

Hållbar mat

på restaurang och café i Sigtuna kommun

fokus: vegetariskt på lunchmenyn



Rapport av Eva Fröman och Tove Björlin, september 2017.
Ekomatcentrum och Naturskyddsföreningen i Sigtunabygden
på uppdrag av Sigtuna kommun.

HÅLLBAR MAT

All den mat vi äter och den vi av olika anledningar väljer att slänga påverkar miljön och klimatet. Såväl produktion, hantering, transport som beredning orsakar utsläpp av växthusgaser som i sin tur påverkar klimatet. Vid varje enskilt val vi gör kan vi direkt eller indirekt påverka klimatet, miljön och vår egen hälsa. Vi kan välja ekologiskt framför oekologiskt och vi kan välja vegetariskt framför animaliskt. Vi kan välja svenskt framför långväga import och vi kan välja rättvist producerat framför oetiskt.

VAD ÄR DÅ HÅLLBARA MATVAL?

I korta drag är hållbart producerade livsmedel mat som producerats med minsta möjliga påverkan på klimat, miljön och hälsa samt under etiska förhållanden för såväl djur som människor.

Hållbara matval är att välja:

- Mindre men bättre kött
- Mindre mejeriprodukter
- Mer frukt och grönt
- Mer baljväxter
- Fisk som är hållbart fiskad eller odlad
- Säsongsanpassad mat
- Närproducerat (svenskt eller nordiskt)
- Minskat svinn
- Transportsnålt
- Ekologiskt
- Etiskt
- Odlad själv
- Äta lagom portioner

Det ska vara lätt att göra rätt. Med ett stort och brett utbud av hållbar mat kan konsumenterna enkelt göra hållbara matval och tillsammans kan vi positivt påverka miljö, klimat, djurskydd och vår egen hälsa.

UPPDRAGET

Ekomatcentrum och Naturskyddsföreningen i Sigtunabygden har under sommaren 2017, på uppdrag av Sigtuna kommun inventerat ett 30-tal restauranger och caféer i kommunen för att kartlägga utbudet av hållbart producerad lunch-mat.

I år har vi haft extra fokus på lunchrestaurangerna i kommunen och deras vegetariska* lunchrätter. Som komplement till inventeringen i restaurang och café har vi även inventerat butikerna i kommunen och kartlagt utbudet av kyllda och frysta ekologiska och vegetariska färdigrätter.

*Med vegetariskt avses helt växtbaserade maträtter, dvs utan ägg och mejeriprodukter.

INVENTERING AV RESTAURANGER OCH CAFÈER

Inventering av restauranger och caféer i Sigtuna, Märsta och Rosersberg har genomförts i juli månad 2017 av Eva Fröman, Ekomatcentrum och Tove Björnin, Naturskyddsföreningen i Sigtunabygden. Idén och underlaget till inventeringen har tagits fram av "Handla miljövänligt-gruppen" inom Naturskyddsföreningen i Sigtunabygden och Ekomatcentrum. Den har utförts på uppdrag av Sigtuna kommun och är en uppföljning av en inventering som gjordes vintern 2016 (Rapport: Hållbar mat på restaurang och café i Sigtuna kommun, Eva Fröman, Ekomatcentrum och Tove Björnin Naturskyddsföreningen i Sigtunabygden, 2016).

Syftet med inventeringen är:

1. Informera om miljömärkningar och inspirera restauranger och caféer i kommunen till att använda mer hållbart producerade livsmedel, samt öka andelen KRAV-certifieringar.
2. Sätta fokus på vegetariska lunchalternativ, och möjligtvis förmå restaurangerna att öka sitt utbud av vegetariskt.
3. Få fram ett underlag till en restaurang- och café-guide som ska underlätta för kommunens invånare, turister och konferensbesökare att göra klimatsmarta, miljövänliga, etiska och hälsosamma matval vid restaurangbesök.

Inventeringen genomfördes för att informera och inspirera restauranger och caféer att öka utbudet av vegetariska, ekologiska och rättvisemärkta maträtter och drycker. Syftet var också att ta reda på vilka av kommunens restauranger och caféer som har ekologiska, lokalproducerade och Fairtrade-märkta produkter samt vilka som satsar på vegetariska maträtter till lunch. Detta gjordes genom en enkät som fylldes i vid besök på restaurangerna.

Det finns ett behov av att öka kunskapen om miljömärkningar och ekologiskt i den privata restaurangsektorn. Därför var ett syfte med inventeringen att inspirera och uppmuntra till en ökad användning av hållbara livsmedel.

Intresset för vegetarisk mat ökar snabbt i samhället. Inventeringen har syftat till att sätta fokus på vikten av ett vegetariskt lunchutbud på restaurang och café i kommunen. Att vegetariskt ska vara lika självklart som kött eller fisk på dagens lunchmeny.

Projektet hade även som mål att öka andelen KRAV-certifierade och Svanen-märkta restaurangkök i kommunen, vilket också skett. Antalet KRAV-certifierade restauranger har gått från 2 till 12 sedan inventering hösten 2014.



KRAV-certifieringen, märket med 1 stjärna, innebär att restaurangen har minst 25 % ekologiskt eller minst 15 miljömärkta produkter samt bl.a. krav på miljöpolicy och miljömärkta rengöringsmedel.



Svanen-certifieringen innebär minst 5 % ekologiska livsmedel samt bl.a. gränsvärden för el- och vattenförbrukning och minimerad avfallsmängd, krav på vegetariska alternativ och miljömärkta rengöringsmedel.

Ekologiskt och miljömärkt avser samma sak i denna rapport och hänvisar främst till miljömärkningarna KRAV, EU-ekologiskt, Demeter och MSC. Vi frågade även efter rättvisemärkt, Fairtrade.



Ett 60-tal restauranger och caféer i Sigtuna kommun kontaktades med ett mejl i juli månad. Av dessa fick drygt hälften, företrädesvis lunchrestauranger, ett personligt besök av Eva eller Tove. Restauranger och caféer på Arlanda har inte inventerats. Restaurangerna kontaktades först med ett mejl med information om ett kommande besök. Vid besöket har en frågeenkät fyllts i. Övriga restauranger, av vilka de flesta är hotell- och konferensanläggningar eller mindre caféer, fick inte något personligt besök, men gavs möjlighet att själva besvara enkäten på nätet.

Vid inventeringen undersöktes hur många vegetariska maträtter som erbjöds på lunchmenyn. Vi frågade även efter Fairtrade-märkt, ekologiskt och närproducerat, samt vilka ambitioner restaurangen hade för framtiden. Om de trodde att utbudet av hållbar mat kommer att öka och om de var intresserade av KRAV-certifiering. För de restauranger som saknade kunskap och/eller utbud av ekologiskt och rättvisemärkt så informerades vi om märkningarna, muntligt och skriftligt.

RESULTAT

RESTAURANGERNAS INRIKTNING

Vi har inventerat ett 30-tal restaurangverksamheter. Av dessa serverade 25 st huvudsakligen lunch, 18 st hade á la carte, 6 st var caféverksamheter och 5 st drev hotell eller kurs & konferens anläggningar. Flera av de restaurangerna angav flera inriktningar på sina verksamheter. 12 stycken uppgav att de hade ytterligare verksamheter som t.ex, sommarkrog, delikatessbutik, bar, catering, konferens, vandrarhem, folkhögskola, hamburgerrestaurang, pizzeria eller take away.

Sigtuna kommun har, jämfört med andra kommuner i samma storlek, ett förhållandevis stort antal hotell samt kurs- och konferens-verksamheter. Detta pga turistmålet Sigtuna stad och Arlandas placering i kommunen.

Destination Sigtuna arbetar aktivt med miljöfrågor samt att förbättra utbudet av miljöanpassade livsmedel på Sigtunas hotell-, kurs- och konferens-anläggningar. Detta gör de tillsammans med anläggningarna som är samlade i ett nätverk. Destinationens arbete har burit frukt och flera av anläggningarna har inspirerats till att servera ekologiskt kaffe, ta bort palmoljan och KRAV-certifiera sina restaurangkök.

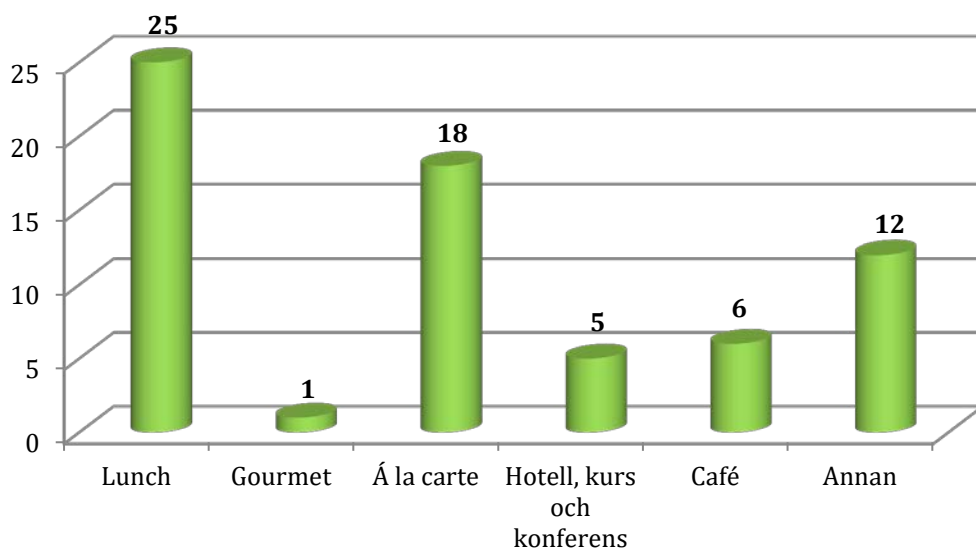


Diagram 1.

Diagrammet visar vilken inriktning de inventerade restaurangerna och caféerna hade vid inventeringen i juli 2017

LEVERANTÖRER OCH GROSSISTER

Nästan hälften av restaurangerna hade Martin & Servera som huvudleverantör. Snabbgrossen Axfood levererade till 7 st, Svensk Cater till 4 st och Menigo till 3 st. Att man hade en annan huvudleverantör än de förvalda uppgav 11 st. Man kan konstatera att Martin & Servera dominerar som huvudleverantör till restaurangerna i Sigtuna.

Övriga leverantörer

Nästan alla restauranger hade flera leverantörer.

Fisk: Ekofisk, Fisk idag, Bergfalk kött & fisk, Kvalitetsfisk, Nordsjöfisk, Brifa Food (Årsta), Sini Trading AB, CN Food Trading, Dargoport (kött och fisk), Gastrofood för kött & fisk,

Kött: Bergfalk kött & fisk, Fällmans kött, Årsta slakteri, Kungsholmens kött, Brifa Food (Årsta), Dargoport (kött och fisk), Gastrofood för kött & fisk,

Bröd: Venngarns bröd, bröd från Bergets gård i Örsundsbro, Europabagarn

Ost: Ost från en lokal gård i Örsundsbro, Vinga ost & vinkällare.

Frukt och grönt: Grönsakshallen Sorunda, Grönsakskompaniet, Bitar, Handlar själv grönsaker från Indien via England (linsor, bönor etc.)

Dryck: Vinnovativa, Spendrups, Vingruppen och Sigva gourmetfood

Övrigt: Naturodlat från Indien. Far east food AB, Sevan, Bazargross, Kommvission AB

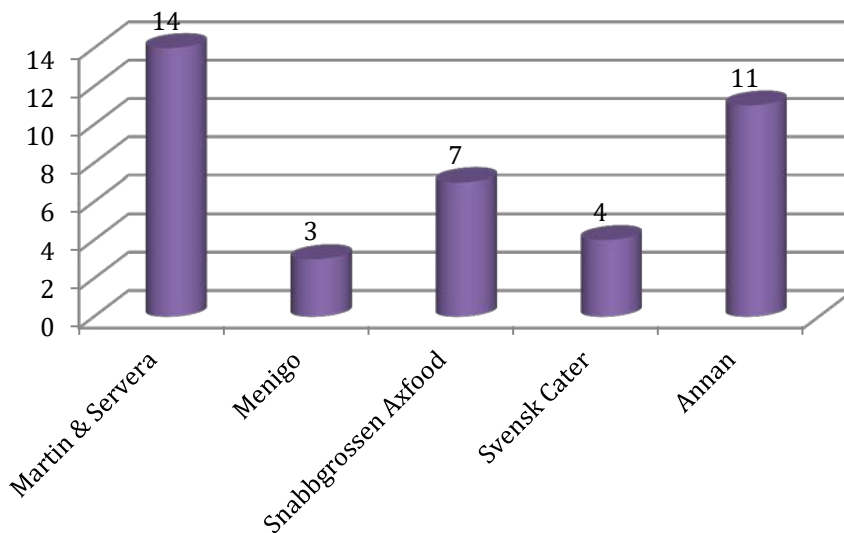


Diagram 2.

Huvudleverantörer av livsmedel till restauranger och caféer i Sigtuna kommun, juli 2017

HAR RESTAURANGEN NÅGON MILJÖMÄRKNING, T.EX KRAV, MSC ELLER SVANEN?

29 av de 34 inventerade restaurang-verksamheterna hade ingen miljömärkning alls. Vid förra årets inventering var alla Sigtuna stads hotell- och konferens-anläggningar med och besvarade enkätfrågorna. Då var 10 st KRAV-certifierade, 5 st Svanen-märkta, 2 st Fairtrade-diplomerade. Tre stycken uppgav att de har en annan märkning, Green Key*, som är en internationell märkning. Nu har vi fokuserat på lunchrestauranger och kan konstatera att intresset för miljömärkning av restaurangverksamheten var i princip obefintlig.

*Green Key, food criteria. Källa: <http://www.greenkey.global/criteria/>

1. The establishment must purchase and register at least three types of food/drink products that are organic, eco labelled, fairtrade labelled and/or locally produced.
2. The share of organic, eco labelled, fair trade labelled and/or locally produced food/drink products must be increased every year.
3. The establishment is taking initiatives to buy seasonal products, less meat products and no products from endangered fish, seafood or other species.
4. The establishment communicates on the menu card or in the buffet the products that are organic, eco labelled, fair trade labelled and/or locally produced.
5. A vegetarian alternative menu is proposed in the restaurant.
6. At least 85% of the dishes are prepared in the restaurant.
7. Where the water quality is of an adequate standard, tap water is offered.

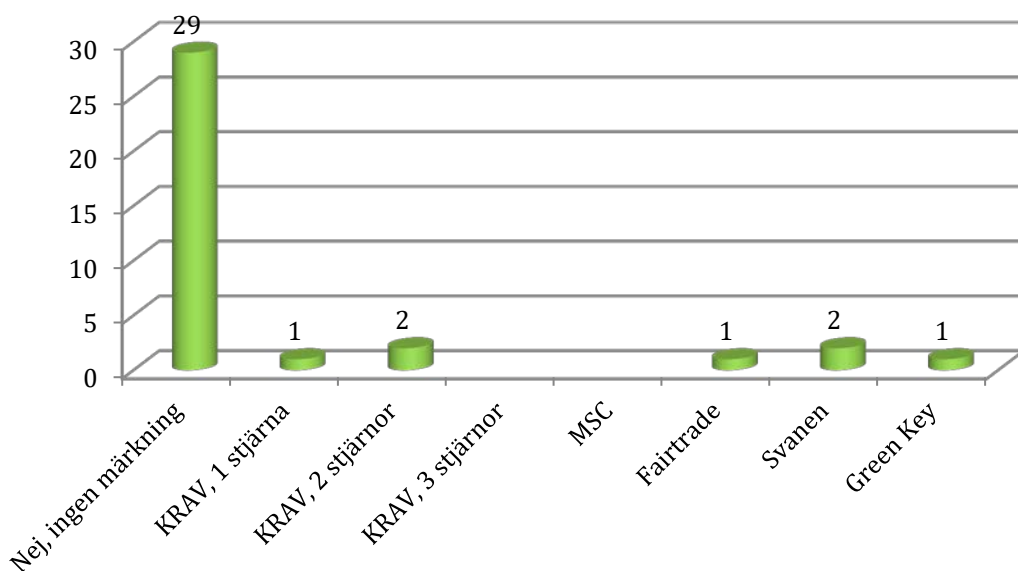


Diagram 3.

Förekomst av miljömärkningar på restauranger och caféer i Sigtuna kommun, juli 2017.



KRAV-CERTIFIERADE RESTAURANGER

KRAV är den vanligast förekommande miljömärkningen på restaurangverksamheter i kommunen. Om man ser bortom de 34 inventerade lunchrestaurangerna som företrädesvis ligger i Märsta, så finns ett förhållandevis stort antal KRAV-certifierade verksamheter i kommunen.

Antalet KRAV-certifierade restauranger i Sigtuna kommun har gått från 2 till 12 på två år. Vid förra inventeringen, 2016, var det 10 restauranger som var KRAV-certifierade. En på nivå 2, med två stjärnor och övriga på nivå 1 med en stjärna. Nu har vi två verksamheter på nivå 2 och 10 st på nivå 1. Ekomatcentrum har förmedlat kontakt mellan restaurangerna och KRAV och det har uppenbarligen lett till att fler restauranger nu är KRAV-certifierade. Även Destinantion Sigtuna har verkat för fler KRAV-certifierade restauranger i kommunen.

Två stjärnor, minst 50 % ekologiska inköp

1. Hotell Kristina
2. 32 Rum & kök

En stjärna, minst 25 % ekologiska inköp eller minst 15 ekologisk produkter

1. Clarion Hotel Arlanda Airport
2. Restaurang Sigtunastiftelsen
3. Kämpasten
4. Quality Airport Hotell
5. Restaurang Hyllan
6. Rosersbergs slottscafé
7. Rosersbergs slottshotell
8. Wenngarn Anstalten
9. Wenngarn Bageriet
10. Wenngarn Dammstugan

HUR MÅNGA VEGETARISKA RÄTTER HAR NI PÅ MENYN VARJE DAG?

Efterfrågan på vegetariskt ökar i takt med att svenska konsumenter blir allt mer medvetna om animaliers påverkan på klimatet, den egna hälsan och djurvälferden. Allt fler väljer att bli vegetarianer eller veganer. Andelen som fortsätter att äta kött men i mindre mängd ökar också. Protein från växtriket ersätter i allt större utsträckning animaliskt protein.

Hur ser det då ut i Sigtuna kommun? Bemöter restaurangerna kundernas öka gröna intresse med attraktiva vegorätter på lunchmenyerna? Hur ser utbudet ut för den som vill äta en vegetarisk lunch i kommunen?

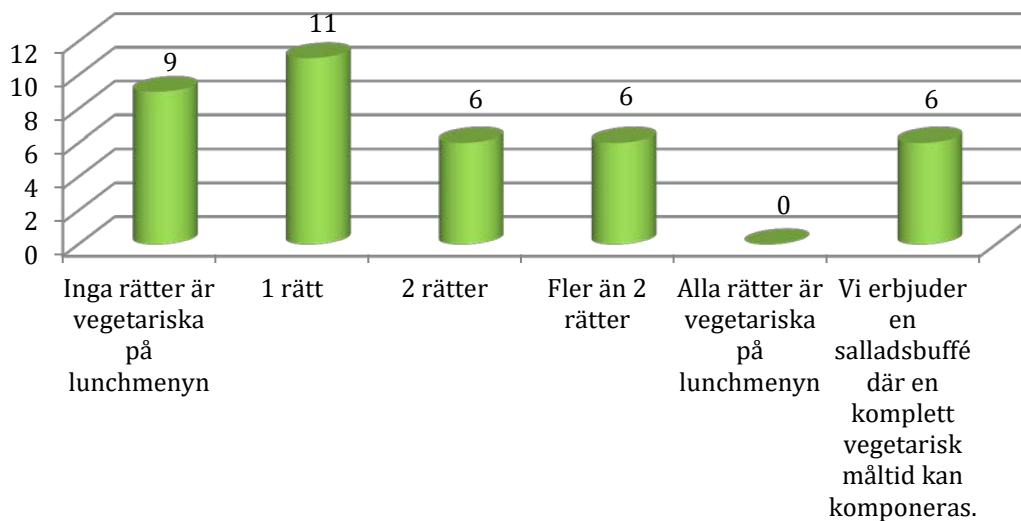


Diagram 4.

Utbud av vegetariska rätter på lunchrestaurangernas menyer.

ANTAL VEGETARISKA RÄTTER PÅ MENYN

I undersökningen avses med vegetariskt helt växtbaserade maträtter, dvs utan ägg och mejeriprodukter. Restaurangerna har uppgett hur många vegetariska rätter de erbjuder på lunchmenyn. Ingen restaurang var helt vegetarisk, dvs hade enbart vegetariska rätter på menyn. 9 restauranger hade inga vegetariska rätter alls på lunchmenyn, det är nästan en

tredjedel av de inventerade lunchverksamheterna. Positivt var att 23 av restaurangverksamheterna hade minst 1 vegetarisk rätt på menyn varje dag. 6 st kunde erbjuda 2 vegetariska rätter varje dag och lika många kunde erbjuda fler än 2 vegetariska rätter varje dag. Dessutom kunde en del erbjuda en komplett salladsbuffé antingen som komplement till de vegetariska rätterna eller som vegetariskt alternativ då inget annat vegetariskt erbjöds.

Det vegetariska utbudet på lunchmenyerna är begränsat men inte obefintligt. Många av restaurangerna som uppgav att de inte har något vegetariskt alls på lunchmenyn uppgav att de kunde ordna en vegetarisk rätt vid förfrågan. Det förutsätter alltså att kunden aktivt efterfrågar något som inte finns på menyn. Vanligast att erbjuda var en lakto-vegetarisk pastarätt.

Ofta kompletteras de vegetariska rätterna med en stor salladsbuffé, särskilt på kurs- och konferensanläggningarna. Om man erbjuder en soppa på lunch- eller middagsbuffén så är den ofta vegetarisk. Flera av caféerna gör veganska smörgåsar om kunden frågar efter det. Ostsmörgås och andra lakto-vegetariska alternativ är vanligt förekommande.

Några kockar berättade att de arbetar med att öka andelen råvaror från växtriket utan att för den skull göra rätterna helt vegetariska. Man lagar rätter med mindre mängd köttprotein och mer växtbaserat protein. Växtbaserad mat är fortsatt en viktig trend i restaurang-branschen och det är en trend som förmodligen kommer att stanna. Många uppgav att de tror att utbudet av vegetarisk kommer att ha ökat om ett år eftersom efterfrågan ökar starkt.

HAR NI FAIRTRADE-MÄRKTA PRODUKTER?

Fairtrade är en oberoende produktmärkning på varor som producerats med ett socialt ansvar. Sigtuna kommun är en Fairtrade City och det förpliktigar. Fairtrade City är en diplomering från Fairtrade Sverige som kräver ett visst utbud av produkter i lokalsamhället och att kommunen lever upp till en målsättning om etisk konsumtion. Vi har därför inventerat utbudet av Fairtrade-märkta produkter på kommunens restauranger och caféer.



Vi fann att 44 % av de tillfrågade restaurang- och café-verksamheterna inte hade några Fairtrade-märkta produkter alls. 41 % uppgav att de hade Fairtrade-märkt kaffe och 29 % att de hade Fairtrade-märkt te. 41 % uppgav att de hade en annan Fairtrade-märkt produkt än kaffe och te. Bland dessa övriga Fairtrade-märkta produkter nämndes vin, choklad och glass.

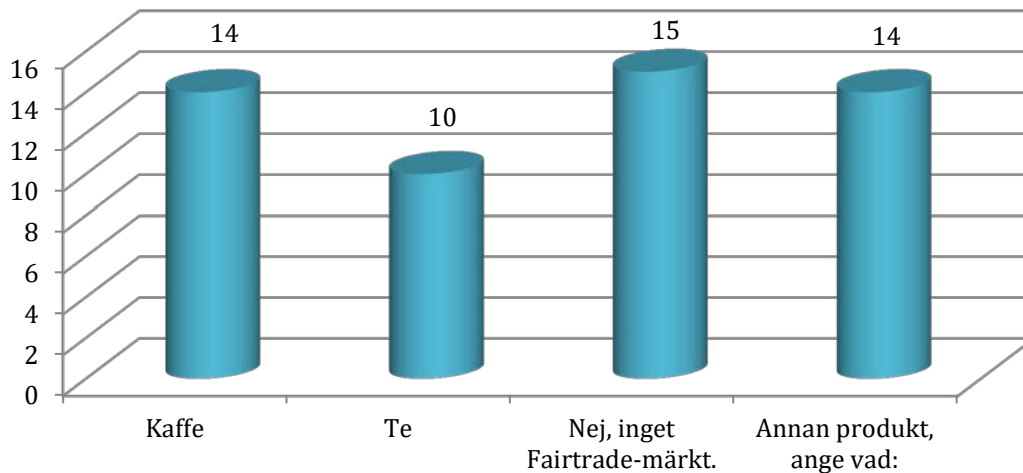


Diagram 5.

Kaffe är den vanligast förekommande Fairtrade-märkta produkten och te den näst vanligaste.

HAR NI NÅGRA NÄRPRODUCERADE PRODUKTER?

När- eller lokal-producerat kan innebära allt från svenskt till den lilla lokala producenten i kommunen. Det råder delade meningar om vad som ska anses vara när- eller lokalproducerat. Det kan handla om vilket geografiska område som avses eller vilket avstånd som ska gälla mellan producent och köpare. Det kan handla om råvarans primära ursprung eller produktionsplats (t.ex lokalt bageri med bröd bakat på mjöl från t.ex Danmark). Vi har bestämt i denna undersökning att med närproducerat avses produkter som transporterats maximalt 25 mil. (definition enligt Bondens egen marknad). Av de intervjuade kockarna uppgav 32 % att de köper närproducerat.

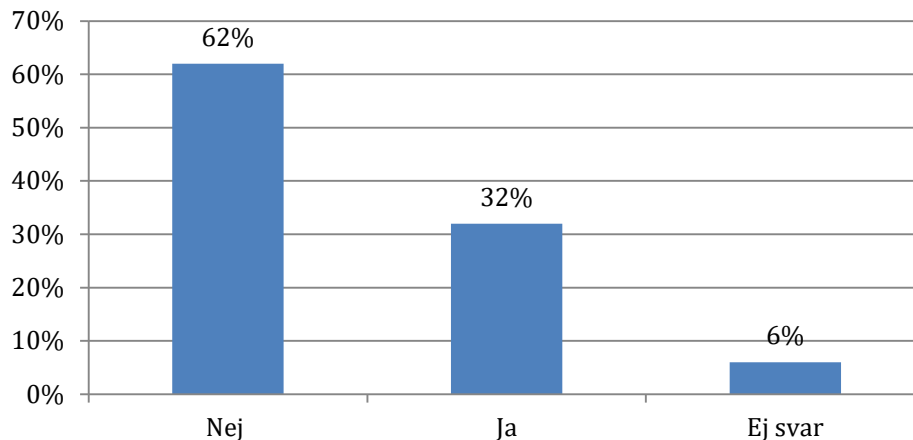


Diagram 6.

Andel restaurangverksamheter som köper när- eller lokalproducerade livsmedel.

Andelen närproducerat varierar med säsong. Vinter och vår är t.ex lågsäsong för svensk frukt och grönsaker. Medan sommar och höst är gynnsamt för nära producerade råvaror och livsmedel.

Vad och från vem handlar man närproducerat?

- Försöker jobba mycket med lokalt. Köttet är svenskt och mestadels KRAV. KRAV-kött från Närke, Närkekött, ost från Skogsbacken & Lövsta. Näsets gröna som är CO2 fritt. Gröna hagars kött.
- Bröd från Venngarn, Bergets bageri, delvis kött från Österby gård samt kött från en gård i Almunge, lokal ost.
- Sigtuna sparris, Sigtuna öl, provar lite Venngarnöl ibland.
- Grönsaker efter säsong.
- Ostar från Lövsta gårdsmejeri, öl från Sankt Erik och Sigtuna öl från Sigtuna bryggerhus
- Kött från Åloppe, Ägg från Roslagsägg, Grönsaker från Hornudden, Kött från Grönahagar, mm
- Bröd från RC i Sigtuna. Har tidigare försökt köpa kött från producenter i kommunen, men det blev svårt då vi ej kan använda hela djuret när de slaktat. Nu säljer de till Årsta slakteri och vi köper därifrån. Allt kött är svenskt och så närproducerat som möjligt.
- Sevan, Upplands Väsby.
- Inte just nu.
- Ej säker, grönsaker kanske från lokal grossist.
- Öl från Sigtuna bryggeri och Sankt Eriks.
- Åby gård, lammkött
- Europabagarn, Solna



HAR NI NÅGRA EKOLOGISKA PRODUKTER?

Alla intervjuade verksamheter utom 9 uppgav att de hade åtminstone några ekologiska produkter. Vi bad dem uppskatta andelen ekologiska inköp utifrån av oss givna intervall. Resultatet visar att 29 % (10 st) av restaurangerna köpte mellan 1 och 10 % ekologiskt. 15 % (5 st) köpte mellan 11 och 30 % ekologiskt och 15 % (5 st) av de intervjuade verksamheterna uppskattade sina ekologiska inköp till över 50 %. 2 verksamheter uppgav att de hade en inköpsandel på mellan 61 och 70 %. Observera att alla uppgivna värden är restaurangernas egna uppskattningar av sina ekologiska inköp.

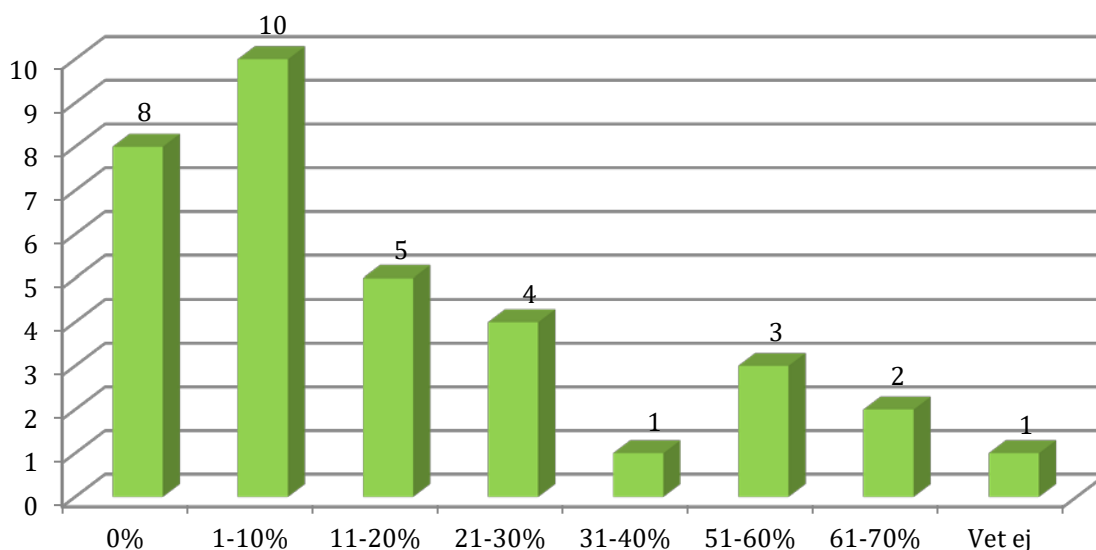


Diagram 7.

Restaurangernas egna uppskattningar av verksamheternas andel ekologiska inköp.

Kommentarer om ekologiskt

- Pratade om att eventuellt testa med ekomorötter till morotskakan och kanske gurkan?
- Händer att grönsakerna är ekologiska, t.ex bananerna då och då.
- Kör ibland med ekologisk kyckling.
- Vet inte exakt, men mycket av fisken är MSC från Kvalitetsfisk.
- Avocado är eko samt gurkan.
- Närmare 1 än 10 %.
- 25 % av grönsakerna är ekologiska.
- Allt köps in och bakas centralt, svårt att göra bedömning för just Märsta.
- När grossisten levererar ekologiskt tar vi det, ej ett medvetet val.
- Vet ej, svårt att svara på då restaurangen funnits kort tid och nuvarande ägare drivit den endast ett par månader. All fisk är MSC-märkt.
- Uppskattningsvis. Framför allt frukt. Viss dryck.
- Mycket av grönsakerna är eko. Kommer inte att gå med i KRAV, för dyrt.

VILKA EKOLOGISKA PRODUKTER ÄR VANLIGAST ATT KÖPA?

MSC-märkt fisk och skaldjur var nog den absolut vanligaste ekologiska produktgruppen på restaurangerna i kommunen. På andra plats kommer grönsaker. Att just dessa två är i topp beror nog på att den MSC-märkta fisken inte behöver vara dyrare än den ocertifierade fisken. Ekologiska grönsaker beror nog ofta på slumpen, att grossisten helt enkelt levererat ekologiskt eftersom det ekologiska varit slut eller att det ekologiska grönsakspriset tillfälligt legat lägre än det konventionella.

OM ETT ÅR, HUR BEDÖMER NI ATT ERA INKÖP AV EKOLOGISKT, FAIRTRADE, VEGETARISKT OCH NÄRPRODUCERAT SER UT?

Det totala utbudet av hållbar mat på restaurangerna kommer att öka enligt 32 % av de tillfrågade restaurangerna. 45 % menade att utbudet av hållbar mat är bra som det är och att det kommer att vara ungefär samma om ett år. Det är positivt att ingen trodde att det hållbara utbudet kommer att minska under kommande år. Ganska många, 16 %, svarade att de inte visste hur det kommer att se ut om ett år med det hållbara utbudet.

Positivt är att **INGEN** ingen trodde att det hållbara utbudet kommer att minska under kommande år

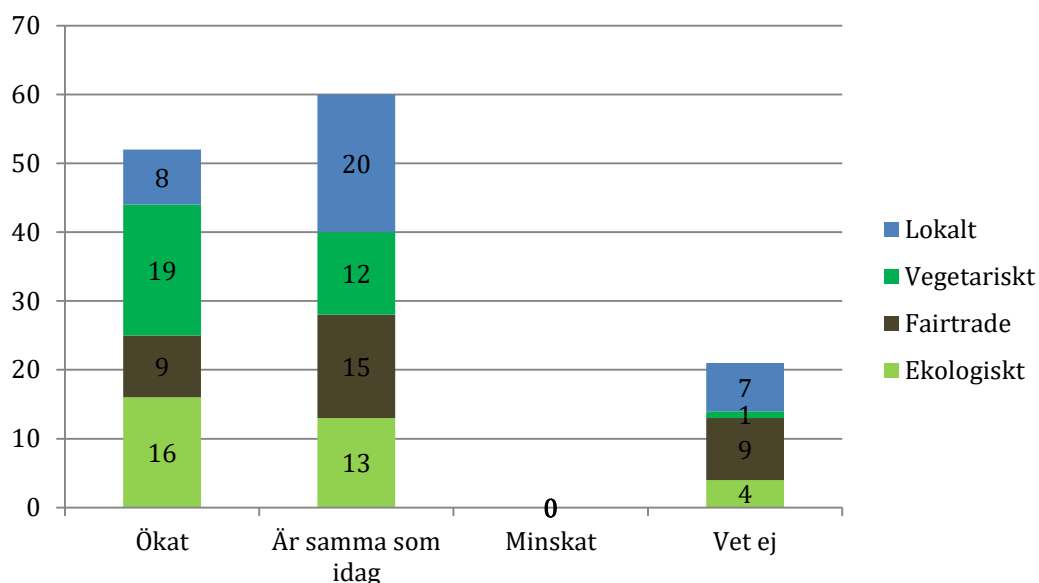


Diagram 8.

Utbudet av hållbar mat, dvs lokalt, vegetariskt, Fairtrade-märkt och ekologiskt om ett år på de intervjuade lunch-restaurangerna i Sigtuna kommun.

HUR BEDÖMER DU ATT UTBUDET AV EKOLOGISKT SER UT OM ETT ÅR?

Om man jämför förra årets svar med årets så kan man se att i årets undersökning var det färre som trodde att det ekologiska utbudet kommer att öka till nästa år, 48 %, jämfört med 64 % förra året. Det var också fler som trodde att det ekologiska utbudet kommer att vara samma, 39 %, om ett år jämfört med förra året, då trodde bara 17 % att det ekologiska utbudet skulle vara samma om ett år. Denna stora skillnad i bedömningen av det framtida utbudet av ekologiskt kan förmodligen förklaras med att i förra årets enkät var 58 verksamheter med i undersökningen och en stor del av dem hade sina hotell- och konferens-verksamheter i Sigtuna stad. I årets undersökning var majoriteten av respondenterna lunchrestauranger i Märsta. Dessa lunchrestauranger har inte kommit lika långt i sitt hållbarhetstänk som verksamheterna i Sigtuna stad.

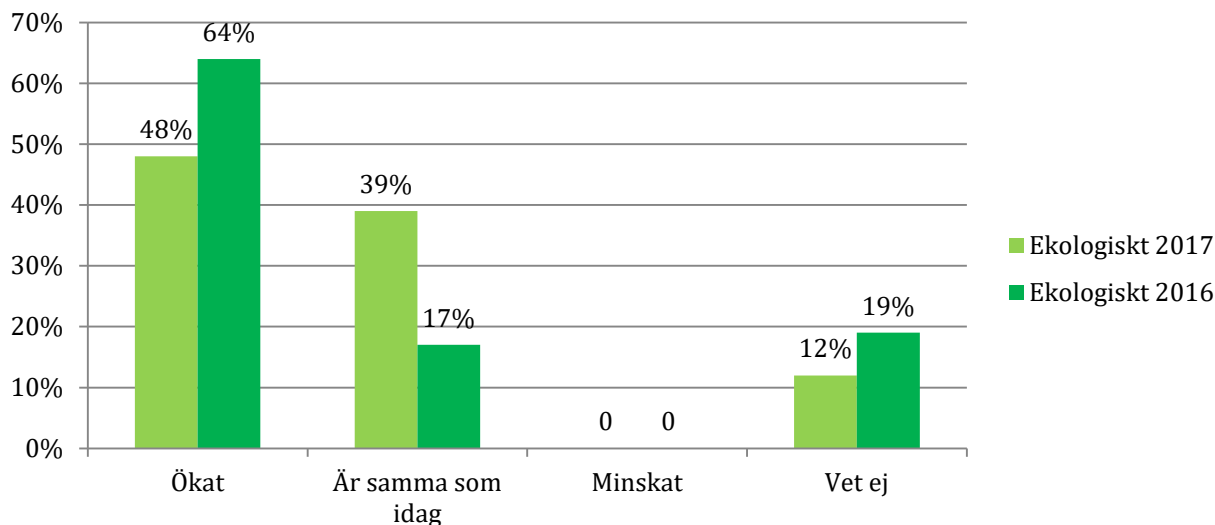


Diagram 9.

Restaurangernas bedömning av det ekologiska utbudet på sina egna verksamheter om ett år, 2016 och 2017.

HUR BEDÖMER DU ATT UTBUDET AV FAIRTRADE-MÄRKT SER UT OM ETT ÅR?

45 % av de intervjuade restauratörerna menade att utbudet av Fairtrade kommer att vara samma om ett år. Förra året var det lika många som menade att utbudet av Fairtrade-märkta produkter skulle öka under kommande år.

Det mest positiva är att ingen tror att utbudet av Fairtrade-märkta produkter kommer att minska det närmsta året.

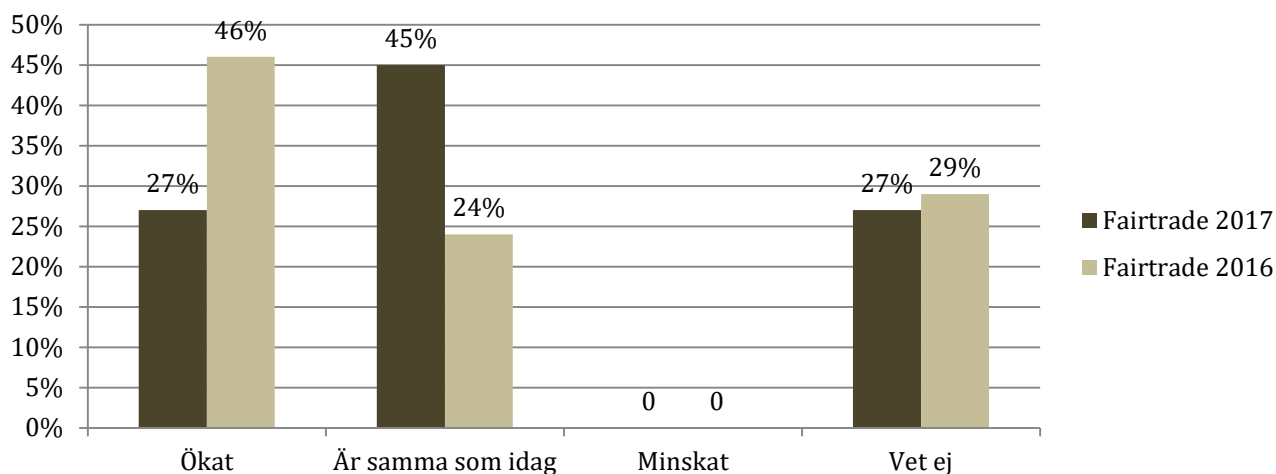


Diagram 10.

Restaurangernas bedömning av utbudet av Fairtrade-märkta produkter på sina egna verksamheter om ett år, 2016 och 2017.

Nu har vi inte samma underlag, dvs det är bara hälften så många restauranger som svarat på våra frågor jämfört med förra året och det är fram för allt lunchrestauranger i Märsta som svarat detta år. Eftersom även utbudet av Fairtrade var tunt på restaurangerna och även kunskapen om vad Fairtrade står för så är det logiskt att man inte heller tror att utbudet kommer att öka det närmsta året. 27 % visste inte hur det skulle se ut om ett år, förmodligen pga av dålig kunskap om märkningen.

HUR BEDÖMER DU ATT UTBUDET AV VEGETARISKT SER UT OM ETT ÅR?

Det märks att vegetariskt är hett, 76 % av de intervjuade restaurangerna bedömde att det vegetariska utbudet kommer att öka till nästa år.

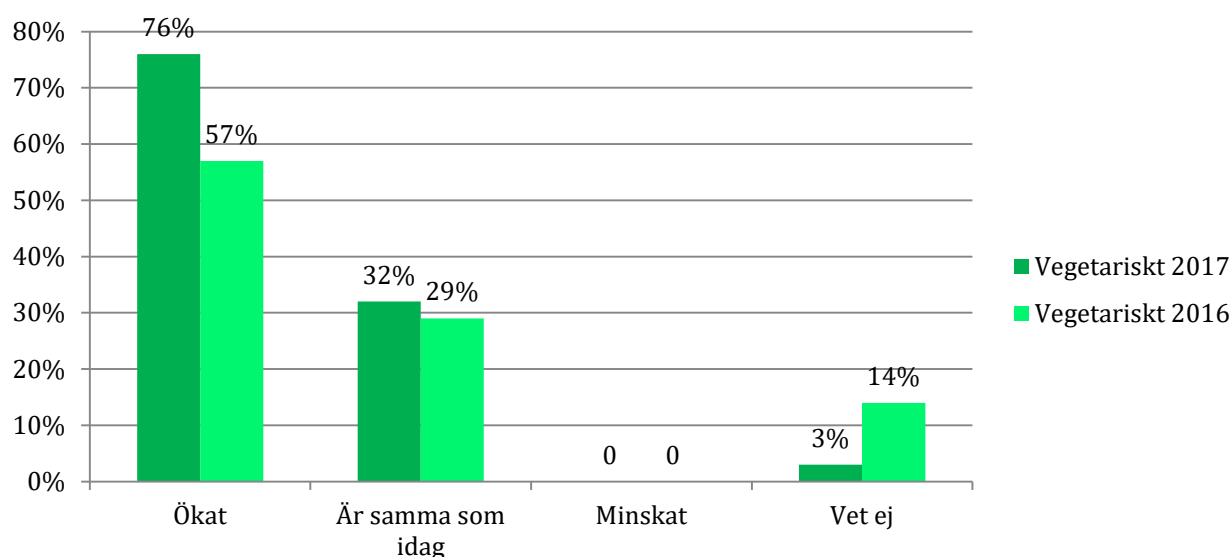


Diagram 11.

Restaurangernas bedömning av utbudet av vegetariskt på sina egna verksamheter om ett år, 2016 och 2017.

Det märks att vegetariskt är hett. 76 % av de intervjuade restaurangerna bedömde att det vegetariska utbudet kommer att öka till nästa år.

Det var många fler än förra året då det bara var 57 % som menade att det vegetariska utbudet skulle komma att öka det närmsta året. 32 % menade att utbudet av vegetariskt kommer att vara samma om ett år som vid intervjutillfället. Här var det bara 3 % som tvekade om hur de skulle svara.

HUR BEDÖMER DU ATT UTBUDET AV NÄR- ELLER LOKALT PRODUCERAT SER UT OM ETT ÅR?

Majoriteten, 57 % av de intervjuade verksamheterna menade att utbudet av lokalt på restaurangerna kommer att vara samma om ett år som vid intervjutillfället. Endast 23 % menade att utbudet av lokalt producerat kommer att ha ökat om ett år. En ansåg t.o.m. att utbudet av lokalt kommer att minska på restaurangerna. Jämför vi med förra årets

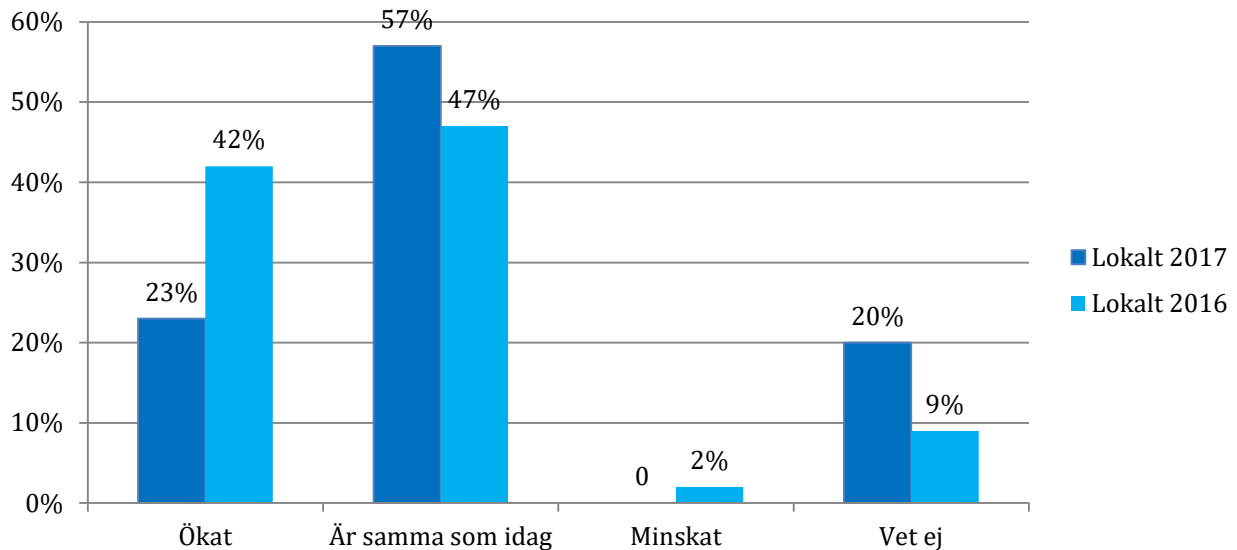


Diagram 12.

Restaurangernas bedömning av utbudet av lokalproducerat på sina egna verksamheter om ett år, 2016 och 2017.

undersökning så var betydligt fler, 42 %, optimistiska och såg ett ökat lokalt utbud på sina restauranger. En femtedel kunde inte ge någon framtida bedömning alls avseende lokalt producerat. Förra året var det bara 9 % som inte visste.

ÖVRIGT

HÅLLBAR LUNCH I BUTIK

Ett vanligt alternativ till att äta på restaurang är att köpa sin lunch i butik. Därför har vi i årets inventering av livsmedelsbutiker i kommunen även granskat utbudet av ekologiska respektive vegetariska kylda och frysta färdiga maträtter.

Ekologiskt

Vi kan konstatera att ökningen av ekologisk mat i butik ännu inte nått färdigrätterna, utbudet var minst sagt skralt! Valmöjligheten för den som söker en ekologisk färdigrätt är

begränsad och i de flesta av butikerna bestod utbudet endast av soppor. ICA har tagit fram ett par kylda ekologiska rätter av typen husmanskost under det egna varumärket *I love eco*. En eller ett par av dessa fanns i några av kommunens ICA-butiker. I de flesta av butikerna fanns ett mycket stort antal färdigrätter i frysdisken, men det ekologiska utbudet lyste med sin frånvaro. Inte i någon av butikerna fanns en enda ekologisk fryst färdigrätt.

I de flesta av butikerna fanns ett mycket stort antal färdigrätter i frysdisken, men det ekologiska utbudet lyste med sin frånvaro.

Vegetariskt

Den mest klimatsmarta lunchen är givetvis både ekologisk och vegetarisk. I butiksinventeringen räknade vi antalet vegetariska färdigrätter oavsett om de var ekologiska eller ej, eftersom en minskad konsumtion av animalier gynnar klimat och miljö. Med vegetariskt avses helvegetarisk, d.v.s. utan ägg och mejeriprodukter. I 6 av de 9 butikerna fanns minst en vegetarisk kyld färdigrätt. 5 av dessa butiker hade 1-3 rätter så valmöjligheten var, liksom för ekologiska färdigrätter, begränsad. I frysdiskarna fanns 1-4 vegetariska färdigrätter i 6 av de 9 butikerna. Det vegetariska utbudet utgjorde en ytterst liten andel av det totala antalet frysta rätter, men var något bättre än det ekologiska utbudet som var noll.

Det vegetariska utbudet utgjorde en ytterst liten andel av det totala antalet frysta rätter, men var något bättre än det ekologiska utbudet som var noll.

Salladsbarer i butik

Ett populärt lunchalternativ till färdigrätter är salladsbarerna som fanns i merparten av butikerna. De flesta av butikerna hade en salladsbar från PicaDeli. Där kan kunden själv välja ingredienser och mängd och plocka ihop sin sallad. Bland ingredienserna fanns grönsaker, frukt, baljväxter, ost, ägg, kött och fisk. Att sätta ihop en helvegetarisk sallad med protein från ärtor och bönor var fullt möjligt. Den ekologiska andelen var dock 0 %!

HÅLLBAR LUNCH PÅ SNABBMATKEDJORNA

Ett vanligt lunchalternativ är att ta en burgare på någon av de stora snabbmatkedjorna. I kommunen finns Burger King, MAX Burgers och McDonalds. Dessa har inte fått besök av oss i undersökningen, men utifrån informationen på företagets hemsidor har vi tittat på i vilken utsträckning de erbjuder en hållbart producerad lunch.

Ingen av snabbmatkedjorna hade någon miljömärkning och utifrån informationen på respektive hemsida var andelen ekologiskt begränsad eller obefintlig.

Burger King skriver att deras "kvalitetslöfte" börjar med produktens ursprung och att de endast använder noggrant utvalda råvaror. På hemsidan saknas dock information om just produkternas ursprung. Man använder endast GMO-fria råvaror och erbjuder KRAV-märkt kaffe. Burger King hade ingen helvegetarisk rätt utan endast en lakto-ovo-vegetarisk burgare.

MAX Burgers var den enda rikstäckande hamburgerkedjan som bara använde svenskt kött och kyckling. Fisken var MSC-certifierad. MAX erbjöd ett par lakto-ovo-vegetariska burgare och en helvegetarisk burgare. De vegetariska rätterna var tydligt utmärkta med *lakto-ovo*

respektive *vegan* på menyn, så gästen behöver inte fråga om innehållet. MAX hade inget ekologiskt alls på menyn, inte ens kaffe.

Även hos *McDonalds* var informationen om produkternas ursprung bristfällig. Äggen var dock svenska och ekologiska, fisken MSC-certifierad och kaffe, mjölk och socker ekologiska. McDonalds erbjöd en helvegetarisk burgare och en helvegetarisk wrap. Här fick man dock leta sig fram till rätternas innehållsförteckning för att ta reda på att de inte innehöll ägg eller mejeriprodukter.

IMPORTERAT KÖTT VANLIGAST PÅ SVENSKA RESTAURANGER

Svenska Naturskyddsföreningen har nyligen kartlagt i vilken utsträckning svenska restauranger serverar svenskt respektive importerat kött. Fyra av Sveriges största grossister; Martin och Servera, Axfood Snabbgross, Svensk Cater och Menigo, har kontaktats och svarat på hur försäljning och efterfrågan av svenskt, ekologiskt och naturbeteskött ser ut hos privata restauranger. Sammanställningen visar att det var få restauranger som efterfrågade svenskt och ekologiskt kött och att efterfrågan på naturbeteskött var i princip obefintlig.

”Sammanställningen visar att det var få restauranger som efterfrågade svenskt och ekologiskt kött och att efterfrågan på naturbeteskött var i princip obefintlig.”

Grossisternas teori var att priset är det viktigaste för många restauranger och de säljer därför främst billigt importerat kött till denna sektor. Andelen importerat kött uppgick till 55-90% av försäljningen till den privata restaurangmarknaden (d v s restauranger i privat regi till skillnad från servering i offentlig verksamhet som skolor och sjukhus).

<https://www.naturskyddsforeningen.se/nyheter/importerat-kott-vanligast-pa-svenska-restauranger>

RESTAURANGERNAS CATERINGAVTAL MED SIGTUNA KOMMUN

Två av de besökta restaurangerna har avtal för catering med Sigtuna kommun. Här har kommunen möjlighet att genom upphandlingen uppmuntra utbudet av hållbart producerad mat och visa sina ambitioner som en Fairtrade City. Vi har tagit del av avtalen mellan Sigtuna kommun och restaurangidkarna. I båda avtalen finns krav på att produkter ska vara palmoljefria eller komma från certifierade palmoljeplantager. Offererat sortiment ska även till minst 30 % uppfylla kriterierna för ekologisk produktion. Avtalen saknar krav på Fairtrade-märkta produkter, anbudsgivarna uppmanas att ”i de fall det är möjligt” använda Fairtrade-certifierade produkter eller likvärdigt som ingredienser i de varor som levereras till kommunens verksamheter. Vegetariskt omnämns i avtalet endast i samband med kravet på att anbudsgivaren ska kunna erbjuda alternativa rätter och betraktas alltså som ”specialkost”.

Dessa två restaurangers svar på vår enkät visade att de hade 0 % Fairtrade-märkta produkter. På frågan om hur man bedömde att utbudet av Fairtrade-märkta produkter har

utvecklats om ett år valde båda svarsalternativet *Samma som idag*. När det kom till ekologiskt uppgav restaurangerna att de uppskattade sin andel ekologiskt till 21-30% av inköpsvärdet, respektive 11-20%, med kommentaren *"När grossisten levererar ekologiskt tar vi det, ej ett medvetet val"*. Den ena restaurangen bedömde att utbudet av ekologiskt har ökat om ett år, medan den andra valde svarsalternativet *Vet ej*.

DISKUSSION

MÖJLIGHET TILL HÅLLBARA MATVAL I SIGTUNA KOMMUN

Sigtuna kommun är en Ekokommun. Sveriges Ekokommuner är ett nätverk för hållbar utveckling. Ekokommunerna ska vara förebilder och föregångare, pådrivare och opinionsbildare samt kunskapsförmedlare och en arena för erfarenhetsutbyte. Sigtuna kommun arbetar med att försöka främja utvecklingen mot ett mer kretsloppsanpassat samhälle där människor har möjlighet att uppnå en hög livskvalitet och god hälsa. Kommunen ska vara vägledande och underlätta för kommuninvånarnas eget miljöarbete. Möjligheten att välja hållbart producerad mat på restauranger och caféer i en Ekokommun bör vara god.

Ett av syftena med denna inventering var att dokumentera möjligheterna till klimatsmarta, miljövänliga, etiska och hälsosamma lunchval. I Sigtuna kommun skiljer sig utbudet mycket mellan olika typer av restaurangverksamheter. Hotell samt kurs- och konferensanläggningarna har generellt en högre ambitionsnivå än övriga restaurang- och caféverksamheter. Det är också skillnader i utbudet mellan olika kommundelar. Vi kan liksom tidigare år konstatera att tyvärr är möjligheten att välja en lunchrestaurang med hög andel ekologiskt, Fairtrade-märkt kaffe och te större i Sigtuna än i centrala Märsta. Däremot är utbudet av vegetariskt samma, oavsett om man äter lunch i Sigtuna eller Märsta.

GRYENDE INTRESSE FÖR VEGETARISKT PÅ LUNCHRESTAURANGERNA I SIGTUNA KOMMUN

Vegotrenden har börjat nå fram till lunchrestaurangerna i Märsta. Det fanns visserligen ingen restaurang som hade enbart vegetariskt på menyn men det var endast 9 st av 34 st som uppgav att de inte har något vegetariskt alls på lunchmenyn. En majoritet av de restauranger som vi intervjuat hade 1, 2 eller flera vegetariska rätter på lunchmenyn. Och hade man inte vegetariskt på menyn så kunde man åtminstone erbjuda en komplett salladsbuffé där en näringsriktig vegetarisk måltid kan komponeras eller att de lagar till en vegetarisk rätt på beställning. Hela 76 % av de intervjuade restaurangerna menade att det vegetariska utbudet på deras egna restauranger kommer att ha ökat om ett år. Även på snabbmatkedjorna i kommunen finns ett växande utbud av vegetariska lunchrätter. Lakto-ovo-vegetariskt är mer vanligt än helt vegetariskt.

SKRALT UTBUD AV FAIRTRADE-MÄRKT KAFFE OCH TE PÅ LUNCHRESTAURANGERNA I MÄRSTA

Sigtuna kommun är en Fairtrade-city vilket skapar förväntningar på ett bra utbud av Fairtrade-märkta produkter i restaurang och butik. Utbudet av Fairtrade i butik är mycket bra, det visar vår butiksinventering som är sammanställd i rapporten "Hållbar mat i Sigtunas livsmedelsbutiker juli 2017". Den visar att butikstäckningen för Fairtrade-märkt, kaffe, te, choklad, socker och banan var 82 %. Det innebär att nästan alla butiker i kommunen har ett bra utbud av Fairtrade-märkta produkter i sina hyllor.

Däremot är utbudet av Fairtrade-märkt kaffe eller te på lunchrestaurangerna i Märsta skvalt. 44 % hade inga Fairtrade-märkta produkter alls. 41 % hade Fairtrade-märkt kaffe och 29 % hade Fairtrade-märkt te. Många restauratörer visste inte ens vad Fairtrade-märkt står för. Fairtrade-märkt kaffe och te borde finnas på merparten av alla caféer och restauranger i en Fairtrade-city. Det skulle vara en god insats för bönder och lantarbetare i utvecklingsländerna. Vi förordar därför även i år att kommunen satsar på informationsinsatser om Fairtrade riktat mot restauranger och caféer i kommunen.

UPPFÖLJNING AV KRAV PÅ HÅLLBAR MAT I KOMMUNENS UPPHANDLADE CATERINGAVTAL

Inte minst skulle det vara önskvärt att kommunen som Ekokommun och Fairtrade-city följer upp ställda krav på ett större utbud av hållbart producerad mat hos de näringsidkare som driver restaurang- eller caféverksamhet i kommunens egna fastigheter och lokaler, eller har avtal för catering till kommunens verksamheter. Vi kan konstatera att så inte är fallet idag. Vi intervjuade två restauranger som har cateringavtal med kommunen, och ingen av dem hade som avtalats, 30 % ekologiskt. Inte heller verkar kommunen följa upp de avtal som finns, dvs om upphandlad restaurang har levererat enligt avtal.

INSATS FÖR ÖKAD LOKAL HANDEL AV NÄRPRODUCERAT

Hotell- och konferensanläggningarna i kommunen handlar gärna av lokala producenter. Medan lunchrestaurangerna i Märsta mer sällan handlar av lokala producenter. Vår undersökning visar att endast 32 % köper lokalt eller närproducerat, åtminstone någon gång ibland. Regelbundna lokala inköp är sällsynta.

Här förordar vi precis som förra året att en insats för ökad lokal handel skulle vara positivt för det lokala näringslivet. Medan lunchkrögare tycker att det är krångligt och dyrt med när- och lokalproducerat är krögarna på hotell- och konferensanläggningarna stolta över att kunna presentera lokala produkter och handla av lokala producenter. De ser det udda och lilla som positivt i marknadsföringen av verksamheten.

INSATS FÖR MER EKOLOGISKT PÅ LUNCHRESTAURANGERNA I MÄRSTA

Det ekologiska utbudet lyser med sin frånvaro på lunchrestaurangerna i Märsta. Det är mer slump och tillfällighet som gör att det finns ett litet, litet utbud av ekologiskt på de några av restaurangerna. Restaurangerna menar att det blir för dyrt med ekologiskt och att deras matgäster inte frågar efter det. Argument som vi hört förr. Även här behövs en

kraftsamling för att få lunchrestaurangerna att intressera sig för det ekologiska och plocka in mer av detta i sitt lunchutbud. Hälsoargument skulle kunna vara gångbart eftersom det finns en efterfrågan på "Hälsotallrikar", vegetariskt och sallader. Vi förordar därför åter igen en informationsinsats om värdet av att servera ekologiska mat på lunchrestaurangerna i kommunen.

VAD SKA DRIVA UTVECKLINGEN MOT MER HÅLLBAR MAT?

I 2016 års rapport (Hållbar mat på restaurang och café i Sigtuna kommun, Eva Fröman, Ekomatcentrum och Tove Björnin Naturskyddsföreningen i Sigtunabygden, 2016) resonerade vi kring vad som driver utvecklingen av hållbart producerad mat i restaurangbranschen och hur den kan påverkas.

Även i år kan vi konstatera att utbudet främst styrs av restaurangernas upplevelse av efterfrågan. Allt fler restauranger har vegetariska rätter på menyn och många hänvisar till att det är matgästernas önskemål som styr. Vi konstaterar även i år att informationsinsatser om ekologiskt och fairtrade skulle behövas, liksom samordningsinsatser för att synliggöra och lyfta den lokalt producerade maten i kommunen.

Hos många av de inventerade lunchrestaurangerna i Märsta fanns en bristande kännedom om såväl Fairtrade som om lokala matproducenter i närområdet. Ett flertal kommenterar att ekologiskt är dyrt och att de inte kan höja priserna för sina matgäster. 29 % av de inventerade restaurangerna saknar helt vegetariska rätter på lunchmenyn, även om de kan laga till en vegetarisk rätt på begäran.

Utbudet av hållbart producerad mat förefaller till stor del styras av restaurangernas upplevelse av efterfrågan.

Utbudet av hållbart producerad mat förefaller till stor del styras av restaurangernas upplevelse av efterfrågan. Man väntar tills kunderna frågar och anpassar sig efter deras uttalade önskemål i stället för att skylta med exempelvis råvarornas ursprung eller vegetariska rätter. Om utbudet ska öka ställer det höga krav på restauranggästerna att vara aktiva och frågvisa.

Det är förståeligt att det kan vara svårt att vara föregångare i en bransch med små ekonomiska marginaler. Och givetvis har restauranggästernas efterfrågan betydelse. I dagligvaruhandeln har konsumenternas efterfrågan och butikskedjornas egna engagemang för miljön lett till en rekordartad ökning av ekologiska produkter och vegetariska alternativ till animalier. Att förekomma istället för att förekommas kan vara ett sätt att vinna nya kunder och öka sin omsättning i restaurangen.

Totalt ökade försäljningen av ekologiskt med 18 % 2016, i Sverige. Andelen ekologisk försäljning uppgick till totalt 8,7 % 2016. I detaljhandeln utgjorde den ekologiska försäljningen 7,2 % av total försäljning. Offentliga restauranger hade en ekoandel på 33 %

och privata restauranger hade ca 7,5 % ekologiskt 2016 (Ekomatcentrum maj 2017 och Ekologisk livsmedelsmarknad, Ekoweb 26 januari 2017.)

Konsumtionen och efterfrågan av vegetarisk mat ökar i vårt samhälle. Ungdomar leder trenden och livsmedelsindustrin jobbar för fullt med att ta fram nya vegetariska färdigrätter till butik. Även restaurangerna ökar sitt utbud av vegetariska rätter på meny eftersom folk frågar efter det. Vår butiksinventering i Sigtuna kommun visar att utbudet av vegetariska färdigrätter är växande. Tyvärr har vi kunnat konstatera att det växande utbudet av vegetariska färdigrätter i butik dessvärre inte är ekologiska.

Tyvärr har vi kunnat konstatera att det växande utbudet av vegetariska färdigrätter i butik dessvärre inte är ekologiska.

I restaurangbranschen kan vi dock inte förvänta oss ett lika stort konsumenttryck som i dagligvaruhandeln då konsumenters beteende skiljer sig i de olika sammanhangen. I en matvarubutik har vi tillgång till information om produkterna utan att behöva fråga. Vi kan i lugn och ro granska märkningar och läsa innehållsförteckningar. På restaurangerna saknas oftast skriftlig information. Att äta på restaurang medför helt andra förväntningar på en positiv social upplevelse än när vi handlar i matbutiken, och vi är benägna att undvika besväret det medför att ställa frågor. Naturskyddsföreningens nya kampanj för mer ekovego på lunchen, vill få oss konsumenter att påverka utbudet på restaurangerna just genom att ställa frågor om hållbar mat.*

Det finns mycket restaurangerna själva kan göra för att driva utvecklingen mot hållbart producerad mat, utan att det skulle medföra ökade kostnader eller ett sämre utbud för



Ett steg på vägen att bli mer hållbar är att lyfta det positiva. T. ex genom att informera på meny om köttets ursprung, Fairtrade-märkt glass och KRAV-märkt mjölk.

befintliga kunder. Genom tydligare kommunikation visa på det man redan gör, till exempel skylta med att man erbjuder Fairtrade-kaffe eller att man endast använder svenskt kött. Att namnge en vegetarisk rätt på lunchmenyn skulle få långt fler gäster att välja den miljösmarta vegetariska rätten än om den kallas "veg. pasta" eller saknas helt på meny. Att använda större andel växtbaserade råvaror i maträtterna på den befintliga meny ger lägre

kostnader och därmed möjlighet att satsa på till exempel kött av bättre kvalitet och en ökad andel ekologiskt.

Sigtuna kommun skulle kunna stötta ett ökat utbud av hållbart producerad mat genom informationsinsatser riktade till såväl näringsidkare som restauranggäster. Att uppmuntra restaurangbranschen till ett mer medvetet hållbarhetsarbete kan ske genom att lyfta goda exempel och genom riktad information. Restauranggästerna skulle kunna uppmuntras att fråga efter vegetariska rätter, ekologiska råvaror och MSC-märkt fisk med hjälp av olika informationskampanjer.

***Kampanj för mer ekovego på lunchen**

Mot bakgrund av animalieproduktionens och olika köttsorters miljöpåverkan genomför Svenska Naturskyddsföreningen just nu en rikstäckande kampanj för att uppmuntra lunchgäster att i större utsträckning efterfråga och välja vegetariskt till lunch. Kampanjen syns främst i sociala medier och uppmanar till att äta mer vego och mer ekologiskt, välja kött med omsorg och inte slänga mat.

<https://www.naturskyddsforeningen.se/vad-vi-gor/klimat/klimatmaxa/lunchvego>

UPPFÖLJNING

EKOUTMANINGEN

Ett 60-tal restauranger i Sigtuna kommun har fått ett personligt besök eller ett mejl med en länk till en enkät där de kan kunnat besvara våra frågor om hållbar mat på restaurang och café i Sigtuna kommun. 34 restauranger har besvarat enkäten. Eftersom många restauranger i Sigtuna inte besvarat enkäten (förmodligen för att de inte fått något personligt besök av oss) så är det tveksamt om vi kommer att genomföra någon Ekoutmaning med premiering av högst andel ekologiskt på Näringslivsdagen 2017.

RESTAURANG- OCH CAFÉGUIDE

Det har varit Sigtuna kommuns och föreningarnas ambition att ta fram en konsumentguide över restauranger och caféer i kommunen som ger överblick över var man finner matställen med ett hållbart utbud av ekologiskt, närproducerat, vegetariska rätter och Fairtrade-märkta produkter. En guide är ett sätt att informera och inspirera restauranggäster till miljösmarta och etiska matval som i sin tur kan leda till en ökad efterfrågan av hållbart producerad mat på restaurang och café. Då framtagandet av en guide saknar finansiering kommer det inte heller i år att bli någon restaurangguide. Vår förhoppning är dock att det så småningom ska finnas finansiering till en restaurangguide så att projektets resultat kan kommuniceras och komma till nytta för kommunens invånare. På Ekomatcentrums hemsida www.ekokrogar.se listas alla restauranger och caféer i kommunen som är KRAV-certifierade, Svanen-märkta eller har höga ekologiska ambitioner utan att vara miljöcertifierade.

RAPPORTENS SPRIDNING

Samtliga medverkande restauranger och caféer får ta del av resultatet av inventeringen och denna rapport. Rapporten kommer även att finnas tillgänglig på Ekomatcentrums och Naturskyddsföreningens hemsidor och spridas genom föreningarnas kommunikationskanaler samt genom Sigtuna kommun.

FÖR YTTERLIGARE INFORMATION VÄNLIGEN KONTAKTA:

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

Tove Björlin, Naturskyddsföreningen i Sigtunabygden
tovebjorlin@gmail.com
070-496 07 00

Helen Ericson, Sigtuna kommun
Helen.ericson@sigtuna.se
08-592 260 09

RESTAURANGER SOM MEDVERKAT I ÅRETS INVENTERING:

Arlanda:

Trattoria Milano

Arlandastad:

Eurokrog

Märsta:

Alanya Kolgrill

Artin

Burger bistron

Café Milou

Campino

Espresso House

Indian Paradise

Kenths kök

Koh Chang

Kulturcaféet

Linäs matsal

Magasinet

Mat Sushi

Mingel kök&bar

O'Learys

Pizzeria Castello

Pizzeria Pomodoro

Sushi Yama

Södergatans café och

salladsbar

Rosersberg

Grekiska kolgrillsbaren

Basilica

Subway

ChopChop

Tre Rosor Pensionat &
Konferens

Sigtuna

32 Rum & kök

Skafferiet på Stora Gatan

Farbror Blå

Kopparkitteln i Sigtuna

Hotell Kristina

Sigtuna Folkhögskola

Sigtunastiftelsen

Stora Brännbo konferens
och hotell AB