ICA Maxi i Karlstad till NWT.

Alla produkter som märks med "Mat från trakten" är producerade inom en radie på cirka 25 mil och är tillverkade av svenska råvaror. Samtliga leverantörer som finns med förväntas leva upp till högst ställda krav vad gäller kvalitet, mervärde för kunden och ambition att vilja utvecklas. I den inledande fasen är samarbetsparterna lokala aktörer som Hemgården, Skövde slakteri och Milko. Sedan tidigare samarbetar ICA Maxi även med ett flertal av medlemmarna i föreningen Värmlandsmat.

(www.matfrantrakten.se)

Storhandlande konsumenter slänger mest

Forskare vid Karlstads universitet har granskat vilka livsmedel hushållen slänger och varför maten hamnar i soporna. I studien där 60 familjer deltagit konstateras att det inte med automatik behöver innebära ett resursslöseri med för mycket förpackningar;

- Att slänga mat är sämre för miljön än att öka förpackningarna lite. Det finns ingen lag som lyfter fram att det är vådligt att slänga mat men däremot att man ska snåla med förpackningar. Den frågan har vi velat lyfta, säger Helèn Williams, forskare vid Miljö- och energisystem vid Karlstads universitet till NWT.

Studien visar också att det är sämre att storhandla ur matspillsynpunkt. Familjer som handlar mindre mat men oftare slänger snittmässigt 1,2 kilo mat per vecka. De som handlar mera sällan, men mer, slänger däremot två kilo mat i veckan.

- Vi har velat öka kunskapen om varför man slänger mat. Tio procent av den mat som slängs beror direkt på att förpackningarna med mat är för stora och att förpackningarna är svåra att tömma, fortsätter Helèn Williams. Det kan finnas ett samband mellan förstörda råvaror och bristande förpackningar.

(Källa; NWT 14 juni 2011)

ICA Skoghall lagar eget

ICA Tummen i Skoghall bygger ut butiken och väljer då att satsa på en ny profil. In med färskt och ut med fryst är ägaren Urban Svenssons motto. Hos ICA Tummen kommer man också att kunna köpa färdiglagade luncher till kiloprisk, lagade på plats i butiken av en nyanställd kock. Därmed följer ICA Tummen en trend inom dagligvarubranschen som hittills framför allt syns i storstadsregionerna. Butiken kommer också att ha en större och mera välförsedd chark, en stor och påkostad ostdisk, ett utökat bageri och en satsning på mer färsk frukt och kött.

(Källa: NWT 22 juni 2)

HUSMANSBORD VÄRMLAND 2011

Husmansbord® tar tempen på den värmländska maten

I december 2009 genomfördes den första Husmansbordsbedömningen i Sverige. Sedan dess har konceptet utvecklats och arrangerats på andra håll i landet men också med tentakler till olika event utomlands. Nu har Husmansbord® besökt Värmland på nytt och satt sökarljuset på den värmländska livsmedelsproduktionen.

Pelle Agorelius, upphovsman och ansvarig för Husmansbord är nöjd med intresset från de värmländska producenterna. Antalet företag som anmälde sig var lika stort som 2009 medan antalet artiklar är aningen färre. Genom att information och hantering i förväg utvecklats har företagen blivit mera noggranna med vad de skickar in för bedömning.

Resultaten från Husmansbord Värmland visar att det sker mycket på utvecklingsidan. Företagen har, jämfört med 2009, överlag utvecklat förpackningskommunikationen, det märks att detta ligger i tiden.

- En reflektion är att begrepp som "nära", "lokalt" och "mathantverk" fungerar som tydliga säljargument just nu, annars skulle de inte vara så utbredda. Samtidigt för det tankarna till hur morgondagens argument ser ut. Några jobbar redan med personlig avsändare, det tror jag konsumenter och kanske även handeln uppskattar och är något vi kan få se mer av, konstaterar Pelle Agorelius.

Det ligger förstås nära till hands att vilja jämföra Värmland med andra landskap och andra regionala bedömningar. Pelle Agorelius tycker inte att Husmansbordsbedömningen i sig syftar till att göra den sortens jämförelser:

- Jag tycker att man ska komma ihåg att landskapen i sig inte är produkter, det är landskapens innehåll, det som produceras där, som är det som ska visa mervärden. Mervärdet är att vara unik och kommunicera det till den balans och grad att kunden tycker att varan är "värd mer" än den faktiskt kostar. Några värmlandsföretag har också kom-

mit igång med en exportkurs vi kört igång nyligen tillsammans med Exportrådet här i Grythyttan. Jag kan inte säga att Värmland på något sätt ligger direkt före i den utvecklingen, men flera börjar nu få upp ögonen för att även mindre företag kan blicka ut från den egna dalgången och "tänka tanken" att se sina unika produkter på export, istället för att bara tänka tillväxt genom att försöka komma in i prispressande dagligvarubutiker med sina delikatesser.

En del tycks ha uppfattat att man "vinner" en Husmansbordsbedömning, något som Pelle Agorelius är tydlig att ta avstånd från:



- Husmansbord är ingen tävling, det är mera en process. Fördelarna med konceptet ligger i betraktarens/brukarens öga. Några exempel: Nyttan för en producent att få "feedback", för en journalist eller kokboksförfattare att få tips om nya produkter eller producenter, för en konsument att glädjas med sin favoritbagares diplom eller en mer allmän nytta av att fler uppmuntras att reflektera över kvaliteten på egna matupplevelser. Vi vill medverka till att över-

sätta ursprung och kvalitet från råvara till serverad mat och har en rad exempel på hur detta visar sig vara rätt väg att gå. Många vill vara med, inte minst kockar och opinionsbildare. Husmansbord ska betyda något för målgrupperna, det är då gemenskapen utvecklar matens mervärden. Ett exempel på detta var när jag själv och några kockar samarbetade med Svenskt Sigill på Persmäss i fjol i Karlstad. Tusentals värmlänningar stannade till och fick smaka på Husmansbords delikatessstallrikar och landskapsglass. Samtalet handlade om "matval" och Karlstad var också förra sommarens mest lyckade besök för Sigill-turnén, rent medialt. Det är ingen tvekan om att detta berodde på hur vi tillsammans med producenterna översatte just ursprung och kvalitet till serverad mat.

Sveriges Bästa Landskapsmat på gång. Nu arbetar Pelle Agorelius och Husmansbord med något man kallar för

Fortsättning på nästa sida ►



”Jakten på Sveriges Bästa Landskapsmat” som sker i samarbete med bland annat Jordbruksverket via projektpartnern Svenskt Sigill inom ramen för den nationella matlandssatsningen.

- De aktiviteter vi genomfört i olika samarbeten sedan december 2009 har varit väldigt framgångsrika. TV, radio, tidningar, mässor, middagar och igenkänning talar sitt tydliga språk. Konsumenter vill ju ha värde för matpengarna, de som betalar vill känna sig lyckade. Just nu är alla på jakt efter bra landskapsmat och vi hjälper gärna till. Om Sverige ska betraktas som ett matland av omvärlden ska vi alla i branschen vara beredda att göra hemläxan i perspektivfrågor. Lyft fram de som vill spela bortamatcher och fara ut i världen med sina produkter. Lyssna på dem när de kommer hem och berättar om erfarenheter och de styrkor och svagheter som visat sig i internationell konkurrens. Uppmuntra nya mattraditioner istället för att slå fast vad som är rätt eller fel, bejaka förändring och öka livslängden på de insatser som görs, konstaterar Pelle Agorelius. Han fortsätter:

- Vi tycker också att det är viktigt att förstå och respektera det som byggt de gamla matländerna i Europa. Att omsätta kunskap är inte att imitera. En Brie kommer från Brie, en Värmlandskörv från Värmland. Ödmjukhet inför stora och små kollegor, grannar och grannländer är en konkurrensfördel. Vi har goda förutsättningar att sätta Sverige och landskapsmaten på kartan. Men då gäller det att inte



fastna i nationalromantikens träsk eller gå vilse i inkompetensens öken. Det behövs kartor som visar var vattenhålen, vägarna och farorna finns. Genom att lyssna, lära och analysera kartlägger vi. Genom att dela erfarenheter och hjälpa de som känner sig manade att ge sig ut på nya marknader kommer vi alla att göra ett bättre jobb och utveckla matens mervärden. Därmed skapas en efterfrågan som ger bättre lönsamhet till den svenska primärproduktionen, fler arbetstillfällen i förädlingsleden och inte minst får turister snarare uppleva än äta maten som bjuds ute i landet. För det är väl det som är meningen...



Panelen som bedömde produkterna, från vänster: Rune Borg, informationschef från bland annat Uddeholm, Bofors och Procordia. Bengt Berg, poet och riksdagsledamot. Ella Nilsson, konsult, kött och charkexpert samt tidigare VD Svenskt Kött. Elin Agorelius, studerande från Saxhytte Gård. Anders Nilsson, informations och varumärkesspecialist samt journalist, bakgrund från bl a Expressen och TV4. Sven Eliaesson, statsvetare, professor och matresenär. Björn Ståhlberg, kökschef och delaktig i Husmansbord-stab. Anton Sääv, souschef på Henniekehammars Herrgård. Nellie Lindahl, studerande från Nibble Gård. Lena Lindahl, Nibble Gårdsgris. Helena Grekh sommelier med mångåriga meriter från bland annat Operakällaren.

” Att omsätta kunskap är inte att imitera.
 En Brie kommer från Brie, en Värmlandskörv från Värmland.
 Ödmjukhet inför stora och små kollegor, grannar och grannländer
 är en konkurrensfördel.

Fortsättning på nästa sida ►

DIPLOMERADE HUSMANSBORD VÄRMLAND 2011

SOMMARÄNG	FINNSKOGENS OSTAFFÄR
GREKISK YOGHURT	VÄRMLANDS MEJERI AB
TURKISK YOGHURT	VÄRMLANDS MEJERI AB
LAGRAD OST	LAKENE OSTGÅRD
BOCKHORNSKLÖVEROST	LAKENE OSTGÅRD
CHILIOST	LAKENE OSTGÅRD
GRYTHYTAN JAKT	GRYTHYTAN VIN AB
GÄRDETS ÄPPELMUST	GÄRDETS MUSTERI
FAMILJENS TRANBÄR FRUKTDRYCK	SWED-JAM AB
SÄSONGENS SYRADE GRÖNSAKER	FLOWFOOD KOOPERATION
GOURMETPOTATIS 900 GRAM	ÄNGEBÄCK TRÄDGÅRD AB
MATPOTATIS 2 KG SAXON	ÄNGEBÄCK TRÄDGÅRD AB
MATPOTATIS 5 KG SAXON	ÄNGEBÄCK TRÄDGÅRD AB
HONUNGSROSTAD MÜSLI	FLOWFOOD KOOPERATION
BIQUEMUMS	BJÖRNS BIGÅRD
KORVBRÖD 10-PACK	KONSUM VÄRMLAND BAGERI
KAVRING	KONSUM VÄRMLAND BAGERI
LJUVLIG OSÖTAD	KONSUM VÄRMLAND BAGERI
FILONE MED SOLTORKAD TOMAT	KONSUM VÄRMLAND BAGERI
VALNÖTSBRÖD MED SURDEG	SKAFFERIET
FRYKENKORV	BERGQVIST CHARK
HYGNS LUFTTORKADE SKINKA	HYGNS VILT
KALLRÖKT SNICKARSALAMI	HEMGÅRDEN
VÄRMLANDSKORV	HEMGÅRDEN
BACON RÖKT MED ALVEDSFLIS	HEMGÅRDEN
BLODPUDDING	VÄRMLANDS CHARK AB
BRATWURST 3-PACK	VÄRMLANDS CHARK AB
SKINKA FLATRÖKT	VÄRMLANDS CHARK AB
KÖTTKORV GAMMALDAGS	VÄRMLANDS CHARK AB
HJORT INNANLÅR	HYGNS VILT
BRESAOLA	PERFOLKS GÅRD
HÄNGMÖRAD RYGGBIFF	KILS SLAKTERI AB
HÄNGMÖRAD ROSTBIFF	KILS SLAKTERI AB
ÖRTMARINERAD VARMRÖKT LAXFILE	LILLÄNGSHAMNENS FISKRÖKERI
ABBORRFILÉ	LILLÄNGSHAMNENS FISKRÖKERI

HEDERSOMNÄMNANDEN HUSMANSBORD VÄRMLAND 2011

BACON RÖKT MED ALVEDSFLIS FRÅN HEMGÅRDENS, **LAGRAD OST** FRÅN LAKENE OSTGÅRD
GÄRDETS ÄPPELMUST FRÅN GÄRDETS MUSTERI, **HONUNGSROSTAD MYSLI** FRÅN FLOWFOOD
 KOOPERATION, **FRYKENKORV** FRÅN BERGQVIST CHARK, **KÖTTKORV GAMMALDAGS** FRÅN VÄRMLANDS
 CHARK, **HJORT, INNANLÅR** FRÅN HYGNS SVILT, **BRESAOLA** FRÅN PERSFOLKS GÅRD **HÄNGMÖRAD**
RYGGBIFF FRÅN KILS SLAKTERI, **GOURMETPOTATIS** FRÅN ÄNGEBÄCK



Sockerbit

Svenskt plockgodis lanseras i New York

Nu finns svenskt plockgodis i New York. Stefan Ernberg och hans hustru Florencia Baras har just öppnat en lös-godisbutik på 89 Christopher Street. Sockerbit heter den. Den lilla, och för amerikanarna helt nya, butiken har fått ordentlig uppmärksamhet bland annat i New York Times.

“Sockerbit has a vast and colourful collection of at least 139 other kinds of chewy, melty, jellied, sticky, crackly, nubbly, gooey and otherwise alluring little candies from Sweden. They are all on display, in bins, sold by the pound and set off by the whiteness of the store. It’s owned by Stefan Ernberg, from Sweden, and his wife, Florence Baras. The name, Ms. Baras said, means “sugar cube” in Swedish — she pointed out the dense, square little marshmallow, white with rounded corners, that looks like a sugar cube, as the icon. Each little bin gives a brief description of the candy it contains. Fruit and chocolate flavors dominate and licorice-lovers will be in heaven. The store also has empty papier maché Easter eggs decorated with traditional farm scenes, in two sizes, ready to fill.”

(Florence Fabricant i The New York Times, 15 april 2011.)



Helt klart väljer svenska folket elektronik, resor och kläder före livsmedel. Det är bara så.

CHRISTER ÅBERG, SVERIGE-CHEF I ARLA I NWT 16 JUNI 2011

Ökad artrikedom vid ekologisk odling

Artrikedom av växter och fjärilar ökar redan första året efter omställningen från konventionell till ekologisk produktion. Det framgår av en studie gjord av forskare vid Sveriges Lantbruksuniversitet (SLU) i Uppsala och Lunds universitet. Forskarna har mätt antalet växter och fjärilar på konventionella gårdar jämfört med ekologiska gårdar. På så sätt har forskarna kunnat uppskatta om, och hur snabbt, dessa organismer reagerar på en övergång till ekologiskt jordbruk.

Artrikedom av både växter och fjärilar var högre redan året efter omställningen till ekologiskt jordbruk. Antalet fjärilar fortsatte dessutom kontinuerligt att öka med tiden efter omställningen. De var i snitt 100 procent fler på gårdar som varit ekologiska i 25 år jämfört med de gårdar som nyligen ställts om.

(Källa: Pressmeddelande från SLU 19 maj 2011.)

Jordgubbars ursprung viktigt

Var fjärde svensk låter bli att köpa jordgubbar om de inte är svenska. Enligt en färsk kundundersökning från Yougov, gjord på uppdrag av Bärfrämjandet, anser 85 procent av svenskarna att det är viktigt med svenska jordgubbar. En tredjedel av de tillfrågade säger till och med att de vill veta vilken gård som bären odlats på.

(Källa; Dagens Industri 26 maj 2011)

TRENDER

Allt mer onyttigt, allt fler kalorier

Expertgruppen för Studier i Offentlig Ekonomi (ESO) presenterade nyligen rapporten "Kalorier kostar – en ESO-rapport om vikten av vikt". Den mat vi idag äter innehåller tio procent fler kalorier än 1980, konstateras i rapporten. Claude Marcus, professor vid Karolinska institutet och chef för Riskcentrum för svår övervikt hos barn kommenterar i DN analysen:

- Den här typen av konsumtionsundersökning har man inte riktigt kunnat visa förut. Det är ju väldigt alarmerande om det stämmer. Kombinationen av att vi svenskar äter mer och rör oss mindre ökar ju risken för att fler ska utveckla fetma.

- Det som var lyx för 30 år sedan har blivit vardag idag. Vi har ju fått en mycket högre levnadsstandard vad gäller maten – mer kött, mer grönsaker och fler lyxvaror som alkohol och läsk, mer grädde, säger Claude Marcus.

I ESO-rapporten konstateras att den svenska befolkningens genomsnittliga kroppslängd ökade med en procent mellan 1980 och 2005. Samtidigt ökade den genomsnittliga kroppsvikten i yngre medelåldern med tio procent. Under de senaste 20 åren har andelen överviktiga och feta i befolkningen fördubblats, och det finns nu exempelvis dubbelt så många 10-åringar med hög vikt som vid 1980-talets mitt.

Den ökande vikten är idag ett påtagligt folkhälsoproblem. Det blir därför nödvändigt att ställa sig frågan om det finns tillräckligt goda skäl för det offentliga att försöka styra utvecklingen? Och, om det finns motiv för ingripanden i människors levnadsvanor, vilka åtgärder är då mest ändamålsenliga? (Källa: www.eso.se)

FAKTA

Konsumtionen idag jämfört med 1980:

- 30% mer kött.
- 3 gånger mer läsk.
- 50% mer godis.
- Mer än 50% ökning av vinkonsumtionen.
- 3 gånger mer starköl.
- Minskning mjölkkonsumtion; 97 liter mjölk/person, då 162 liter/person.
- Fördubbling grönsaker.
- 10% mer frukt.

Idag kommer 16 % av vårt näringsintag från olika sorters sötsaker och läsk.



Slut på "Kaka! Kaka!"?

Kakmonstret i barnprogrammet Sesam ska nu dra ned på favoritfödan kakor meddelar det brittiska TV-bolaget BBC. Kakmonstret, en av de framträdande dockorna i Sesam, är känd för sin totalt omätliga aptit på kakor och kex och brukar också av bara farten tugga i sig kakfatet. Som ett led i en kampanj mot barnfetma ska nu kakmonstret, enligt seriens producenter, "breda sina matvanor". Läkaren Rosemarie Truglio som arbetar med TV-seriens pedagogiska inslag säger att man nu vill lära Kakmonstret "vikten av måttfullhet". TV-serien kommer framöver att inledas med hälsotips om nyttig mat och fysisk aktivitet. Kakmonstret kommer också att träffa nya vänner i form av pratande auberginer och morötter. Barnfetma är ett alltmer uppmärksammat problem i västvärlden. Vart tredje barn är överviktigt i USA, i Storbritannien en på 25. En studie från Umeå universitet år 2009 pekar på att 17 procent av svenska fyraåringar lider av fetma.

(Källa: DN 12 juli 2011).

Misstro mot forskare?

Forskare fortsätter att tappa i förtroende. Det visar en ny undersökning från SOM-institutet vid Göteborgs universitet. Johan Schnürer, vicerektor vid Sveriges Lantbruksuniversitet, kommenterar den nya undersökningen:

- När forskningen i huvudsak är sponsrad av skattefinansierade medel är de sjunkande siffrorna ett problem. Jag tror att alla universitet generellt måste bli bättre på att kommunicera med medborgarna.

Samtidigt som förtroendet stigit för vissa yrkesgrupper har den sjunkit för forskare. År 2007 uppgav 62 procent av de tillfrågade att de antingen hade mycket eller ganska stort förtroende för gruppen. I årets undersökning hamnade siffran på 52 procent. Läkare och poliser toppar statistiken medan rikspolitiker och ekonomer ligger i botten. Sämst förtroende, alla kategorier, har medborgarna för journalister – 20 procent.

SOM-institutet tolkar de sjunkande siffrorna som att "forskningen och universiteten börjar förlora sin upphöjda och ogranskade position i samhället".

Källa: www.som.gu.se

TRENDER

Svenskar äter alltmer importerade äpplen

Otydligt ursprung, för lite smak, mjuk och mjölig konsistens och dålig yttre kvalitet är exempel på sådant konsumenter reagerar negativt över när det gäller dagens utbud av frukt och grönt i butikerna. Trädgårdsbranschen har anlitat forskare vid lantbruksuniversitetet i Alnarp för att genomföra enkätundersökningar bland svenska konsumenter. Syftet är att ta reda på vad konsumenter tycker om några stora produkter och hur detta kan påverka en utveckling av den svenska odlingen av frukt och grönt.

80 procent av den svenska konsumtionen av äpplen utgörs av import. Inte ens under de svenska äppelns högsäsong, september till december, svarar den svenska produktionen för knappt mer än hälften. 70 procent av de tillfrågade uppger att de inte tycker att ursprung framgår tillräckligt tydligt i butik. Överlag anser svenska konsumenter att de inhemska äpplena är godare än de importerade.

Tomatkonsumtionen har fördubblats sedan 1982. Under samma period har dock den svenska tomatproduktionen minskat. Smaken är viktig för konsumenterna men de vill även se fler typer av tomater i utbudet. Sallad har också undersökts. Ökningen av färdiga salladsmixer är ett uttryck för konsumenternas strävan efter ökad bekvämlighet. I undersökningen sa cirka hälften att "svenskproducerat" var viktigt och man efterlyste en tydligare märkning i butik.

(Källa: forskning.se 27 juni 2011)

PROFILERING

Östgöta Mjök lanserar regnskogs-värnande mjök

Östgöta Mjök lanserar Sveriges första mjök som värnar om regnskogen. Mjöken tas fram utan palm- och sojaprodukter som annars är vanligt förekommande i kornas foder.

Östgötamjök som består av sju gårdar har gått samman med Skånemejerier och gör nu en kraftfull marknadskampanj, bland annat i Stockholmsområdet.

Istället för palm- och sojaprodukter får kossorna på Kättestad, Odensviksholm och Ogestads gård huvudsakligen gräs, vallfoder (hö och ensilage) och rapsmjöl från Sverige. Även ärtor och drank ingår i kornas dagliga foderstat. De tre gårdarna som är involverade i regnskogsprojektet har sammanlagt 1.300 kor vilket innebär en minskning av 407 ton sojaprodukter och 265 ton palmprodukter per år. En regnskogsareal på 468 hektar kan därmed sparas.

- Vår förhoppning är att med en större konsumentinsikt också kunna gynna svenskt jordbruk av foder. Detta är ett pilotprojekt men faller det väl ut är målet på sikt att fler bönder ska gå över till palm- och sojafritt foder, säger Ove Konradsson, VD för Östgöta Mjök.

(Källa: Pressmeddelande från Östgötamjök, 24 maj 2011).

POLITIK

I startgropen för nästa jordbrukspolitik

Jordbruket står för 41 procent av EU:s årliga budget och är därför en central fråga när den långsiktiga budgetramen för EU ska utformas. Europaparlamentet, kommissionen och medlemsstaterna ligger nu i startgroparna för förhandlingar om unionens prioriteringar för perioden 2013 – 2020. I höst kommer kommissionens förslag att lämnas. I Europaparlamentets jordbruksutskott har man sagt att EU:s framtida jordbrukspolitik måste vara utrustad för att kunna hantera livsmedelssäkerhet och miljöskydd, skapa nya jobb och erbjuda förnybar energi. När utskottet antog sin text den 25 maj konstaterade man att EU:s jordbruksbudget ska hållas på samma nivå – för att uppmuntra Europas jordbrukare att möta de nya utmaningarna.

(Källa: Jordbruksaktuellt 22 juni 2011).

KONSUMTION

Möjligt minska effekter av matsvinn

På årets Almedalsvecka presenterade Jordbruksverket en ny rapport om det alltmer uppmärksammade matsvinnet. En tredjedel av maten som produceras äts aldrig upp. Matsvinnet leder till stora negativa miljöeffekter och resurser som försvinner till ingen nytta. Samtidigt går det både att minska svinn och att se företagens överproduktion som en resurs som går att använda på andra sätt. Matsvinn är också ett ekonomiskt problem. Brittiska hushåll uppskattas lägga ungefär motsvarande 500 kr i månaden på matsvinn, pengar som kan användas till något roligare. Matsvinn kan också sägas vara en etisk fråga. Så länge vi har människor som är kroniskt undernärda i världen måste vi se detta resursslöseri som ett problem.

Skillnader mellan länder. I utvecklingsländer sker mycket av svinnet tidigt i kedjan. Djuren får otillräckligt med foder eller vatten eller blir sjuka. Grödor skördas eller tas inte om hand på ett bra sätt. Man har problem med skadedjur under lagring. Logistiken funkar inte så maten kommer aldrig fram. Det är också ett problem att man inte har bra förpackningar. När maten väl nått konsument så äts den upp. Den har ett alltför högt värde för att inte hanteras rätt. – I den rika delen av världen är matsvinn ett överflödsproblem. Vi pratar i dag om konsumtionssamhället, men vi kan lika gärna säga avfallssamhället som är den andra sidan av det myntet, säger Christel Gustafsson, Jordbruksverket.

Konsumenten viktig aktör. Kräver vi potatis av en viss form och storlek så påverkar vi svinn hos bonden. Han-



Foto: Gunnar Lundmark/SvD/Scanpix

deln påverkar svinn hos konsument och industri genom de krav de ställer. Livsmedelsindustrin orsakar svinn framåt och bakåt i kedjan.

– Det finns naturliga incitament att arbeta med sitt eget svinn. Men vi måste också kunna arbeta med beteenden och krav som orsakar svinn i andra led. Det är den stora utmaningen och här behövs samverkan mellan aktörer i hela kedjan, menar Christel Gustafsson.

– Man kan ibland höra ett slags rättfärdigande av att slänga mat eftersom det ju kan bli miljöbra biogas. Miljönyttan som kan uppstå om vi återvinner eller återanvänder mat kan dock aldrig uppväga den miljöbelastning som uppstår när maten producerades. Det viktigaste är att arbeta för att svinn inte uppstår, till exempel genom att hitta en alternativ användning innan svinn uppstår. Därefter att återanvända, exempelvis som djurfoder. Efter det kommer att återvinna och utvinna energi och näring ur maten. Jordbruksverket har nu ett projekt där vi verkar för att mer av vårt matavfall ska bli biogas, berättar Christel Gustafsson.

(Källa: Pressmeddelande från Jordbruksverket 7 juli 2011)



Ett skäl till att fullt dugliga matvaror ratas är att de inte ser tillräckligt attraktiva ut. Det kan handla om allt ifrån bröd som inte har den perfekta limpformen till gurkor som är för små eller för krokiga. - Butikerna har lärt sig att det inte är någon mening att lägga fram krokiga gurkor. Det är ändå ingen som köper dem, säger Christel Gustafsson.

(DN 8 JULI 2011)

Mathantverk certifieras under 2011

Det nationella centrat för mathantverk – Eldrimner – utarbetar just nu en certifiering för mathantverksprodukter. Enligt Eldrimner ska detta bland annat bidra till att värna om begreppet mathantverk. Från och med hösten 2011 kan mathantverkare anmäla sig till certifieringen. Starten sker i samband med SM i Mathantverk på Det Goda Köket i Stockholm. Under Smaklust 2012 görs en bredare lansering av certifieringen, riktad till konsumenter.

Till definitionen av vad mathantverk är kommer det att finnas en bilaga med vissa förtydliganden. Där förklarar Eldrimner vad man accepterar som lokalt, vilka tillsatser som godkänns och fakta om standardiseringar, röksmaker och mixer. Eldrimner utgår från de kriterier som använts till Smaklustmässorna:

”Mathantverk skapar unika produkter med smak, kvalitet och identitet som industrin inte kan ta fram. Det är en varsam förädling av i huvudsak lokala råvaror, i liten skala och ofta knuten till gården. Detta ger hälsosamma produkter utan onödiga tillsatser som går att spåra till sitt ursprung. Kännetecknet för mathantverk är att man arbetar med naturliga processer där människan och handen är närvarande genom hela produktionskedjan. Mathantverk lyfter fram och utvecklas traditionella produkter för konsumenten av idag.”

Certifierade produkter kommer med tiden att finnas på www.mathantverk.se under respektive företags tillsammans med definitionen av mathantverk.

Frågor och ytterligare information: *Christina Hedin, Eldrimner, tel 064- 14 60 63 alt. christina@eldrimner.com*

TT, 1 juni 2011, kl 09:29

De rika blir rikare

Världens förmögna blir allt mer välbärgade. Den rikaste procenten av jordens befolkning har numera lagt rabarber på 39 procent av den samlade förmögenheten, enligt en rapport från Boston Consulting Group.

Skånemejerier lämnar Svensk Mjök

Skånemejeriers styrelse har beslutat att begära utträde ur branschorganisationen Svensk Mjök. Skånemejerier anför att man inte får gehör för sina idéer och att inflytandet från de mindre mejerierna krymper i takt med att Arla växer. Vid Svensk Mjöks stämma nyligen fick Skånemejerier avslag på en motion som föreslog en översyn av hela organisationen. I motionen hävdades att mycket av det Svensk Mjök idag gör bättre kan göras av LRF och Husdjursföreningen Sverige.

(Källa; ATL 28 juni 2011)

Klimatråd på dialekt

På Borgeby Fältdagar delade i år projektet Gradvis ut USB-minnen med råd om klimatoptimering av jordbruket på fem olika dialekter. Projektet Gradvis arbetar med klimatoptimering av jordbruket och vill genom sina rapporter visa på riskerna med klimatförändringarna, men också utnyttja de möjligheter ett förändrat klimat medför. Gradvis rapporter är skrivna av rådgivare inom Hushållnings-sällskap på olika håll i Sverige där man plockat ”russin ur kakan” och sammanfattat forskningsrapporter mm till konkreta och nyttiga råd för jordbruket. Rapporterna finns på www.gradvis.se under fliken ”rapporter & faktablad” där det också finns sammanfattningar av rapporterna i form av kortfattade faktablad. Som en liten extra krydda har projektet låtit några lantbrukare/rådgivare tala in faktabliden på sin hemdialekt. För närvarande finns materialet på norrländska, gotländska, skånska, östgötska och hallandska. Inspelningarna finns också på hemsidan liksom andra inspelade föredrag om klimatoptimering. Projektet genomförs av Hushållnings-sällskapen i Sverige.

(Källa: www.gradvis.se)

UTLAND

Midsommmarfirande på restaurang Bagatelle i Paris

Bättre midsommarmat än hemma! var ett av utropen från en grupp Paris-svenskar som besökte firandet i Boulognerskogen på midsommarafton.

Kokboksförfattarna Lizette Scialom och Pernille Di Giovanni, aktuella med sin kommande kokbok "Gott", presenterade svenska maträtter för drygt 500 gäster inbjudna till en skandinavisk midsommarmbuffé på restaurang Bagatelle i Boulognerskogen, Paris.

Evenemanget sponsrades av Husmansbord med svenska råvaror och livsmedelsprodukter i samarbete med Sveriges bästa mat, Svenskt Sigill, Nibble Gårdsgris, Gudruns, Hällefors kommun, Kullabygdens musteri, Leksandsbröd, Skånemejerier, Orto Novo, Larsvikens Gård, Värmlandsbär, Hennickehammars Herrgård, Gustavalax, Saxhytte-

gubben, Konsum Värmland Bageri, Torfolks Gård, Grythytte Qwarn, Värmlandschark och Jordbruksverket.

Ursprung och kvalitet. - Vi har all anledning att vara själv-säkra över kvalitén hos den bästa svenska maten, säger Pelle Agorelius, initiativtagare till Husmansbord och Jakten på Sveriges bästa landskapsmat. Parisarna är nyfikna och öppna för nya smaker och råvaror från Sverige och en fest som denna sätter allt i sitt sammanhang och leder till klart förbättrade affärsmöjligheter för svenska bönder, fiskare och förädlingsföretag.

Linda Cederlund, VD på Svenskt Sigill kommenterar: - Det är glädjande att kunna visa upp så fina råvaror som svenska, ursprungsmärkta jordgubbar, knäckebröd med kvalitetssäkrad spannmål, världens första klimatcertifierade fläksida och klimatmärkt grillkorv, mitt i mathuvud-



fr. v. Pernille Di Giovanni, Pelle Agorelius, Lizette Scialom



staden Paris. Vi har fantastiskt fina företag i Sverige vars produkter väl kan konkurrera på europamarknaden.

Gott samarbete. Lizette Scialom, som var en av de som arrangerade festligheterna i Bolongerskogen, kommer från Skövde i Västergötland. Hon har bott i Paris i sex år och har bland annat arbetat som modell för internationella magasin och modehus. Tillsammans med danskan Pernille Di Giovanni skriver hon kokboken "Gott" som innehåller skandinaviska recept riktad till en fransk målgrupp.

- Det är roligt att få visa fransmännen att vi i Sverige har så mycket goda maträtter och härliga råvaror, säger Lizette. Jag har alltid haft ett brinnande intresse för matlagning och att arrangera en midsommarfest för fransmän var en dröm som gick i uppfyllelse för mig. Samarbetet mellan Husmansbord och dess producenter matchade oss och vår

filosofi perfekt. Vi anser att det är oerhört viktigt med medvetna matval. I kokboken "Gott" lägger vi tyngdpunkten på att använda miljövänliga, ekologiska och närodlade råvaror av högsta kvalitet.

Pelle Agorelius säger avslutningsvis: - Det blir en närmast perfekt klang av Sverige i matvärlden med så här lyckade arrangemang, allas blickar vänds ju mot Paris när det gäller kulinariska trender. När Lizette och Pernille jobbar med våra råvaror och produkter kommer de till sin fulla rätt. De bryr sig verkligen om hälsoaspekterna i kosten och de har en miljömedvetenhet och ett öppet sinne gentemot andra matkulturer.

(Källa: Newzglobe.com)

”

*När vi tar de bästa råvarorna från
Värmland blir det världsklass!*

PELLE AGORELIUS I FILIPSTADS TIDNING 5 JULI 2011

OPINION

Intresset för miljöfrågor minskar

Bara 14 procent av medborgarna i Sverige anger att miljöfrågan är ett av de viktigaste samhällsproblemen. Det är den lägsta siffran sedan 2006 och en påtaglig skillnad mot rekordsiffrorna i slutet av 1980-talet. Från mitten av 1990-talet och de följande tio åren var miljöfrågan ganska konstant, på en relativt låg nivå. Detta konstateras i en rapport från SOM-institutet (Samhälle, Opinion, Medier) vid Göteborgs universitet.

- Det finns ett samband mellan vad media skriver om och vad allmänheten är intresserad av. Under 2010 har det skett en tillbakagång till en mera vardaglig rapportering, säger Björn Rönnerstad, doktorand i statsvetenskap i Göteborg i en intervju i DN.

Högutbildade personer som betraktar sig som vänster och unga är mer engagerade i miljöfrågorna. Minskningen märks dock i alla läger. De senaste årens siffror ligger långt ifrån slutet av 1980-talet då intresset för miljöfrågor var som högst. År 1988 angav till exempel 62 procent av medborgarna miljöfrågan som ett av de viktigaste samhällsproblemen, cirka tre gånger mer än 2009.

- Långsiktigt borde man ändå kunnat förvänta sig att allmänheten reagerar på de förmodade effekterna av klimatförändringarna, säger Björn Rönnerstad.

(Källa: www.som.gu.se och DN 28 juni 2011)

MARKNAD



Blågula tomater tar stryk

Av de tomater vi äter är bara 15 procent svenska, enligt en rapport från Jordbruksverket. Konkurrensen kommer framför allt från Spanien och Holland. Svenska konsumenter äter i snitt tio kilo tomater per person och år. Konsumtionen har under de senaste tio åren fördubblats. Carin Stenberg, handläggare vid Jordbruksverket, hävdar att den svenska tomatproduktionen skulle kunna fördubblas. I dag finns det knappt 200 yrkesodlare i landet, varav ett 50-tal betecknas som stora.

- Om man kommer igång och investerar och bygger ut och sedan kan kommunicera ett mervärde för svenska tomater så är det möjligt att ta importandelar. Hade vi haft en större produktion kanske de svenska hade märkts mer, säger Carin Stenberg.

(Källa: ATL 8 juli 2011)

POLITIK

Nordiska Rådet kräver hållbart stöd

Nordiska rådet sänder ett gemensamt uttalande till EU-kommissionen med krav på ett mer hållbart och framtidssäkrat lantbruksstöd. Det är det första samnordiska utspelet på lantbruksområdet någonsin. Mer ekologiskt jordbruk, mer stöd till klimat- och miljöåtgärder, samt större möjligheter för små jordbruk och mindre exportstöd är huvuddragen i en officiell skrivelse från parlamentarikerna i Nordiska rådet till EU-kommissionen angående revisionen av EU:s lantbruksstöd.

Närings- och Miljöutskottet i Nordiska rådet har enats om det första samnordiska uttalandet till EU på lantbruksområdet, inte minst för att förstärka den nordiska rösten i Bryssel.

- EU:s lantbrukspolitik griper in på en rad områden i alla de nordiska länderna, oavsett om de är med i EU eller inte. Lantbruksstödet kan gagna utvecklingen inte minst i avsidens hörn av Norden och vi behöver aktiva bönder i Norden, som producerar goda, sunda livsmedel. Men vi anser att det är nödvändigt att förenkla stödsystemet och införa direkta betalningar för klart definierade samhällsnyttiga åtgärder, i stället för att som nu bara stödja livsmedelsproduktionen i blindo, säger Miljöutskottets svenska ordförande Ann-Kristine Johansson (s).

(Källa: Nordiska rådet, Nyheter 4 juli 2011)

TT, 21 juli 2011, kl 11:12

Natur och kyla vanlig Sverigebild

Vacker natur, kyla, snö, Stockholm, dyrt och vänliga människor. Det är vad utländska potentiella Sverigeturister främst associerar med vårt land. Men ännu kopplar var tionde fransman Sverige till norska fjordar.



Hushållnings
sällskapet
Värmland

Kurser från Skafferiet

STUDIERESA OM GRÖNSAKSODLING

Följ med på en spännande studieresa till grönsaksodlare i Örebrotrakten! Den 23 augusti besöker vi Mobergs grönsaker i Vekhyttan utanför Fjugesta med Kravgodkänd odling av grönsaker på friland och i växthus. Vi besöker även Karintorps som odlar tomater helt utan kemiska bekämpningsmedel och förädlar till tomatdressing, marmelad, salsa, chutney och syltade tomater.

BIODLING

Är du intresserad av yrkesmässig biodling? Följ med på en dagsresa till intressanta biodlare i länet! Från den lite mindre till den stora! Vi lär oss mer om produktionen, produkterna och förädlingslokalen.

Tid: Preliminärt 9 augusti

Kostnad: 400 kr + moms, inklusive kaffe och lunch.

Anmälan: senast 1 augusti genom mail till Åsa eller via hemsidan.

SEMINARIE FÖR NYSTARTARE

Med start den 14 september kommer vi att arrangera vår seminariereserie för nystartare och andra som funderar på att starta småskalig livsmedelsförädling. Serien består av sex träffar som behandlar affärsplan, ekonomi, livsmedelslagstiftning, egenkontroll och marknadskommunikation. Byggnader och inredning av livsmedelslokaler tas också upp. En studieresa till matproducenter i Värmland och en resa till SM i Mathantverk arrangeras inom ramen för kursen.

Tid: 14 september

Kostnad: 1600 kr + moms

Anmälan: senast 7 september

**Information: Margareta Edsgård eller Åsa Brandin,
tel. 054- 54 56 00vx. alternativt www.hush.se/s**

Sommarens bondemarknader!

- Stora torget i Karlstad 2 augusti och 20 augusti.
- Lillerudsdagarna den 27-28 augusti.

www.varmlandsmat.se

Skördefester!

- Skördefesten på Värmlandsnäs 3-4 september.
- Alsters Höstmarknad 10-11 september.
- Honungsfestivalen i Kristinehamn 16-17 september.





*Om èn mann kan vise så mye hat,
tenk hvor mye kjaerlighet vi alle kan vise sammen.*

UTØYA-OVERLEVANDE STINE RENATE HÅHEIM I INTERVJU MED CNN

Norge, som för många, många värlänningar är som ett andra hemland, befinner sig i chock och djupaste sorg. Bombdådet i Oslo och massakern på Utøya är ofattbart och gör att mycket annat vi hanterat i vardagen känns trivialt.

Vi finns alla med det norska folket i denna mörka stund. Medkänsla och, för att citera Norges statsminister Jens Stoltenberg, ”.... mer demokrati, mer öppenhet och mer humanitet” är det som måste användas för att bekämpa terrorn och det obegripliga hatet.

Kil Innovation Food Arenas styr- och strategigrupp:

- Lena Mari Andersson, Småskalig livsmedelsproducent vid Solbergets Bagarstuga
Vice ordförande i föreningen VärmlandsMat
- Berndt Björkman, Ekologisk mjölkproducent. Kommunpolitiker (c).
Företräder projektägaren Kils Kommun
- Thomas Blom, Prorektor Karlstads universitet
- Jonas Enström, VD Hushållningssällskapet i Värmland
- Carola Gustafsson, Marknadschef Konsum Värmland
- Ann-Kristine Johansson, Riksdagsledamot (s) och ledamot i Näringsutskottet
liksom i Nordiska rådets svenska delegation
- Dag Rogne, ordförande LRF Värmland
- Björn Ståhlberg, Kökschef vid Henniehammars Herrgård
- Christina Wikström, Landsbygdsstrateg, Länsstyrelsen i Värmland

Nyhetsmagasinet **Innovation Food** ges ut en gång i kvartalet av Kil Innovation Food Arena (KIFA), som bildats för att skapa ett kompetens- och utvecklingscentrum för den värmländska livsmedelssektorn. Visionen är att tillsammans med företag och organisationer inom branschen stärka den värmländska matprofilen. Värmland ska bli ledande på att utveckla landsbygdsföretag inom sektorn närproducerade livsmedel och på sikt bli en region som lyser klart på en nordeuropeisk matkarta. Kils kommun är projektägare.

Ansvarig utgivare: Kommunchef Jan-Olov Ragnarsson.

Redaktör: Bo Thunberg, tel. 076-10 30 880 eller bo.thunberg@kil.se.

Produktion: GIDÈ Illustration & Design

Foto (där inte annat anges): Christer Höglund

Om Du önskar avbeställa nyhetsbrevet, v v skicka ett mail till catharina.flygh@kil.se

En investering för framtiden



EUROPEISKA
UNIONEN
Europeiska
regionala
utvecklingsfonden

