

Ekologiskt i Sigtunas livsmedelsbutiker 2014

MAXI
ICA STORMARKNAD

ICA
Supermarket

ICA
nära



COOP
EXTRA

WILLY:S

MAT
öppet

LIDL

Eko-Mat Centrum



Naturskyddsföreningen
Sigtunabygden

Inventering utförd 2014 av Ekomatcentrum och Naturskyddsföreningen i Sigtunabygden.
Rapport skriven av Eva och Gustaf Fröman, Sigtuna april 2015.

Inventering av ekologiskt utbud i Sigtunas livsmedelsbutiker 2014

Bakgrund och syfte

Med anledning av ett ökat konsumentintresse för ekologiska livsmedel beslöt Handla Miljövänligtgruppen (Naturskyddsföreningen Sigtunabygden) och Ekomatcentrum att genomföra tre inventering i kommunens livsmedelsbutiker under 2014 för att se hur det står till med det ekologiska utbudet. Vi begränsade inventeringen till 42 livsmedelsprodukter och dessa livsmedels samtliga varianter dvs ett bassortiment av livsmedel som bör finnas som ekologiska alternativ i de flesta butiker. Inför den andra inventeringen (juli 2014) la vi till två produkter, barnmat på burk samt barnmat i pulverform.

Resultaten från varje enskild inventering har publicerats i lokaltidningen "Sigtunabygden" samt skickats ut till alla inventerade livsmedelsbutiker.

Urval av butiker

Vi har valt att inventera de nio livsmedelsbutiker som har ett fullgott sortiment och vars huvudsakliga verksamhet är att sälja livsmedel. Det innebär att inga bensinmackor kombinerad livsmedelsbutiker finns med i inventeringen.

Utvalda butiker; Coop i Märsta, ICA Maxi Arlanda stad, ICA Valsta, ICA Sigtuna, ICA Sätuna, Lunda Livs ICA-handlarna, Willys i Märsta, Lidl i Märsta och Matöppet i Rosersberg.

Inventeringen i mars/april utfördes av v Gunnel Pettersson, Solveig Lorentzen, Anna Holmgren och Tove Björnin och Eva Fröman från Naturskyddsföreningen och Ekomatcentrum.

Inventeringen i juli har utförts av Gustaf Fröman från Ekomatcentrum.

Inventeringen i december har utförts av Gustaf Fröman från Ekomatcentrum.

Miljömärkningar

Med ekologiskt avser vi livsmedel märkta med MSC, EU-ekologiskt eller KRAV.



Rapporten är sammanställd av Eva och Gustaf Fröman på Ekomatcentrum i februari 2015.

Har du frågor kontakta;

Tove Björnin
Naturskyddsföreningen i Sigtunabygden
tovebjorlin@gmail.com
070-496 0700

Eva Fröman
Ekomatcentrum
eva@ekomatcentrum.se
070-779 59 90


Naturskyddsföreningen
Sigtunabygden

Eko-Mat Centrum


Inledning

Intresset för att köpa och äta ekologiskt har aldrig varit så stort som idag. Under 2014 ökade försäljningen av ekologiska livsmedel i landets dagligvaruhandel med 3 miljarder kronor, dvs 41 %. Det såldes ekologiska livsmedel för totalt 10,4 miljarder kronor i dagligvaruhandeln. Det är ganska exakt 5 procent av den totala livsmedelsförsäljningen. Enligt nationell statistik från Ekoweb (Marknadsrapport 29 januari 2015) ökade försäljningen på ICA med 55 procent, Coop med 40 procent, Willys med 50 procent och Lidl gick från 0,5 procent till 1,5 procent (vilket de facto är en ökning med 200 procent). Systembolaget gick allra bäst och ökade sin ekoförsäljning med 85 procent under 2014.

”Med en titt i backspegeln kan vi konstatera att vår inventering surfat på en sällsynt kraftig ekovåg.”

Med en titt i backspegeln kan vi konstatera att vår inventering har surfat på en sällsynt kraftig ekovåg, som vi inte kände till när vi planerade våra aktiviteter i början av februari 2014. De tre inventeringarna i Sigtuna kommun har gett överraskande bra resultat och en stor del kan säkerligen räknas in i den nationella ekovågen, men inte allt.

Mål och metod

Målet har varit att bidra till ett ökat utbud av ekologiska livsmedel i Sigtuna kommuns butiker. Detta har skett genom inventering och benchmarking. Tre gånger har nio butiker (Coop Extra Märsta, ICA Maxi Arlanda stad, ICA i Sigtuna, Valsta, Sätuna, Lunda livs, Lidl och Willys i Märsta samt Matöppet i Rosersberg) inventerats. Varje gång har vi ställt samman resultaten och skickat ut en resultatrapport till samtliga livsmedelsbutiker så att de har kunnat jämföra sig med varandra. Resultaten har publicerats 2 ggr i lokaltidningen (Sigtunabygden) så att även kommunens konsumenter fått ta del av resultaten. Inför Handla Miljövänligt veckan (V 40) erbjöd vi butikerna gratis kortkurser för att höja kunskapsnivån hos personalen. Ingen butik nappade på erbjudandet. Däremot var några intresserade av informationsmaterial i form av foldrar och affischer till butikerna. Vilket vi också delade ut.

42 inventerade livsmedel

Vi har valt ut 42 baslivsmedel som är några av de vanligaste baslivsmedlen i konsumenternas kassar. Begränsningen gjordes av praktiska skäl. Tidsmässigt var det bra med ett begränsat antal produkter att inventera. Statistiskt är det enklare att räkna och få överblick på ett begränsat antal livsmedel.

”På så vis har Coop uppnått 345 ekologiska produkter och ICA Maxi 304 st.”

Genom att välja några av de vanligaste baslivsmedlen har vi öppnat upp även för de små livsmedelsbutikerna med ett begränsat utbud på hyllorna. Utifrån de 42 utvalda livsmedeln har vi räknat antal produkter av vardera produkt. T.ex mjölk har vi räknat alla typer av fetthalter och förpackningsstorlekar eller tomater så har vi räknat, körbärstomat,

körsbärstomat på kvist, stora tomater i förpackning eller lösvikt osv. På så vi har Coop uppnått 345 produkter och ICA Maxi 304 st vid inventeringen i december.

Följande 42 livsmedel har ingått i inventeringen;

Frukt och grönt

Potatis
Morötter
Lök
Tomat
Sallat
Gurka
Paprika
Äpple
Banan

Kött och chark

Nötkött
Lammkött
Fläskkött
Kyckling
Korv
Köttpålägg (inkl. leverpastej)

Mjök och mejeri

Mjök
Yoghurt, fil
Smör (även Bregott och annat smörgåsmargarin)
Hårdost
Ägg
Glass

Cerealier

Mjukt bröd
Knäckebröd
Vetemjöl
Mysli

Fryst

Frysta bär
Frysta grönsaker

Kolonial

Kaffe
Te
Pasta
Oliver
Olivolja
Rapsolja
Krossade och passerade tomater
Juice (färsk och koncentrat)
Röda linser
Ris
Barnmat på burk
Barnmat (välling, gröt etc)

Fisk

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

Miljöcertifiering

Coop är KRAV-certifierat och Willys har Bra Miljöval.

Resultat

Skyltning av de ekologiska produkterna i hyllorna

Vi har tittat på skyltningen vid samtliga inventeringstillfällen och påpekat när skyltningen varit bra respektive dålig. Generellt har samtliga butiker förbättrat sin skyltning av ekologiskt under året.

ICA

Bäst skyltning hade ICAs samtliga butiker vid inventeringen i juli månad. Även i december var ICA bäst när de gäller skyltning, speciellt ser vi en stor förbättring hos ICA Maxi i Arlandastad som har markerat allt med stora tydliga skyltar som hänger ut från hyllkanterna.

”Bäst skyltning har ICA butikerna.”

ICA butikerna har även någonting de kallar för Veckan Eko som är en ekologiska vara de skyltar extra mycket för under veckan.

Willys

Willys som hållit en bra skyltning vid tidigare inventering har inte blivit sämre men inte heller någon förbättring har noterats, man finner fortfarande varor som ej är ekologiska märkta som ekologiska i hyllan.

Coop

Coops skyltning som vid de två första inventeringarna varit förvånansvärt dålig har tagit ett stort kliv framåt och har nu precis som ICA Maxi använt stora tydliga skyltar som hänger ut från hyllkanterna.

”Coop var först med konceptet ”veckans ekovara”.

Tyvärr är inte alla ekologiska produkter utmärkta på detta sätt men en markant förbättring har skett. Nu hittar man produkterna mycket lättare i butiken. Även Coop har Veckans ekovaro – de var också först med konceptet som de andra kedjorna nu tagit efter.

Lidl

Lidl som har varit sämst i klassen vad gäller märkning/skyltning har även dom bättrat sig, speciellt med skyltning i butik av deras märke ”Biotrend” som har stora synliga skyltar.

”Det är fortsatt svårt att hitta ekoprodukter som inte är av märket Biotrend i Lidls butik.”

Medan andra ekoprodukter i Lidls butik inte har någon utmärkande skyltning alls. Det är fortsatt svårt att hitta ekoprodukter som inte är av märket Biotrend.

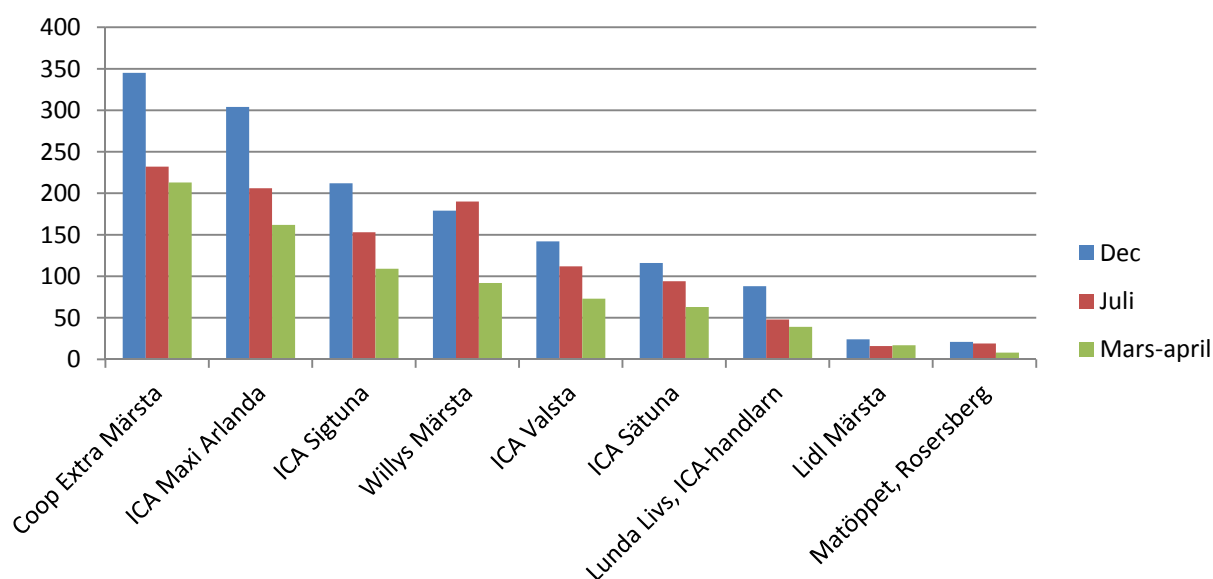
Utbud av ekologiskt i butikerna

Samtliga nio butiker har ökat sitt utbud av ekologiskt under året. Eftersom vi la till två produkter till inventeringslistan vid andra inventeringstillfället så bör man skilja på ökningen totalt och ökningen mellan andra och tredje inventeringstillfället.

”Samtliga nio butiker har ökat sitt utbud av ekologiskt under året.”

Tittar man ”bara” på förändringen från juli till december så har samtliga ökat utom Willys som minskat. Coop har hållit täten hela året. Särskilt sista halvåret har de ökat stort liksom ICA Maxi , ICA Sigtuna och Lunda livs. ICA Valsta och ICA Sätuna har hållit en jämn ökningstakt under hela året. Matöppet i Rosersberg har mer än dubblerat sitt utbud.

Antal Ekoprodukter vid de olika inventeringstillfällena



Butik	Antal ekoprodukter			Ökning procent	
	Dec	Juli	Mars-april	juli-dec	mars-dec
Coop Extra Märsta	345	232	213	49 %	62 %
ICA Maxi Arlanda	304	206	162	48 %	88 %
ICA Sigtuna	212	153	109	38 %	94 %
Willys Märsta	179	190	92	-6 %	95 %
ICA Valsta	142	112	73	27 %	94 %
ICA Sätuna	116	94	63	23 %	84 %
Lunda Livs, ICA-handlarn	88	48	39	83 %	126 %
Lidl Märsta	24	16	17	50 %	41 %
Matöppet, Rosersberg	21	19	8	10 %	163 %
Totalt	1 431	1 070	776	34 %	84 %

Tittar vi på den procentuella ökningen mellan första och sista inventeringen så har totala antalet ekologiska livsmedel i Sigtuna kommun ökat med 84 %. (Dock ska vi komma ihåg att två produkter tillkommit under perioden, vilket gör att ökningen i realiteten är mindre).

”Totalt har utbudet av ekologiska produkter ökat med 34 % andra halvåret 2014”

Matöppet i Rosersberg har ökat mest med hela 163 % och därefter kommer Lunda Livs med 126 %. Enligt den procentuella ökningen så ligger Coop sist och det beror helt enkelt på att de hade mycket ekologiskt från början, både Lunda livs och Matöppet i Rosersberg hade få ekologiska produkter från början och en dubblering av utbudet har därmed gett en extra hög procentsiffra. Om vi tittar på ökningen under andra halvåret 2014 så har Lunda livs ökat mest, 83 %. Lidl i Märsta har ökat med 50 %, Coop Extra med 49 % och ICA Maxi Arlanda med nästan lika mycket, 48 %. Totalt har utbudet av ekologiskt ökat med 34 % under andra halvåret 2014.

”Barnmaten ökade med 56 % under andra halvåret.”

Tar vi bort barnmaten helt från statistiken så har utbudet ökat med totalt 217 produkter och 28 % från mars till december. Barnmaten ökade med 56 % under andra halvåret. Barnmat på burk är vinnaren bland ekoprodukterna. Alla butikerna håller ett nästan 100 % ekologiskt utbud på barnmat i burk. Alla utom Lidl som inte hade en enda ekologisk barnmatsburk.



Totalt hittade vi 425 st varianter av barnmat på burk. Däremot är det ekologiska utbudet mer skalt när det gäller välling- och grötprodukter till barn.

Mest har utbudet av fläskkött ökat, 190 %, torsk 148 %, te 78 % och knäckebröd 67 %, sallat 64 % och Yoghurt + fil 52 %. Sämre har det gått för lammkött, mjukt bröd och kyckling som alla visat ett minskat sortiment under inventeringen.

”Utbudet av lammkött, mjukt bröd och kyckling har minskat under inventeringsperioden.”

I köttdisken har fläskkött och nötkött ökat under året medan lamm och kyckling minskat. Korvutbudet har minskat liksom köttpåläggen. Sämst vid den sista inventering var utbudet på lammkött och kyckling. Ekologisk kyckling är en konstant bristvara. Vill man ha ekologiskt kött så är nötkött vanligast förekommande men även fläskkött har blivit vanligare. En förklaring är att intresset för ekologiskt har ökat starkt i hela landet under 2014. Det har varit stor brist på ekologisk mellanmjölk, ägg, bacon och nötfärs i perioder och då har hyllorna gapat tomma. (Marknadsrapport 2015, Ekoweb).

Utbudet av mjölkprodukter har minskat medan syrade produkter har ökat. Både hårdost och smör har stagnerat. Mejerierna har satsat på syrade mjölkprodukter såsom yoghurth och fil. Brist på mjölk beror förmodligen på en kraftigt ökande efterfrågan från konsumenterna. Är det brist på mjölk så blir det brist på ost och smör. Det finns helt enkelt inte tillräckligt med råvara för att producera ost och smör till en växande marknad.

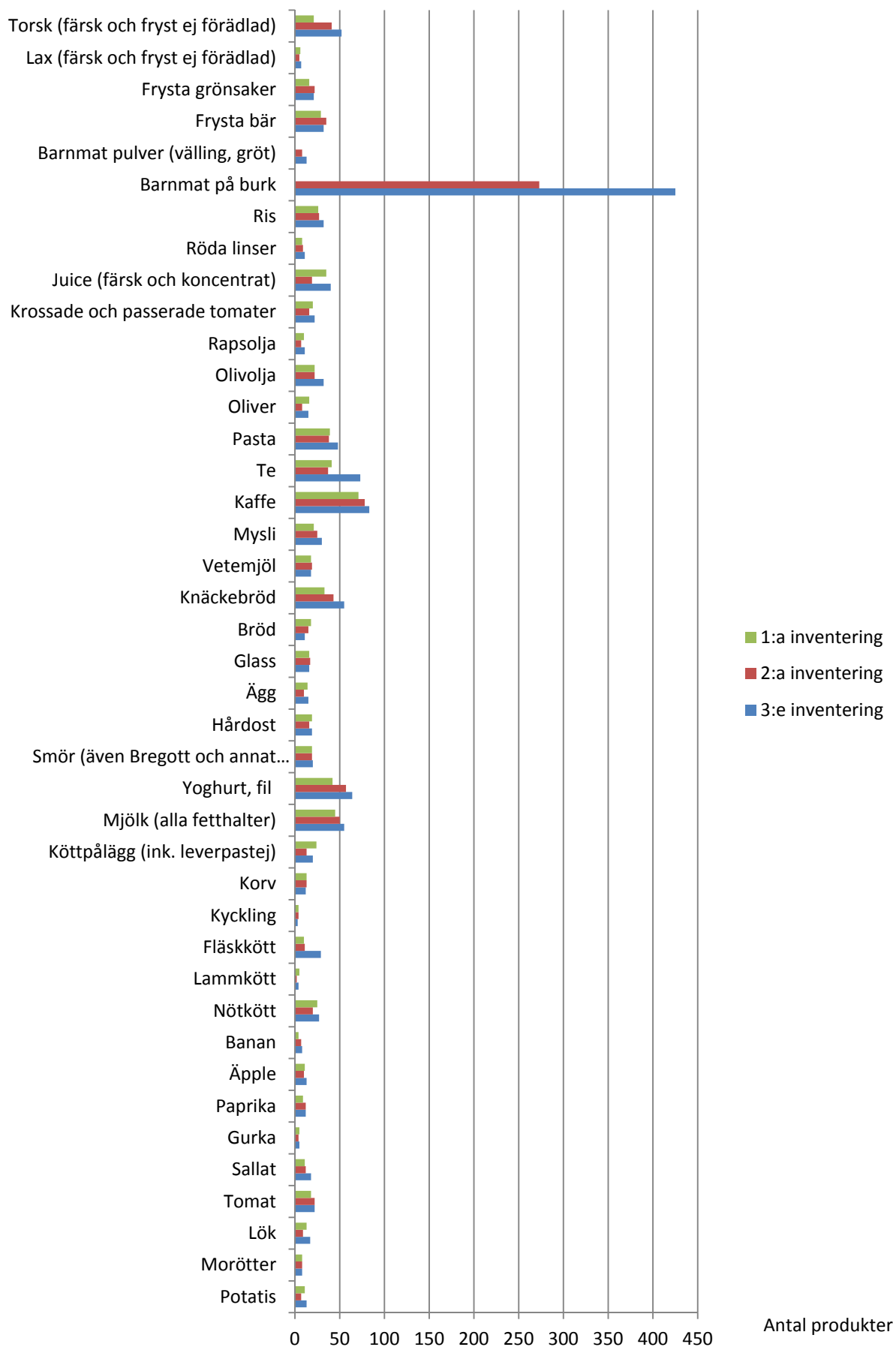
”Det ”vanliga” ekologiska knäckebrödet lyser med sin frånvaro.”

Knäckebröd finns i ett relativt stort antal MEN det är mycket av små lyxiga dyra knäckebröd och lite av vanliga stora hålkakor. Det ”vanliga” knäckebrödet lyser med sin frånvaro. Mjukt ekologiskt bröd finns nästan bara som mörkt rågbröd. Brödbudet är ett sorgebarn. Det finns några enstaka mjuka brödsorter från Polarbröd, Fazer och Saltå Kvarn.

”Coop står för det bredaste ekosortimentet, men butiker såsom ICA Maxi och även ICA Sigtuna är nu med i kampen om största utbud.”

Kolonialvaror såsom konserver, pasta, ris, mysli etc finns det relativt gott om. Dock varierat utbud i butikerna. Kaffe är den näst vanligaste produkten och finns i många varianter hos samtliga butiker, bäst vad gäller ekologiskt kaffe var ICA Maxi Arlanda med hela 17 varianter. Coop Märsta står för det bredaste ekosortimentet, men butiker såsom ICA Maxi Arlanda och ICA Sigtuna är nu med i kampen om största utbudet.

Utbud av ekologiskt i Sigtuna kommuns livsmedelsbutiker 2014

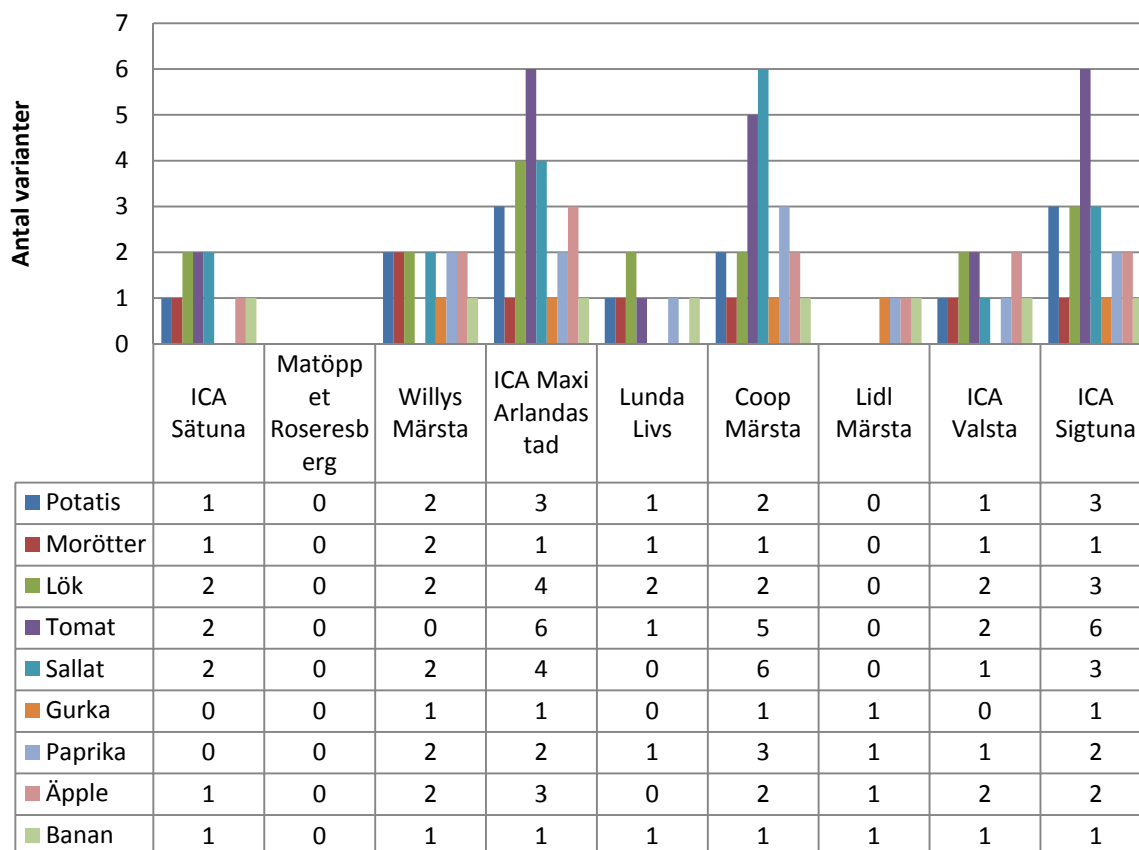


Resultat inventering december

Utbud av ekologisk frukt & grönt i december

Vi inventerade nio frukt- och grönt-produkter. Vanligast förekommande var banan som fanns i alla butiker utom Matöppet i Rosersberg. Tomat fanns i flest varianter, hela 22 st. Minst vanligt förekommande var gurka som fanns i fem av de inventerade butikerna. Avsaknaden av gurka i butikerna beror antagligen på brist på ekologisk slanggurka pga en stor efterfrågan och ett litet utbud. Vid det sista inventeringstillfället hade Coop likt ICA äpplen i lösvikt vilket uppskattas stort.

”Vid det sista inventeringstillfälle hade Coop likt ICA äpplen i lösvikt vilket uppskattas stort.”

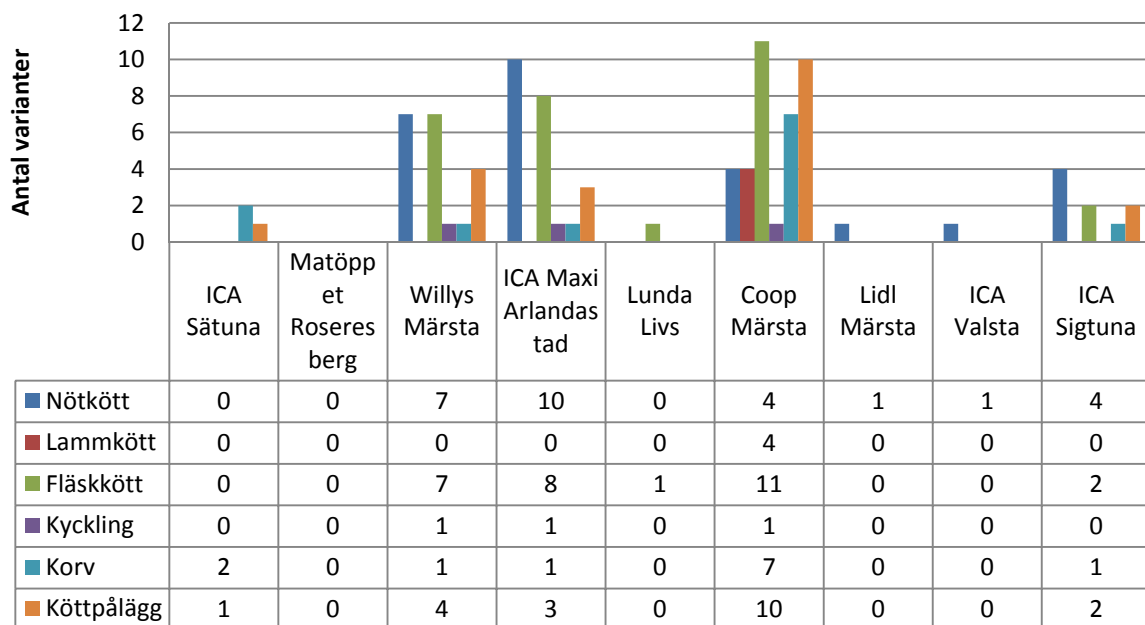


ICA Maxi, Coop Märsta samt ICA Sigtuna hade samtliga frukt- och grönt-produkter som inventerades. Matöppet i Rosersberg hade ingen av de inventerade frukt och grönsakerna i sitt utbud. Näst sämst var Lidl som hade fyra av de nio produkterna.

Utbud av ekologiskt kött och chark i december

Ekologiskt kött och chark fanns bara i några av livsmedelsbutikerna. Bästa sortimentet har utan tvekan Coop i Märsta, där nötkött, lamm, fläsk, kyckling och korv fanns i flera varianter. Lamm hittade vi bara på Coop även denna gång – förmodligen för att lammsäsongen är på hösten och inte vid inventeringstillfället som var i december. Även Willys och ICA Maxi visade upp ett bra sortiment under decemberinventeringen.

Sämst i ligan var Matöppet i Rosersberg som inte hade en enda av de utvalda kött- och chark-produkterna vid inventeringstillfället. Lidl och ICA Valsta hade en produkt vardera, nötfärs. Även Lunda livs hade endast en produkt.



Ekologiskt fläskkött var vanligast förekommande denna gång medan lamm och kyckling var minst förekommande. Uppsvinget för fläskkött antas bero på den ekologiska julskinkan som fanns hos flera av butikerna.

Köttpålägg fanns i fem av de nio butikerna. Coop har det klart största utbudet av ekologisk korv även denna gång med sju varianter. Korv fanns för övrigt i fem av de nio butikerna.

Mjolk, ägg och mejeriprodukter

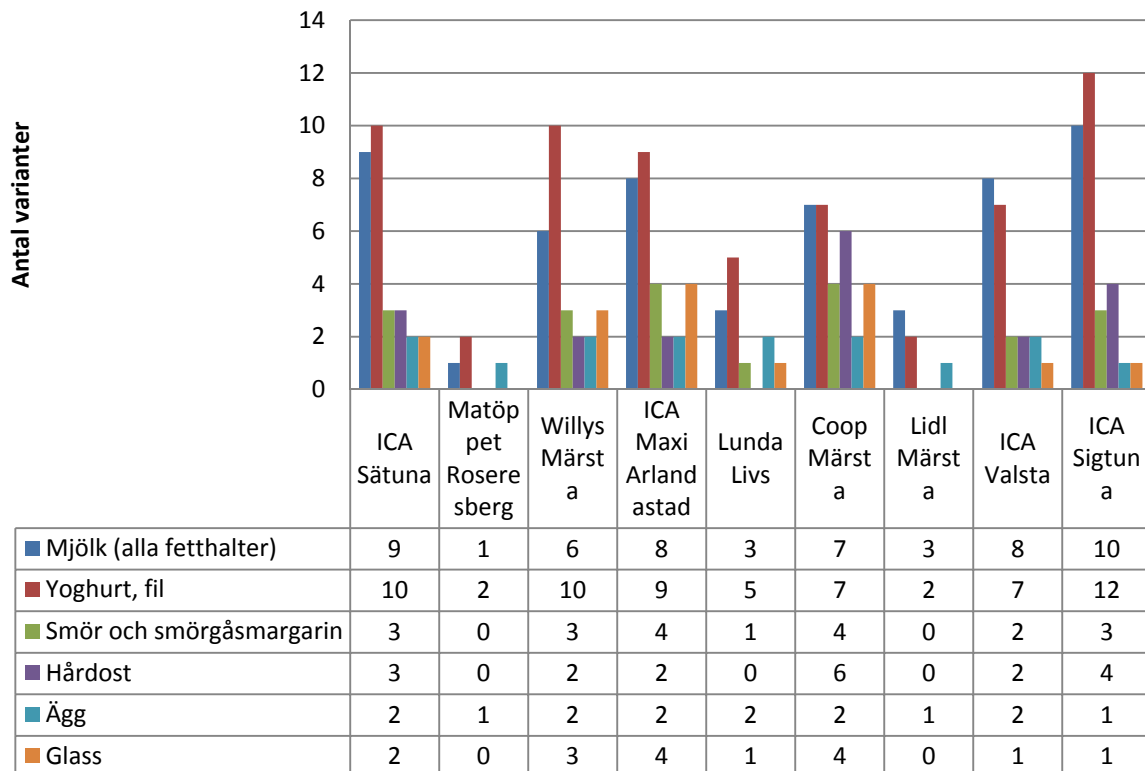
Mejeriprodukter utgörs nästan alltid av svenska ekologiska råvaror. En dubbel vinst för miljön. Mjolk fanns i alla inventerade butiker i december. Generellt hade alla inventerade butiker ett acceptabelt utbud av mjolkprodukter vid decemberinventeringen. Smör, hårdost och glass saknades dock i några av butikerna.

”Alla butiker hade ekologiska ägg.”

Flest ekologiska mjölksorter hade ICA Sigtuna med tio varianter. Lidl hade vid denna inventering tre varianter att erbjuda vilket får ses som en bra ökning från endast en variant

vid en tidigare inventering och Matöppet hade bara en enda mjölksort att erbjuda även denna gång.

”Flest ekologiska mjölksorter hade ICA Sigtuna med tio varianter.”



Flest fil- och yoghurt-sorter hade ICA Sigtuna, sämst var Lidl och Matöppet som hade två produkter var att erbjuda. ICA Sigtuna var här bäst i klassen med flest ekologiska alternativ av dessa livsmedel. Alla butiker hade ekologiska ägg.

Varför vill konsumenten köpa ekologiskt?

Är det konsumenten eller butiken som bestämmer vad som ska finnas på hyllorna i butiken? Det är en fråga man ställer sig som aktiv ekokonsument. Varför finns det så lite ekologiskt på hyllorna och varför ökar utbudet så sakta? Vad är det som styr utbudet i butikerna och vad är det som styr konsumentens val av livsmedel?

Hälsa, smak och miljö viktigast för konsumenten

Enligt "Why do (don't) consumers buy organic food and do they get what they bargain for?" är hälsa, smak och miljö konsumentens främsta motiv för att köpa ekologiskt (Varför köpa ekologisk mat?, Hoffman, Wivstad, Mie, Wallenbeck, Ullvén, SLU, EPOK, 2014). Ekologiskt är

dyrare än oekologiskt därför förväntar sig konsumenten andra mervärden än lågt pris då de köper ekologisk mat. Dessa mervärden är främst att de ekologiska livsmedlen ska vara mer hälsosamma och att de ska smaka bättre än de oekologiska. Andra mervärden är livsmedelssäkerhet och djurvälstånd men de ligger längre ner på önskelistan.

Trogna ekokonsumenter förknippar alltid hälsa, smak och miljö med ekologiskt medan de tillfälliga ekoköparna visserligen har samma motiv för sina ekoköp men de förknippar dem inte enbart med ekologiskt. De kan ha samma motiv för att prioritera köp av "närodlat" eller "etiskt".

Främsta anledningen till att konsumenterna inte köper ekologisk mat är det högre priset. Andra anledningar är dålig tillgänglighet (dåligt utbud i butiken), otillräcklig marknadsföring (dålig skyltning i butik samt ett begränsat utbud med få valmöjligheter). Misstro mot märkningen är ytterligare en anledning liksom kvalitetsbrister (främst kortare hållbarhet). Ytterligare en anledning är att konsumenten är nöjd med det utbud som finns och inte ser några fördelar med att byta till ekologiskt.

Alla dessa hinder kan åtgärdas relativt enkelt i butiksleden och därmed leda till en ökad försäljning av ekologiskt.

Priset

Redan nu kan vi se att priset på ekologiskt pressas nedåt. Konkurrens om de ekologiska konsumenterna gör att priserna pressas. Aktiviteter som "Veckans ekovara" liksom tvecklingen av EMV som Änglamark, I Love Eco, Biotrend och Garant är åtgärder som ytterligare pressar priserna på ekologiskt.

Begränsad tillgänglighet

Ju mer som finns på hyllorna desto mer säljs. Ett brett utbud och fler valmöjligheter ökar försäljningen. Konsumenten föredrar att kunna välja mellan t.ex flera olika ekologiska knäckebröd inte vara hänvisad till en enda sort.

Otillräcklig marknadsföring

En sådan enkel sak som att tydligt skylta upp alla ekologiska livsmedel på butikshyllorna så att konsumenten enkelt kan urskilja det ekologiska från övrigt sortiment ökar tveklöst försäljningen av ekologiskt. Annonsering och direktreklam ökar också försäljningen. Här har såväl livsmedelsbutiker som livsmedelsleverantörer och ett ansvar.

Misstro mot märkningen

Misstro mot märkningen är ett argument som många konsumenter tar till när de vill slippa ta ställning. Det är viktigt att märkningen är seriös så att konsumenterna känner förtroende och att missbruk beivras. Det är lättare att acceptera ett högre pris om man inser mervärdena i märkningen och om man känner att märkningen är trovärdig.

Kvalitetsbrister

Ekologiska färskvaror har kortare hållbarhet än oekologiska. Kemiska medel för att öka hållbarheten är inte tillåtna enligt reglerna. Många konsumenter upplever att den kortare hållbarheten beror på en sämre kvalitet och känner inte till att lång hållbarhet på oekologiskt

är symptom på bristande kvalitet som åtgärdats kemikalivägen. Antimögelmedel på frukt och grönt är snarare regel än undantag i det ekologiska sortimentet.

Konsumenten är nöjd med det sortiment som finns

Alla är inte frälsta ännu, men fler och fler letar efter ekologiskt i butik. Ständigt nya "larm" om gifter och onyttigheter i vår mat sätter fart på efterfrågan. Även om man inte aktivt letar efter nyheter och hänger med i nyhetsflödet så påverkas även de ointresserade konsumenterna tids nog på ett eller annat sätt. Information i butik, broschyrer, provsmakning och ekologiska bönder som demar är metoder som kan påverka även den mest ointresserade. Det är naturligtvis upp till varje handlare att bestämma hur mycket information man vill ge sina kunder om vad som skiljer ekologiskt från oekologiskt. Som ekokonsument skulle åtminstone jag (författaren) önska att det angavs produktionsmetod även på det oekologiska sortimentet, t.ex vilka insatsmedel som använts vid odlingen eller var fodret till djuren producerats och hur det skett.



Tydlig information om skillnader i produktionsmetod kan också öka intresset för att betala lite mer för ekologiskt.

Sammanfattning

Ekomatcentrum har tillsammans med Naturskyddsföreningen Sigtunabygdens Handla Miljövänligtgrupp satt fokus på utbudet av ekologiskt i kommunens butiker genom inventering och benchmarking under 2014. Nio livsmedels butiker har inventerats tre gånger under året avseende utbud av 42 st utvalda ekologiska baslivsmedel.

Efter varje inventering har en rapport skrivits som skickats ut till samtliga butikschefer. Den lokala tidningen Sigtunabygden har skrivit om inventeringarna och resultaten två gånger och på så vis delgett butikernas kunder resultaten. Under året kommer diplom att delas ut till de bästa butikerna avseende utbud och försäljning av ekologiskt.



Tävlingsandan är hög. Coop har legat bäst till under hela året och informerade sina kunder genom denna skylt i butikscentrén att de var bäst vid första inventeringstillfället.

Utbudet av ekologiska produkter har ökat med 34 % under andra halvåret 2014

Totalt har utbudet av de 42 inventerade produkterna ökat med 34 % eller 361 produkter under andra halvåret 2014. Coop har störst utbud och har också ökat med flest produkter, 113 st. På andra plats kom ICA Maxi Arlandastad med 98 produkter och totalt 304 st. ICA Sigtuna ökade med 59 produkter och hade totalt i december 212 st. Lunda livs ökade från 48 till 88 st under andra halvåret, vilket är en bedrift. ICA Valsta ökade med 30 produkter, ICA Sätuna med 24 och har totalt 116. Lild ökade med 8 st och redovisade totalt 24 och Lilla Matöppet i Rosersberg nådde upp till 21 produkter och ökade med 2. Willys minskade tyvärr från 190 produkter till 179 under andra halvåret.

35 % är en rejäl ökning av utbudet på bara 6 månader. Genom upprepade inventeringar och rapporter och artiklar i media har vi lyckats sätta fokus på det ekologiska utbudet och medverkat till att samtliga butiker ökat sitt ekologiska utbud under 2014. Projektet har haft medvind av en kraftigt ökad försäljning av ekologiskt i hela landet. Dock går inte våra siffror att jämföra med landets nationella försäljnings-siffror då våra siffror baseras på antal ekologiska produkter och de nationella siffrorna baseras på försäljningsökning i kr.

Eva Fröman
Ekomatcentrum april 2015

Bilaga 1

Butikerna i Sigtuna kommun har ökat antalet ekologiska livsmedel, visar en undersökning.

Sigtunabygden skrev tidigare i år om Naturskyddsföreningens och föreningen Ekomat-centrums inventering av butikernas ekologiska utbud. Efter det har butikerna ökat sina utbud, visar en ny undersökning. – Det har varit en otrolig respons, säger Eva Fröman från Ekomat-centrum.

Inventeringen bygger på en korg med fyrtio basvaror som torsk, frysta grönsaker och yoghurt. En skillnad jämfört med den tidigare genomgången är att föreningen nu har tagit med barnmat – som visar sig vara den mest förekommande ekoprodukten i butikerna. Det är därför något oklart hur stor den faktiska ökningen är.

Etta i inventeringen mest flest ekoprodukter är Coop i Märsta. I mars hade butiken 213 ekologiska varor. I juli låg siffran på 232 varor.

Den butik som ökat sitt ekologiska utbud mest är Willys i Märsta – från 92 stycken ekologiska varor till 192. Willys hamnar på tredje plats i den nya inventeringen. – Den enda butik som minskat sitt ekologiska utbud enligt våra inventeringar är Lidl, säger Eva Fröman.

Jens Flyckt, 29/9-2014