



*I samarbete med:*



## Hållbar mat på restauranger i Haninge kommun



*Den här marknadskartläggningen är en del av projekt MatLust, ett EU-projekt med syfte att stärka den hållbara livsmedelsnäringen i Stockholmsregionen.*

*MatLust erbjuder utvecklingsprogram, nätverk och andra former av kostnadsfritt stöd till små och medelstora livsmedelsföretag.*

*Mer information: [www.matlust.eu](http://www.matlust.eu), [www.facebook.com/projektmatlust](http://www.facebook.com/projektmatlust).*

November 2016

# Innehåll

1. Inledning .....	3
1.1 Bakgrund och syfte.....	3
1.2 Hållbar mat.....	3
2. Metod.....	3
2.1 Urval av restauranger.....	3
2.2 Inventerade restauranger .....	4
2.3 Tillvägagångssätt .....	4
3. Resultat.....	5
3.1 Aktuellt läge.....	5
3.1.1 Restaurangernas inriktning.....	5
3.1.2 Leverantörer och grossister .....	5
3.1.3 Miljömärkta restauranger .....	6
3.1.4 Ekologiska livsmedel .....	6
3.1.5 Fairtrade-märkning .....	8
3.1.6 Vegetariska maträtter .....	9
3.1.7 Närproducerade livsmedel.....	10
3.1.8 Summering av resultatet.....	12
3.2 Förväntningar och framtidsbedömningar .....	13
3.2.1 Restaurangernas förväntningar om ett år .....	13
3.2.2 Förväntningar på det ekologiska utbudet .....	14
3.2.3 Förväntningar på utbudet av Fairtrade-märkta produkter .....	16
3.2.4 Förväntningar på det vegetariska utbudet.....	17
3.2.5 Förväntningar på utbudet av närproducerade produkter .....	18
4. Diskussion .....	20
5. Bilagor.....	22
5.1 Geografisk indelning av utvalda restauranger:.....	22
5.2 Kommentarer från restaurangerna .....	23
5.2 Miljö- och etikmärkingar på livsmedel .....	26

# 1. Inledning

## 1.1 Bakgrund och syfte

EU-projektet MatLust har som syfte att stärka den hållbara livsmedelsnäringen i Stockholmsregionen. Med anledning av MatLusts uppdrag och ett ökat konsumentintresse för hållbara livsmedel genomför MatLust i samarbete med den ideella föreningen Ekomatcentrum en marknadsaktivitet riktad mot utvalda restauranger och caféer som serverar lunch eller middag i Stockholms län.

Målet med marknadsaktiviteten är att kartlägga utbudet av hållbart producerad mat genom en restauranginventering. Urvalskriteriet för restaurangerna har varit att de ska servera dagens lunch eller à la carte. Vid inventeringen har vi haft fokus på ekologiskt, Fairtrade-märkt, vegetariskt och närproducerat.

Genom att kartlägga restaurangernas utbud av hållbar mat vill MatLust lyfta fram och uppmärksamma restauranger med ett stort utbud. MatLust vill inspirera, informera och motivera fler restauranger att utöka sitt utbud av hållbart producerade livsmedel. Projektet vill också underlätta för konsumenter att hitta restauranger med ett hållbart utbud.

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. Varje enskilt val kan direkt eller indirekt påverka klimatet, miljön och den egna hälsan. 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 framtagna produkter.

## 1.2 Hållbar mat

Hållbar mat är livsmedel som producerats med minsta möjliga påverkan på klimat, miljö och hälsa samt under etiska förhållanden för såväl djur som människor. 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.

Det finns ett behov av att öka kunskapen om miljömärkningar och ekologiskt i den privata restaurangsektorn. Inventeringens syfte var därför att inspirera och uppmuntra till en ökad användning av hållbara livsmedel. Inventeringen gjordes genom en enkätundersökning som fylldes i vid besök på restaurangerna.

Med hållbara livsmedel avser vi, i denna undersökning, livsmedel märkta med KRAV, EU-ekologiskt, MSC eller Fairtrade. För mer information om dessa märkningar, se sida 26.

# 2. Metod

## 2.1 Urval av restauranger

Haninge kommun valde ut 21 restauranger att medverka vid inventeringen. Ett urvalskriterium var att de var öppna för allmänheten och serverade lunch eller middag. Ett annat var att restaurangerna skulle ha en bra geografisk spridning i kommunen. Restaurangerna låg i Brandbergen, Handen, Jordbro, Skärgården, Tungelsta, Vendelsö samt Västerhaninge. Inventeringen var den första i Haninge kommun. Samtliga inventerade restauranger var öppna för allmänheten och serverade lunch eller middag. Restauranger som enbart serverar s.k. fast food ingick inte i inventeringen.

Sju av de utvalda restaurangerna är inte med i rapporten. Tre av dem fanns inte längre kvar. Ytterligare tre restauranger avböjde att delta i inventeringen och en restaurang använde sig enbart av catering, vilket innebär att ingen mat lagades på själva restaurangen.

## 2.2 Inventerade restauranger

### Följande restauranger ingick i inventeringen:

Balkan Steak House	Paus Bagarstuga
Golden Bistro	Restaurang Torget
Häringe slott	Systrarna Sisters
Lagerqvist restaurang	Sörmans kök
O'Learys Bar & Restaurant	Tungelsta Vårdshus
Ornö Krog	Vegabaren
Parabol Restaurang HB	Västerhaninge Kök och Bar

## 2.3 Tillvägagångssätt

Restaurangerna kontaktades med ett mejl eller telefonsamtal, därefter bokades ett möte. Alla medverkande restauranger har fått ett personligt besök av Ekomatcentrum, med undantag av Ornö krog, som intervjuades per telefon. Samtliga har även bjudits in att delta i Haninge kommuns Ekoutmaning. Till Ekoutmaningen nominerar restaurangerna sig själva via en enkät på nätet. Intervjuerna gjordes med ägaren, restaurangchefen eller kökschefen, beroende på vem som hade tid eller var bäst lämpad att svara på frågorna.

Vid inventeringen ställdes frågor om restaurangens användning av miljömärkta, närproducerade och Fairtrade-märkta produkter samt om antalet vegetariska maträtter på menyn. Dessutom ställdes frågor om hur de trodde att utbudet av hållbara livsmedel skulle se ut om ett år; d.v.s. om utbudet förväntades öka eller inte. Restauranger som saknade kunskap om ekologiskt och rättvisemärkt informerades om de olika miljömärkningarna och vad de innebär, se sid 26.

Notera att svaren avser rådande villkor vid inventeringstillfället (september 2016).

Inventeringen genomfördes i september 2016 av Mimi Dekker från Ekomatcentrum på uppdrag av projekt MatLust.

Har du frågor kring marknadskartläggningen i stort eller EU-projektet MatLust, kontakta Daniel Dworetsky, kommunikationsansvarig 08-5230 4805, [daniel.dworetsky@sodertalje.se](mailto:daniel.dworetsky@sodertalje.se).

Har du specifika frågor kring denna inventering och rapport, kontakta Mimi Dekker, [mimi@ekomatcentrum.se](mailto:mimi@ekomatcentrum.se), 076-277 00 30 på Ekomatcentrum.

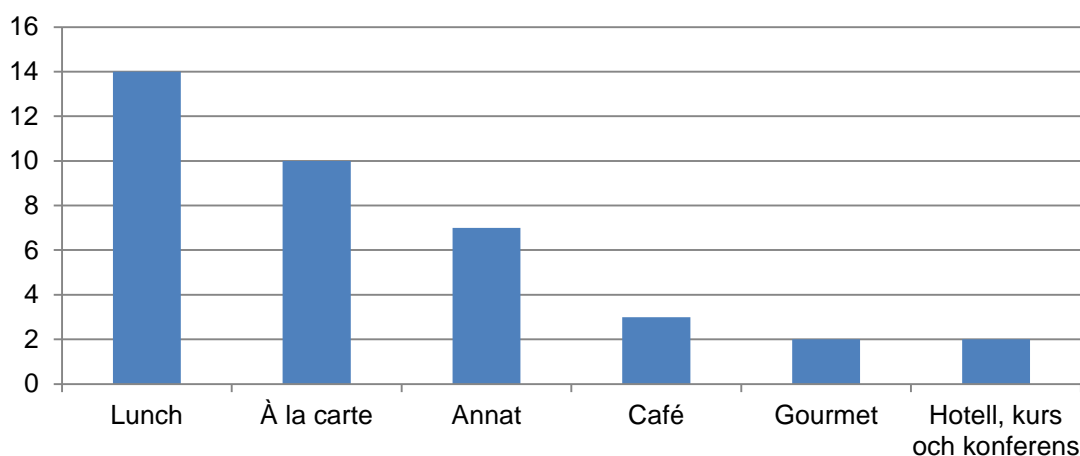
Vid frågor om Haninge kommuns medverkan i projektet, kontakta Catarina Heilborn, [catarina.heilborn@haninge.se](mailto:catarina.heilborn@haninge.se), 08-606 7097, på Haninge kommun.

## 3. Resultat

### 3.1 Aktuellt läge

#### 3.1.1 Restaurangernas inriktning

Vi har inventerat 14 restauranger. Samtliga restauranger serverade dagens lunch. Dessutom hade majoriteten även à la carte (11 stycken). Tre av restaurangerna bedrev även caféverksamhet. Två betecknade sig som gourmetrestauranger och två hade även hotell- eller kurs & konferensverksamhet. Flera av de intervjuade restaurangerna uppgav mer än en inriktning på sin verksamhet. Sju stycken uppgav även ytterligare verksamheter såsom catering, festarrangemang eller pub.

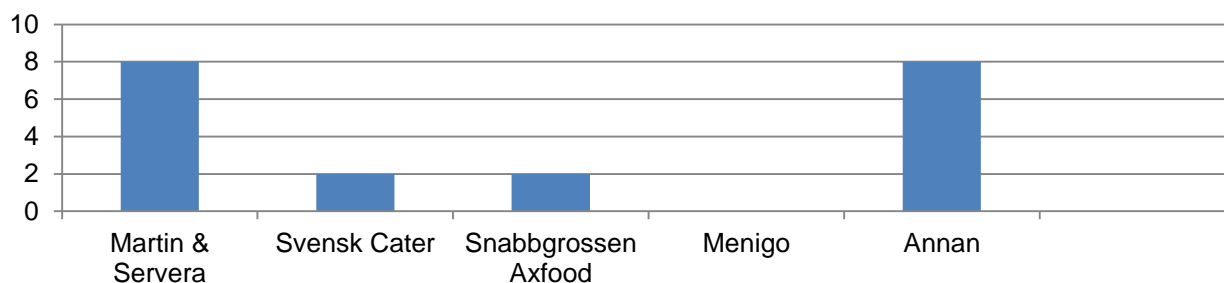


**Diagram 1.** Inriktningen på de inventerade restaurangerna.

#### 3.1.2 Leverantörer och grossister

##### Restaurangens huvudleverantör

Drygt hälften av restaurangerna uppgav Martin & Servera som sin huvudleverantör. Svensk Cater levererade till två av restaurangerna, liksom Snabbgrossen Axfood. Tre av restaurangerna uppgav en annan huvudleverantör än de förvalda och ytterligare fem uppgav fler leverantörer utöver sin huvudleverantör. Grönsakskompaniet var den leverantörer som förekom vid mer än ett tillfälle. Den huvudleverantör som flest restauranger anlätade var Martin & Servera.



**Diagram 2.** Huvudleverantörer av livsmedel till inventerade restauranger och caféer.

## Övriga leverantörer

Nästan alla restauranger hade flera leverantörer. Övriga leverantörer som användes var:

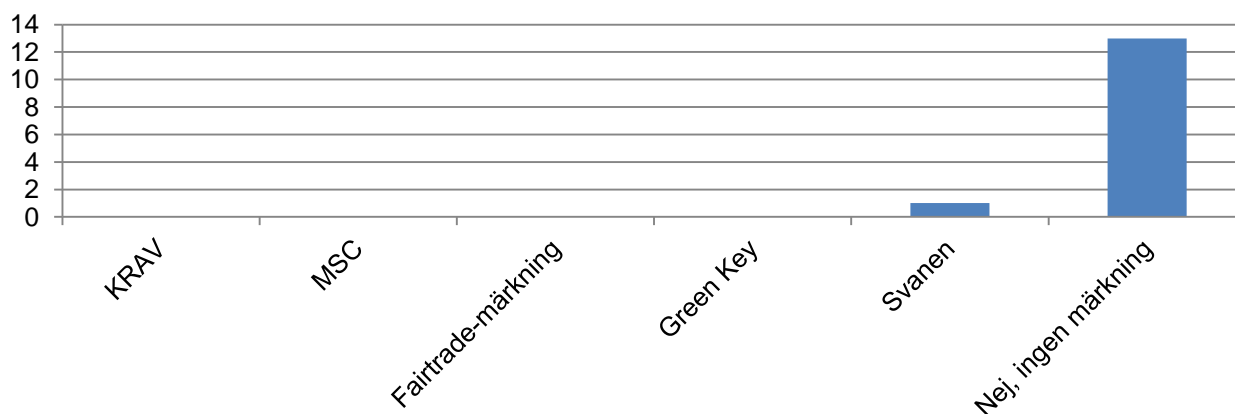
- Lagerqvist för *färsk fisk*.
- GM Greenfood och Grönsakskompaniet för *frukt och grönsaker*.
- Gastrofood för *kolonial*.
- Tatos för *frukt och grönsaker* samt *kolonial*.
- Charkman, Globen kött, Lagerqvist kött & fisk, Lundbergs kött och Solna Korv för *kött och chark*.

Dessutom användes två specialistgrossister; Bageriprodukter och Spendrups. En av restaurangerna använde även Dagab.

### 3.1.3 Miljömärkta restauranger

#### *Har restaurangen någon miljömärkning, t.ex KRAV, MSC eller Svanen?*

Genom en miljömärkning kan restauranger på ett enkelt sätt förmedla att de arbetar hållbart till sina matgäster. Majoriteten av restaurangerna hade ingen miljömärkning alls. Endast en av dem var Svanen-märkt. Däremot visade majoriteten av restaurangerna ett stort intresse för att få mer information om de olika märkningarna. Endast två av restaurangerna var helt ointresserade av mer information. Majoriteten av restaurangerna kände inte till Fairtrade-märkningen. Ingen av restaurangerna var bekant med märkningen Green Key\*.



**Diagram 3.** Förekomst av miljömärkningar på restauranger i Haninge kommun.

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

### 3.1.4 Ekologiska livsmedel

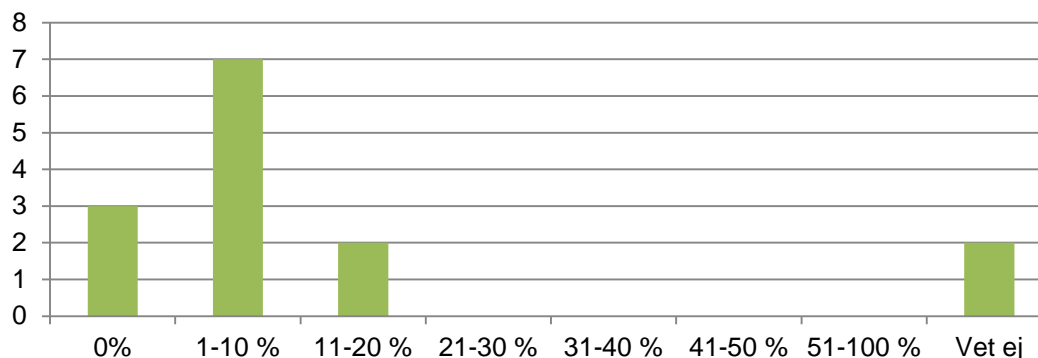
#### *Andel ekologiska livsmedel*

Alla utom tre av de intervjuade restaurangerna uppgav att de hade åtminstone några ekologiska produkter. Vi bad dem uppskatta andelen ekologiskt av inköpen utifrån av oss givna intervall. Majoriteten hade mycket svårt att ge en exakt siffra och gjorde istället en grov uppskattning.



Resultatet visar att majoriteten av restaurangerna köper mellan 1 och 10 % ekologiskt. Två av restaurangerna hade aldrig funderat på om de köpte ekologiska livsmedel eller ej, och

kunde därför inte göra någon uppskattning alls. Troligen var deras andel ekologiska livsmedel låg. Två restauranger låg lite högre än övriga och uppskattade sina inköp till intervallet 11-20 %. Flera av restaurangerna visade en misstro mot ekologiska märkningar, framför allt om det inte var det svenska KRAV-märket. De tvivlade på äktheten i dessa ekologiska livsmedel, d.v.s. att en produkt verkligen är ekologisk. Ytterligare en aspekt som kom upp var att de gärna ville öka andelen ekologiskt men, tyckte att det var för dyrt och att kunderna inte vill betala för mervärdet.



**Diagram 4.** De flesta restauranger och caféer hade mellan 1 och 10 % ekologiskt. 3 restauranger uppgav att de inte köpte något ekologiskt alls.

	ANDEL EKOLOGISKA INKÖP (%)						
	Vet ej	0 %	1-10 %	11-20 %	21-30 %	31-40 %	>40 %
Balkan Steak House	1						
Golden Bistro			1				
Häringe slott				1			
Lagerqvist restaurang			1				
O'Learys Bar & Restaurant			1				
Ornö Krog			1				
Parabol Restaurang HB			1				
Paus Bagarstuga			1				
Restaurang Torget		1					
Systrarna Sisters				1			
Sörmans kök		1					
Tungelsta Vårdshus	1						
Vegabaren			1				
Västerhaninge Kök och bar		1					
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Tabell 1.** De flesta restauranger och caféer hade mellan 1-10 % ekologiskt. 3 restauranger uppgav att de inte köpte något ekologiskt alls.

### Vilka är de vanligaste ekologiska produkterna?

Grönsaker (framförallt under sommarsäsong), kaffe, mjöl, mjölk, ägg, öl, MSC-märkt fisk och räkor var de vanligaste ekologiska livsmedel som restaurangerna köpte. MSC-märkt fisk gällde framförallt fryst torsk. Ingen av produkterna var betydligt mer vanlig än någon annan. Grönsaker, kaffe, mjölk och MSC-märkt fisk fanns på minst två restauranger. Två av restaurangerna serverade enbart ekologiskt kaffe. Med undantag av kaffe hade ingen av restaurangerna enbart ekologiskt av något livsmedel. Ekologiskt kaffe och ekologisk mjölk samt MSC-märkt fisk är i regel enkla produkter att få tag i och de kostar inte heller så mycket mer än de konventionella alternativen.



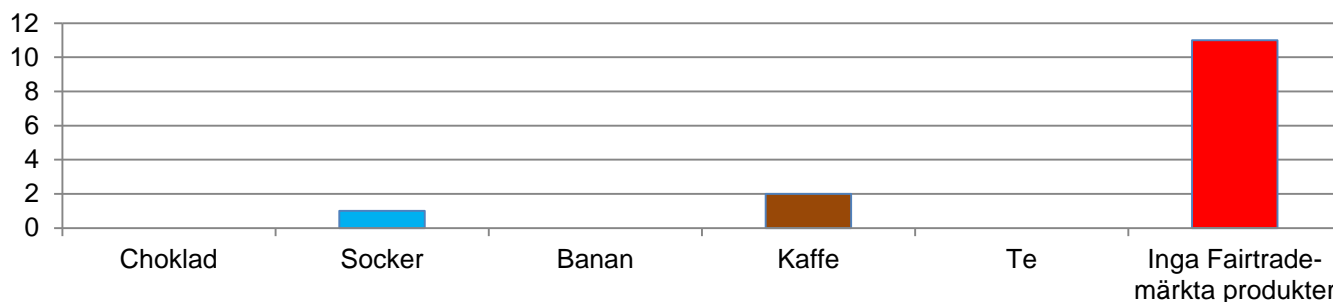
### 3.1.5 Fairtrade-märkning

#### Antal Fairtrade-märkta produkter

Fairtrade är en oberoende produktmärkning på varor som producerats med ett socialt ansvar. Fairtrade City är en diplomering från Fairtrade Sverige som kräver ett visst utbud av Fairtrade-märkta produkter i lokalsamhället och att kommunen lever upp till en målsättning om etisk konsumtion. Haninge kommun har ännu inget politiskt mål att bli en Fairtrade City.

Vi fann att majoriteten av de tillfrågade restaurangverksamheterna inte hade några Fairtrade-märkta produkter alls. Endast två av restaurangerna hade Fairtrade-märkt kaffe och en av restaurangerna hade socker. Kunskapen om vad märkningen betyder var låg. Det var endast ett fåtal av de intervjuade som visste vad märkningen innebar. Däremot visade alla utom två av restaurangerna ett stort intresse för Fairtrade-märkta produkter när vi informerade om märkningen.

Har ni några Fairtrade-märkta produkter? Ange i så fall vilka.



**Diagram 5.** Vilka Fairtrade-märkta produkter fanns i restaurangernas utbud?



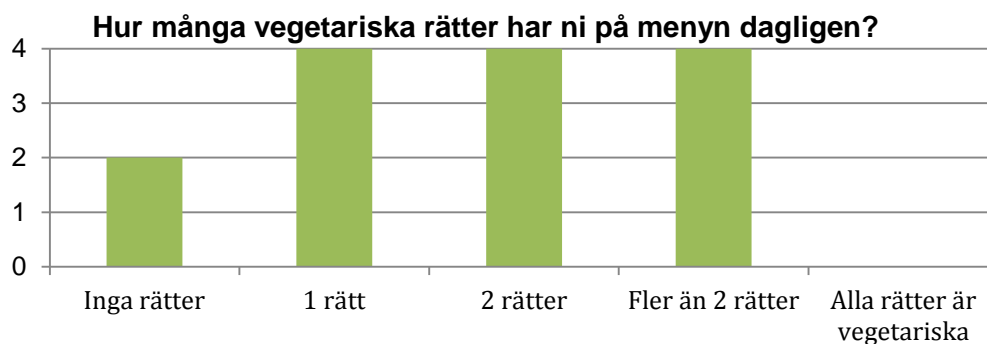
	Fairtrade-märkta produkter i sortimentet					
	Banan	Choklad	Kaffe	Socker	Te	Inget
<i>Balkan Steak House</i>						1
<i>Golden Bistro</i>						1
<i>Häringe slott</i>			1			
<i>Lagerqvist restaurang</i>			1			
<i>O'Learys Bar &amp; Restaurant</i>						1
<i>Ornö Krog</i>						1
<i>Parabol Restaurang HB</i>						1
<i>Paus Bagarstuga</i>						1
<i>Restaurang Torget</i>						1
<i>Systrarna Sisters</i>						1
<i>Sörmans kök</i>				1		
<i>Tungelsta Vårdshus</i>						1
<i>Vegabaren</i>						1
<i>Västerhaninge Kök och bar</i>						1
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>11</b>

**Tabell 2.** Vilka Fairtrade-märkta produkter fanns i restaurangernas utbud?

### 3.1.6 Vegetariska maträtter

#### Ökad efterfrågan

Efterfrågan på vegetariskt ökar i takt med att dagens konsumenter blir allt mer medvetna om animaliers påverkan på klimatet, den egna hälsan och djurvälståndet. 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 väl bemötte de inventerade restaurangerna kundernas ökande gröna intresse? Vi frågade hur många vegetariska maträtter som fanns på menyn varje dag.



**Diagram 6.** Antal vegetariska rätter på menyn.

	ANTAL VEGETARISKA MATRÄTTER				
	Inga rätter	1 rätt	2 rätter	>2 rätter	Alla rätter
<i>Balkan Steak House</i>	1				
<i>Golden Bistro</i>		1			
<i>Häringe slott</i>		1			
<i>Lagerqvist restaurang</i>		1			
<i>O'Learys Bar &amp; Restaurant</i>				1	
<i>Ornö Krog</i>			1		
<i>Parabol Restaurang HB</i>			1		
<i>Paus Bagarstuga</i>			1		
<i>Restaurang Torget</i>		1			
<i>Systrarna Sisters</i>				1	
<i>Sörmans kök</i>	1				
<i>Tungelsta Vårdshus</i>			1		
<i>Vegabaren</i>				1	
<i>Västerhaninge Kök och bar</i>				1	
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>2</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>4</b>	<b>0</b>

**Tabell 3.** Antal vegetariska rätter på menyn.

### **Antal vegetariska rätter på menyn**

Restaurangerna har uppgett hur många vegetariska rätter de erbjuder på menyn. I "vegetarisk" har även lakto- och ovo-vegetariskt räknats in. I många fall innehåller rätterna mejeriprodukter och ägg, till exempel: paj, vegetarisk pizza eller salladsrätt med halloumi eller fetaost.

Ingen restaurang serverade enbart vegetarisk mat. Runt 87 % uppgav att de hade vegetariska rätter på menyn. Antalet restauranger med 1, 2 eller fler rätter var jämnt fördelat med knappt 30 % per grupp. Endast två restauranger uppgav att de inte hade några vegetariska rätter alls på menyn. Däremot uppgav dessa restauranger att de ibland fick beställningar på vegetarisk mat och att köket alltid kunde laga till en vegetarisk rätt för gästen. Det förutsätter givetvis att kunden aktivt efterfrågar något som inte finns på menyn.

En kock berättade att hen försökt att ha en vegetarisk rätt på menyn, men tagit bort den p.g.a. bristande efterfrågan. På ett par av de restauranger som erbjöd en vegetarisk rätt varje dag, var den vegetariska rätten placerad högst upp på menyn. Hur den vegetariska rätten synliggörs och beskrivs på menyn, har stor påverkan på hur konsumenten väljer.

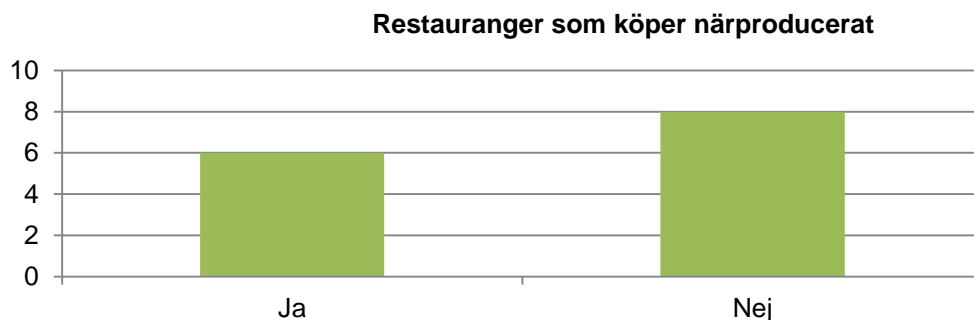
### **3.1.7 Närproducerade livsmedel**

#### **Mängd närproducerade livsmedel**

Närproducerat kan innebära allt från svenskproducerade livsmedel till produkter från en lokal bonde i kommunen. Vad som räknas till närproducerat är en tolkningsfråga och behöver inte alltid betyda ett svenskt livsmedel. För kommuner i Stockholms län kan finska produkter från vissa områden räknas som mer närproducerade än produkter från Norrland eller Skåne. Närproducerat kan innebära att det är en produkt som är sammansatt lokalt i kommunen

men de ursprungliga ingredienserna kanske kommer från andra delar av Sverige eller världen. Detta gäller t.ex. bröd från ett lokalt bageri.

På frågan om närproducerat, lokala inköp från lokala producenter eller producenter i närliggande kommuner, uppgav 43 % av restaurangerna, att de köpte närproducerat. De närproducerade livsmedel som oftast köptes var griskött, ägg och grönsaker. Andelen närproducerat varierar med säsong. Vinter och vår är t.ex. lågsäsong för svenska frukter och grönsaker medan sommar och höst är gynnsamma säsonger för närproducerade frukter och grönsaker. Någon enstaka restaurang var låst av upphandlade avtal och ytterligare några var oroliga för att närproducerat skulle vara för kostsamt. I övrigt var alla restaurangerna mycket intresserade av att komma i kontakt med lokala producenter.



**Diagram 7.** Fanns närproducerade livsmedel i restaurangernas utbud?

	Närproducerade livsmedel i utbudet	
	Ja	Nej
<i>Balkan Steak House</i>	1	
<i>Golden Bistro</i>		1
<i>Häringe slott</i>	1	
<i>Lagerqvist restaurang</i>		1
<i>O'Learys Bar &amp; Restaurant</i>		1
<i>Ornö Krog</i>	1	
<i>Parabol Restaurang HB</i>		1
<i>Paus Bagarstuga</i>		1
<i>Restaurang Torget</i>		1
<i>Systrarna Sisters</i>	1	
<i>Sörmans kök</i>	1	
<i>Tungelsta Vårdshus</i>		1
<i>Vegabaren</i>	1	
<i>Västerhaninge Kök och bar</i>		1
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>6</b>	<b>8</b>

**Tabell 4.** Fanns närproducerade livsmedel i restaurangernas utbud?

### 3.1.8 Summering av resultatet

Nedan följer en summering av samtliga restaurangers svar avseende hur de arbetar hållbart och med utbudet av hållbar mat. Vi har poängsatt eko-andel i procent, antal miljömärkningar, om de har vegetarisk mat och hur mycket, om de har Fairtrade-märkta livsmedel och om de handlar närproducerat.

	Andel eko	Ekologiskt	Miljö-märkningar	Fairtrade-märkt produkt	Vegetariskt på menyn	När-producerat	Total poäng
Häringe slott	11-20%	2	1	1	1	1	6
Systrarna Sisters	1-10%	1			2	1	4
Vegabaren	1-10%	1			2	1	4
Balkan Steak House	11-20%	2			0	1	3
Lagerqvist restaurang	1-10%	1		1	1		3
O'Learys Bar & Restaurant	1-10%	1			2		3
Ornö Krog	1-10%	1			1	1	3
Golden Bistro	1-10%	1			1		2
Parabol Restaurang HB	1-10%	1			1		2
Paus Bagarstuga	1-10%	1			1		2
Sörmans kök	0%			1	0	1	2
Västerhaninge Kök och bar	0%				2		2
Restaurang Torget	0%				1		1
Tungelsta Vårdshus	0%				1		1

**Tabell 5.** Sammanställning och ranking av Haninges restauranger avseende arbete med – och utbud av – hållbar mat.

Rankingen är en summering av delpoängen. För mer information om poängsättningen, se nedan\*. I Haninge toppas listan av en restaurang med 6 poäng. På delad andra plats kommer två restauranger med 4 poäng var. Poängfördelningen för de inventerade restaurangerna skiljer sig inte enormt och det finns en stor förbättringspotential hos majoriteten av restaurangerna. Jämfört med Södertälje kommun, där 31 restauranger och caféer inventerades under samma period, och 10 enheter fick mellan 10 och 14 poäng, ligger Haninge relativt lågt i sin ranking.

#### \*Poängsättning ranking

Ekologisk andel, 1 poäng för varje 10 % eko. Den högre siffran i %-intervallet räknas. 1-10 % ger 1 poäng. Miljömärkning av restaurangverksamhet, 1 poäng för varje miljöcertifiering av vardera KRAV, MSC, Svanen eller Annan märkning. Vegetariskt, 1 poäng för 1-2 rätter på menyn och 2 poäng för >2 rätter eller allt vegetariskt på menyn. 1 poäng för Fairtrade-märkta produkter och 1 poäng för närproducerade produkter.

## 3.2 Förväntningar och framtidsbedömningar

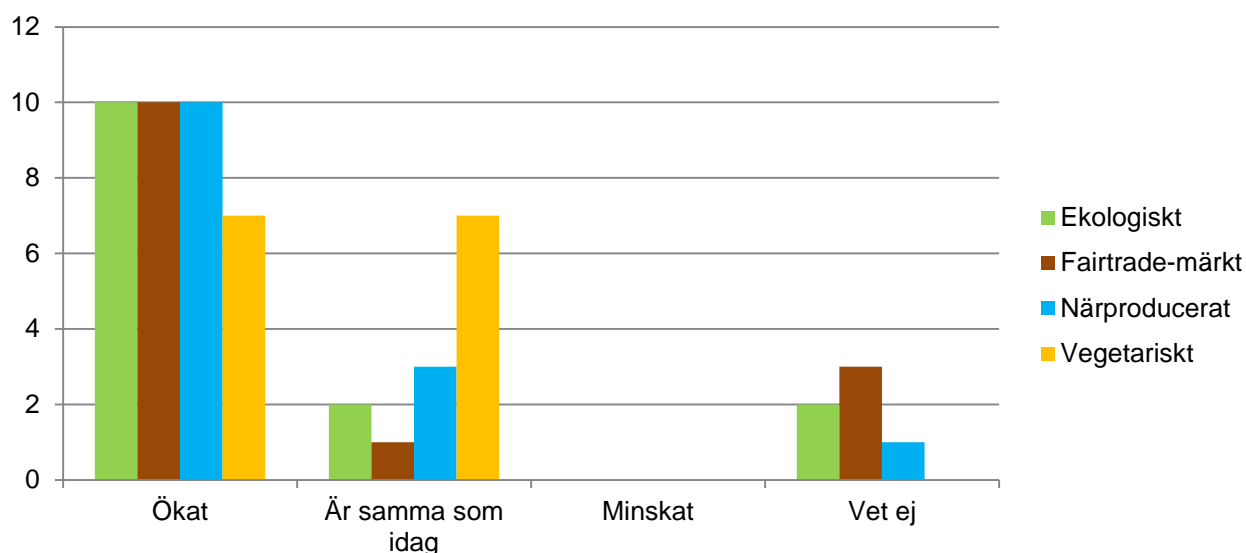
### 3.2.1 Restaurangernas förväntningar om ett år

#### ***Om ett år, hur bedömer ni att era inköp av ekologiskt, Fairtrade-märkt, vegetariskt och närproducerat ser ut?***

Vid inventeringen var majoriteten av restaurangerna mycket positiva till utvecklingen av hållbar mat i deras framtida utbud. Såväl ekologiskt som Fairtrade-märkt och närproducerat förväntades fortsätta öka hos 10 av de inventerade restaurangerna. Hälften av restaurangerna (7) förväntade sig även en ökning av vegetariskt och resterande 7 förväntade sig att utbudet skulle vara oförändrat.

#### ***Om ett år, hur bedömer ni att era inköp av ekologiskt, Fairtrade-märkt, vegetariskt och närproducerat ser ut?***

Antal svar



**Diagram 8.** Restaurangernas bedömning av hållbar mat i deras framtida utbud.

### Restaurangernas förväntningar om ett år

	EKO				FAIRTRADE-MÄRKT				VEGETARISKT				NÄRPRODUCERAT			
	+	=	-	VET EJ	+	=	-	VET EJ	+	=	-	VET EJ	+	=	-	VET EJ
<i>Balkan Steak House</i>				1				1	1				1			
<i>Golden Bistro</i>	1							1	1				1			
<i>Häringe slott</i>	1				1					1			1			
<i>Lagerqvist restaurang</i>	1				1					1			1			
<i>O'Learys Bar &amp; Restaurant</i>	1				1					1				1		
<i>Ornö Krog</i>	1				1				1					1		
<i>Parabol Restaurang HB</i>	1							1		1			1			
<i>Paus Bagarstuga</i>	1				1				1				1			
<i>Restaurang Torget</i>	1				1					1				1		
<i>Systrarna Sisters</i>	1				1				1				1			
<i>Sörmans kök</i>		1				1			1				1			
<i>Tungelsta Vårdshus</i>	1				1				1				1			
<i>Vegabaren</i>		1			1					1			1			
<i>Västerhaninge Kök och bar</i>				1	1					1				1		
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>10</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>2</b>	<b>10</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>7</b>	<b>7</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>10</b>	<b>4</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Tabell 6.** Restaurangernas bedömning av hållbar mat i deras framtida utbud. Plus (+) innebär en ökning, likhetstecken (=) att det är oförändrat och minus (-) att det minskar.

### 3.2.2 Förväntningar på det ekologiska utbudet

Utbudet av **ekologiska** livsmedel hos restaurangerna var vid inventeringstillfället litet. Däremot hade majoriteten av restaurangerna en positiv syn på utvecklingen inom det närmaste året. 10 av de 14 restaurangerna ville gärna öka andelen ekologiskt och förväntade sig även att utbudet på restaurangen kommer att öka. Detta trots att flertalet hävdade att det höga priset på ekologiska råvaror gjorde det svårt att öka den andelen då gästerna inte var villiga att betala för merkostnaden. Restaurangerna hade ändå gott hopp om att kunna se en försiktig ökning.

#### **Restauranger som förväntade sig en ökning av ekologiskt**

Två av restaurangerna förväntade sig inte någon ökning av ekologiska livsmedel. Ett argument var att ekologiskt är för dyrt och att det inte går att få lönsamhet i luncher med ekologiska råvaror. Ett annat var en misstro mot den ekologiska märkningen, framför allt den EU-ekologiska.

	ANDEL EKOLOGISKA INKÖP (%)						
	Vet ej	0 %	1-10 %	11-20 %	21-30 %	31-40 %	>40 %
Golden Bistro			1				
Häringe slott				1			
Lagerqvist restaurang			1				
O'Learys Bar & Restaurant			1				
Ornö Krog			1				
Parabol Restaurang HB			1				
Paus Bagarstuga			1				
Restaurang Torget		1					
Systrarna Sisters				1			
Tungelsta Vårdshus	1						
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>6</b>	<b>2</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Tabell 7.** Andel ekologiskt för de restauranger som förväntade sig en ökning av det ekologiska utbudet under det kommande året.

### Restauranger som INTE förväntade sig en ökning av ekologiskt

	ANDEL EKOLOGISKA INKÖP (%)						
	Vet ej	0 %	1-10 %	11-20 %	21-30 %	31-40 %	>40 %
Sörmans kök		1					
Vegabaren			1				
<b>TOTALT ANTAL</b>		<b>1</b>	<b>1</b>				

**Tabell 8.** Andel ekologiskt för de restauranger som INTE förväntade sig en ökning av det ekologiska utbudet under det kommande året.

Slutligen var det två restauranger som var osäkra på hur deras ekologiska utbud kommer utvecklas i framtiden.

### Restauranger som svarade "Vet ej" angående en förväntad ökning av ekologiskt

	ANDEL EKOLOGISKA INKÖP (%)						
	Vet ej	0 %	1-10 %	11-20 %	21-30 %	31-40 %	>40 %
Balkan Steak House	1						
Västerhaninge Kök och bar		1					
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>1</b>	<b>1</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>

**Tabell 9.** Andel ekologiskt för de restauranger som var svarade "Vet ej" på frågan om en ökning av det ekologiska utbudet under det kommande året.

Majoriteten av restaurangerna hade en positiv syn på en framtida ökning av ekologiskt, medan två restauranger inte förväntade sig någon ökning. Varför förväntningarna skiljde sig åt mellan dessa två grupper framgår inte av inventeringen. De två restaurangerna som inte trodde på en ökning hade en låg andel ekologiskt, men det hade även majoriteten av övriga restauranger. Likaså var den geografiska spridningen god. Av de två restauranger som inte visste vad de förväntade sig av framtiden hade den ena inga ekologiska livsmedel alls och den andra troligen inga alls.

### 3.2.3 Förväntningar på utbudet av Fairtrade-märkta produkter

Fairtrade-märkta produkter fanns i få av de inventerade restaurangerna. Endast 3 av 14 (21 %) hade någon av de fem inventerade produkterna i sortimentet. Kunskapen om märkningen var inledningsvis bristande men efter en förklaring under intervjun uttryckte 10 av restaurangerna ett stort intresse för Fairtrade-märkningen och majoriteten uttryckte att de kommer vara mer uppmärksamma på märkningen och se över sitt sortiment och möjligheten att ta in fler Fairtrade-märkta produkter i framtiden.

#### Restauranger som förväntade sig en ökning av Fairtrade-märkta produkter

	FAIRTRADE-MÄRKTA PRODUKTER I SORTIMENTET					
	Banan	Choklad	Kaffe	Socker	Te	Inget
Häringe slott			1			
Lagerqvist restaurang			1			
O'Learys Bar & Restaurant						1
Ornö Krog						1
Paus Bagarstuga						1
Restaurang Torget						1
Systrarna Sisters						1
Tungelsta Vårdshus						1
Vegabaren						1
Västerhaninge Kök och bar						1
<b>TOTALT ANTAL</b>			<b>2</b>			<b>8</b>

**Tabell 10.** Antal Fairtrade- märkta produkter för de restauranger som förväntade sig en ökning av Fairtrade-märkta produkter under det kommande året.

Endast en restaurang trodde att Fairtrade-märkt inte skulle öka under det kommande året. Dessutom fanns det tre restauranger som svarade "Vet ej" på om en ökning var att vänta, men lutade åt att det troligen inte blir så eftersom gästerna inte efterfrågade eller uppskattade Fairtrade-märkningar.



### Restauranger som INTE förväntade sig en ökning av Fairtrade-märkta produkter

	FAIRTRADE-MÄRKTA PRODUKTER I SORTIMENTET					
	Banan	Choklad	Kaffe	Socker	Te	Inget
Sörmans kök				1		
<b>TOTALT ANTAL</b>				<b>1</b>		

**Tabell 11.** Antal Fairtrade-märkta produkter för de restauranger som INTE förväntade sig en ökning av Fairtrade-märkt under det kommande året.

### Restauranger som svarade "Vet ej" angående en förväntad ökning av Fairtrade-märkta produkter

	FAIRTRADE-MÄRKTA PRODUKTER I SORTIMENTET					
	Banan	Choklad	Kaffe	Socker	Te	Inget
Balkan Steak House						1
Golden Bistro						1
Parabol Restaurang HB						1
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>3</b>

**Tabell 12.** Antal Fairtrade-märkta för de restauranger som svarade "Vet ej" på frågan om utvecklingen av Fairtrade-märkt under det kommande året.

### 3.2.4 Förväntningar på det vegetariska utbudet

**Vegetarisk** mat var det som minst antal restauranger trodde skulle öka. 7 av 14 restauranger ansåg att utbudet av vegetariskt kommer att öka under det kommande året på grund av ett ökat intresse från allmänheten. Lika många förväntade sig ett oförändrat utbud. Av de restauranger som inte förväntade sig en ökning hade fyra redan två eller fler vegetariska rätter på menyn och trodde därför inte att det skulle vara möjligt att ytterligare öka andelen vegetariskt. Övriga tre hade en vegetarisk rätt på menyn och samtliga berättade att efterfrågan på vegetarisk mat var relativt låg på deras restaurang då den fasta målgruppen dominerades av gäster utan något intresse av vegetarisk kost.

Antalet vegetariska rätter på menyn verkar dock inte vara av betydelse för hur restaurangen såg på framtiden. Fyra av de restauranger som förväntade sig en ökning av vegetariskt hade, precis som de med en mer negativ framtidstro, två eller fler vegetariska rätter på menyn vid inventeringstillfället. Inte heller det geografiska läget påverkade framtidstron. I båda läger fanns en god geografisk spridning och vi kunde inte se något mönster i hur framtiden för utbudet av vegetariskt uppfattades.

### Restauranger som förväntade sig en ökning av vegetariska rätter

	Inga Rätter	1 Rätt	2 Rätter	> 2 Rätter
Balkan Steak House	1			
Golden Bistro		1		
Ornö Krog			1	
Paus Bagarstuga			1	
Systrarna Sisters				1

Sörmans kök	1			
Tungelsta Vårdshus			1	
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>2</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>1</b>

**Tabell 13.** Antal vegetariska rätter hos de restauranger som förväntade sig ett ökat vegetariskt utbud under det kommande året.

### Restauranger som INTE förväntade sig en ökning av vegetariska rätter

	Inga Rätter	1 Rätt	2 Rätter	> 2 Rätter
Häringe slott		1		
Lagerqvist restaurang		1		
O'Learys Bar & Restaurant				1
Parabol Restaurang HB			1	
Restaurang Torget		1		
Vegabaren				1
Västerhaninge Kök och bar				1
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>0</b>	<b>3</b>	<b>1</b>	<b>3</b>

**Tabell 14.** Antal vegetariska rätter hos de restauranger som INTE förväntade sig ett ökat vegetariskt utbud under det kommande året.

### 3.2.5 Förväntningar på utbudet av närproducerade produkter

**Närproducerat** är ett begrepp som kan definieras på olika sätt. Haninge kommun har inte ännu definierat begreppet. Södertälje kommun däremot har delat upp begreppet i tre olika nivåer; lokalt, regionalt samt nationellt. Lokalt definieras enligt följande (Statistikgruppen Södertälje kommun, 17 nov 2014):

#### Lokal nivå:

Definierat som våra grannkommuner samt hela Södertörn och Strängnäs. Nedan uppräknade kommuner täcker in det mesta inom 3-4 mil och en del inom 5 mil. Området är något ovalt eftersom det inte känns relevant att ta med kommuner norr om Stockholm. Vi börjar med detta område, och reviderar eventuellt om det blir många leverantörer precis utanför gränsen.

Södertälje, Nykvarn, Trosa, Gnesta, Strängnäs, Ekerö, Salem, Botkyrka, Nynäshamn, Haninge, Huddinge, Tyresö.

Vid inventeringen har vi utgått från Södertäljes lokala definition, d.v.s. producerat inom en radie av ca 3-4 mil (och maximalt inom 5 mil beroende på en kommuns geografiska spridning). Några restauranger förstod inte alls innebörden av närproducerat och verkade aldrig tidigare ha hört begreppet. Andra ifrågasatte innebörden och ansåg att alla svenska produkter borde räknas som närproducerade. Däremot var majoriteten mycket intresserade av att få kontakt med lokala producenter/bönder, framförallt med Sanda Hönseri. Ett problem med närproducerat, enligt flera av restaurangerna, är priset. Närproducerade livsmedel uppfattas som dyrare än andra livsmedel. Dessutom påtalade flera restauranger att de inte själva har tid att söka upp lokala producenter, samt att det kan bli problem med distribution av produkterna. Trots detta hade tio restauranger full tilltro till en framtida ökning av det närproducerade utbudet i sina restauranger.

### Restauranger som förväntade sig en ökning av närproducerade produkter

	NÄRPRODUCERADE PRODUKTER I SORTIMENTET	
	Ja	Nej
Balkan Steak House	1	
Golden Bistro		1
Häringe slott	1	
Lagerqvist restaurang		1
Parabol Restaurang HB		1
Paus Bagarstuga		1
Systrarna Sisters	1	
Sörmans kök	1	
Tungelsta Vårdshus		1
Vegabaren	1	
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>5</b>	<b>5</b>

**Tabell 15.** Det aktuella utbudet av närproducerade livsmedel för de restauranger som förväntade sig en ökning av närproducerat under det kommande året.

Av de restauranger som inte förväntade sig ett ökat utbud av närproducerat var en bunden vid ett centralt avtal och ytterligare en hade redan ett stort utbud av närproducerat. En tredje var intresserad beroende på priset på produkterna. Endast en av restaurangerna hade varken något närproducerat idag eller intresse av att öka utbudet i framtiden.

### Restauranger som INTE förväntade sig en ökning av närproducerat

	NÄRPRODUCERADE PRODUKTER I SORTIMENTET	
	Ja	Nej
O'Learys Bar & Restaurant		1
Ornö Krog	1	
Restaurang Torget		1
Västerhaninge Kök och bar		1
<b>TOTALT ANTAL</b>	<b>1</b>	<b>3</b>

**Tabell 17.** Det aktuella utbudet av närproducerade livsmedel för de restauranger som INTE förväntade sig en ökning av närproducerat under det kommande året.

## 4. Diskussion

### ***Möjlighet till hållbara matval i Haninge kommun***

Haninge kommun arbetar med att främja utvecklingen av ett hållbart samhälle med ett ekonomiskt, socialt och miljömässigt perspektiv. Kommunen ska vara vägledande och underlätta för kommuninvånarnas eget miljöarbete. Möjligheten att välja hållbart producerad mat på restauranger i ett hållbart samhälle bör vara god.

Ett av syftena med denna inventering var att kartlägga möjligheterna till klimatsmarta, miljövänliga, etiska och hälsosamma matval vid restaurangbesök. I Haninge kommun har majoriteten av de inventerade restaurangerna stor förbättringspotential inom hållbarhetsarbetet. Skillnaderna i hållbarhet var inte särskilt stor mellan de inventerade restaurangerna, även om någon enstaka skilde sig från mängden. Två av de inventerade restaurangerna driver restaurangverksamhet i kommunens egna fastigheter och lokaler, eller har avtal för catering till kommunens verksamheter. Här har kommunen en möjlighet att ställa krav på ett större utbud av hållbart producerad mat.

### ***Informationsinsatser om Fairtrade-märkt riktat mot restauranger***

Inventeringen visade att kunskapen om Fairtrade-märket var låg hos många restaurangidkare. Flera kände inte igen symbolen för Fairtrade-märkt eller vad märkningen står för. Kommunen kan genom informationsspridning lyfta Fairtrade och informera om innebörden.

Det skulle vara en god insats för bönder och lantarbetare i utvecklingsländerna om Haninge kommun hade som vision att bli en Fairtrade City. Det vore även önskvärt om Fairtrade-märkt kaffe och te fanns på fler restauranger i Haninge kommun. Samma sak borde vara självklart för banan, rörsocker, choklad och kakao som vi är importberoende av.

### ***Insats för ökad lokal handel av närproducerat***

Andelen restauranger i vår undersökning som vid inventeringen handlade med lokala bönder eller näringsidkare var ca 42 % (6 av 14). En insats för ökad lokal handel skulle vara positivt för det lokala näringslivet. Flera restauranger efterfrågade kontakter med lokala producenter. Kommunen har här en möjlighet att kunna agera mellanhand och skapa nätverk som förhoppningsvis kan leda till affärer mellan lokala producenter och restauranger.

### ***Insats för mer ekologiskt och vegetariskt på lunchrestaurangerna***

Andelen ekologiskt på de inventerade restaurangerna var låg, här finns stor förbättringspotential. Vegetariskt, däremot, hade ett betydligt bättre utgångsläge och fanns i ganska stor utsträckning på de inventerade restaurangerna. En informationsinsats om värdet av ekologiskt och vegetariskt i restaurangernas lunchutbud i kommunen skulle vara bra. I kommunen finns ett stort antal lunchrestauranger där gästerna äter lunch fem dagar i veckan.

Vid ett restaurangbesök hörde en gäst intervjun och kom efter avslutat samtal fram och undrade om det var tillåtet att i kassan fråga var fisken kommer från. En informationsinsats om att "Våga fråga" skulle här vara på sin plats. Anledningen till att få restauranger upplever att kunder frågar efter ekologiskt, Fairtrade-märkt eller närproducerat kan vara att gästerna helt enkelt inte vågar fråga. Vegetariskt var det enda av de fyra områdena som gäster regelbundet efterfrågade. Kommentarer som: "Kan man verkligen lita på att det är ekologiskt?" kan också vara hjälpta av en informationskampanj om hållbar mat till kommunens invånare (såväl till gäster som till restaurangerna själva).

### **Vad ska driva utvecklingen mot ett ökat utbud av hållbar mat?**

Majoriteten av restaurangerna hade bristande kännedom om såväl Fairtrade-märkt som om befintliga matproducenter i närområdet. Ett flertal kommenterade att ekologiskt var dyrt och att de inte kunde höja priserna på luncherna. På frågorna om restaurangernas förväntningar på framtiden för ekologiskt, Fairtrade-märkt, vegetariskt och närproducerat kommenterade flera att det beror på vad deras kunder kommer att efterfråga.

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 föregå genom 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 lett till en rekordartad ökning av ekologiska produkter och vegetariska alternativ till animalier.

Totalt i Sverige ökade försäljningen av ekologiskt med 39 % 2015. Andelen ekologisk försäljning uppgick till totalt 7,7 % 2015. I detaljhandeln utgjorde ekologisk försäljning 6,6 % av den totala försäljningen. Offentliga restauranger hade en ekoandel på 31 % och privata restauranger hade ca 5,4 % ekologiskt 2015 (*Ekologiskt i offentlig sektor*, Ekomatcentrum maj 2016, *Ekologisk livsmedelsmarknad*, Ekoweb 28 januari 2016.)

En undersökning gjord av TSN-Sifo på uppdrag av Axfood i oktober 2015 visar att svenskarna äter allt mer vegetariskt och även planerar att fortsätta minska sitt köttätande. I ett pressmeddelande kommenterar Axfood att vegotrenden avspeglar sig i butikskedjornas sortiment och försäljning. På Willys och Hemköp har kyld vegetarisk mat ökat med 116 % det senaste året. I ett pressmeddelande från mars 2016 säger ICA att man märker av ett allt större intresse för vegetarisk mat. Som ett svar på efterfrågan har butikskedjan ökat sitt färska vegosortiment med hela 193 % under det senaste året.

I restaurangbranschen kan vi dock inte vänta 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.

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 befintliga kunder. Genom tydligare kommunikation visa på det man redan gör, till exempel skylta med att man erbjuder Fairtrade-märkt 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 helt saknas på menyn. Att använda en större andel växtbaserade råvaror i maträtterna på den befintliga menyn ger lägre kostnader och därmed möjlighet att satsa på till exempel kött av bättre kvalitet och en ökad andel ekologiskt.

Haninge 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 riktade informationsinsatser. Restauranggästerna skulle kunna uppmuntras att fråga efter vegetariska rätter, ekologiska råvaror, MSC-märkt fisk etc med hjälp av informationskampanjer.

Att lyfta goda exempel och uppmärksamma ambitioner inom hållbarhetsområdet är ett sätt att sporra branschen till ett större engagemang för hållbart producerad mat. Det är även viktigt att fortsatt stötta de verksamheter som har behov av ytterligare kunskap och inspiration samt att följa upp dem som anmält intresse för en miljöcertifiering (KRAV, MSC m.fl.).

### ***Felkällor och faktorer som kan påverka resultatet***

Vi har identifierat ett par faktorer som kan påverka resultatet av inventeringen.

1. Det begränsade urvalet av restauranger som inventerats.
2. Den ekologiska andelen kan vara något överskattad då den intervjuade personen fått göra en snabb uppskattning av restaurangens ekologiska inköpsandel. Här finns utrymme för felskattningar då uppskattningarna inte kunnat dokumenteras.

## **5. Bilagor**

### **5.1 Geografisk indelning av utvalda restauranger:**

#### ***Brandbergen:***

Restaurang Torget

#### ***Handen:***

Golden Bistro

O'Learys Bar & Restaurant

Parabol Restaurang HB

#### ***Jordbro:***

Lagerqvist restaurang

#### ***Ornö:***

Ornö krog

#### ***Söderby:***

Systrarna Sisters

#### ***Tungelsta:***

Tungelsta Vårdshus

#### ***Vega:***

Balkan Steak House

Vegabaren

#### ***Västerhaninge:***

Håga Lunchrestaurang

Häringe Slott

Paus Bagarstuga

Västerhaninge Kök och bar

## Följande restauranger har ej inventerats på grund av olika anledningar:

### **Stängd:**

Melody, Jordbro  
 Restaurang Lagunen, Jordbro  
 Söderby Krog, Söderby

### **Avböjde att medverka:**

Restaurang Heng King, Handen  
 Sholeh, Handen  
 Vendelsö Kök och Bar, Vendelsö

### **Av annan anledning inte tillgänglig:**

Årsta Slott Gastronomi, Dalarö

## 5.2 Kommentarer från restaurangerna

### Hur många vegetariska rätter har ni på menyn varje dag?

- Har inga vegetariska rätter på menyn men kan däremot ordna på beställning. I början hade jag 1 vegetarisk rätt men den sålde inte bra. Nu finns det alltid på beställning. Frågar någon efter vegetariskt blir det en Quorn rätt. Det finns alltid Quorn i frysen. Det beställs ca 2 ggr per månad.
- En vegetarisk pizza finns på menyn. Dessutom specialbeställs vegetariska rätter 2-3 ggr/dag
- Vi har 2 vegetariska rätter, ibland 3.
- Har flertalet vegetariska samt även 4 veganska rätter. Tidigare hade de en separat vegetarisk meny, nu är alla rätter blandade på samma meny.
- Vi har idag 3 vegetariska rätter. Ibland frågar kunden efter vegetariskt och då kan även en rätt special fixas.
- Oftast en vegetarisk soppa samt salladsbuffé. Förr serverades en ny vegetarisk rätt varje dag, men efter dålig efterfrågan har det tagits bort. Gästerna äter mycket kött och minskar ner på kolhydraterna. Det går åt ca 120 kg kött/dag till 500-550 gäster. De gäster som vill ha vegetariskt ringer innan och specialbeställer (det händer ett par ggr p månad).
- Mycket liten efterfrågan på vegetariska rätter, endast 1-2 gånger per dag.
- Vi har 2 vegetariska rätter.
- Har en vegetarisk rätt på menyn men ordnar ofta till en vegetarisk rätt på beställning.
- Det här är en köttrestaurang, vi har inga vegetariska rätter på menyn, men frågar någon ordnar vi såklart en vegetarisk rätt. Det händer ibland.
- Lunch är 3 rätter varje dag, en av dessa är alltid vegetarisk och det finns dessutom en stor salladsbuffé med bönor/linser/quinoa/rotfrukter etc. Bistro menyn har 4 vegetariska rätter. Catering har många vegetariska rätter.
- Har ungefär 10 vegetariska rätter på menyn och jobbar mycket med grönsaker, ex "Green Hart", en hälsosam rätt som serveras med mycket grönsaker.

### Har ni några Fairtrade-märkta produkter? Ange i så fall vilka.

- Jag vet inte vad märkningen innebär.
- Vi har socker som är Fairtrade-märkt.
- Vi har inget Fairtrade-märkt. Ingen frågar heller efter Fairtrade-märkt.

- Vet inte. Kanske kaffet är... (Vid närmare efterforskningar visade det sig att kaffet inte var Fairtrade-märkt).
- Tror inte vi har det. Jag vet inte exakt vad märkningen står för.
- Nej det tror jag inte.
- Nej det tror jag inte. Jo, vi har kaffe!
- Tror inte att vi har ngt Fairtrade-märkt. Vad innebär det precis?
- Känner inte till märkningen och tror inte att vi har det.
- Kaffet är Fairtrade-märkt.
- Nej. Vet inte riktigt vad märkningen innebär.
- Nej det har vi inte.
- Nej. Jag tror inte direkt på märkningar av olika slag.
- Nej vi har inget.

### **Hur många ekologiska (certifierade) produkter uppskattar du att ni har?**

- Mjök (nästan all mjök).
- Nej vi har inget ekologiskt.
- Inga. Jag litar på KRAV men inte på EU ekologiskt.
- Mjöl, eller vissa mjölsorter.
- Ekologiskt öl finns mycket samt all fisk med undantag av lax är MSC. Tror inte att de har ekologiska grönsaker.
- Inget är ekologiskt.
- Kaffe är eko. Ibland är torsken MSC-märkt.
- Ibland lite grönsaker, ex tomat. Ibland MSC-märkt fisk. Beställer dock aldrig utan det är när grossisten skickar pga av att det beställda är slut.
- Har ingen aning. Har aldrig tänkt på det.
- Allt mejeri, mycket av grönsakerna, ägg från Sanda.
- Har ingen aning. Har aldrig tänkt på det.
- Alltid kaffe. Råkor är MSC-märkta, men inte all fisk.
- Vet inte, men inte mycket. Kanske några procent.
- Vet ej, men ibland har vi ekologisk mjök, inte alltid.

### **Har ni några närproducerade produkter?**

- Nej, men vill gärna ha kontakt med leverantörer.
- Korv från Sorunda. Vill gärna köpa mer men det finns inte så mycket. Vill gärna komma i kontakt med Sanda hönseri.
- Nej. Det är en kostnadsfråga. Intresserade om det inte är dyrare.
- Nej. Vill ha kontakt med Sanda hönseri.
- Nej, men ibland har vi svenskt högre.
- Nej, men kontakta oss igen om ca 1 mån. Hoppas att det finns stort intresse hos nya ägaren!
- Tyvärr inte. Men vi vill gärna få kontakt med Sanda hönseri eller andra producenter.



- Domta gris från Enköping, Östhamns hjort. Sorunda levererar grönsaker. Sorunda korv får de via Fellmans. Sanda ägg och ost från samma gård.
- Ibland potatis och grönsaker. Vill gärna få kontakt med Sanda angående ägg och framförallt hönskött.
- Griskött. Vill gärna komma i kontakt med Sanda för ägg.
- Ibland lokal ost vid jippon. Ibland ägg från Sanda.
- All fisk är närproducerad och en hel del lammkött.

## 5.2 Miljö- och etikmärkingar på livsmedel

### Ekologiskt

#### EU-ekologiskt

EU har ett gemensamt system för regler och kontroll av ekologiskt producerade livsmedel som gäller i hela EU. För att få kalla en produkt ekologisk måste den ha producerats enligt EU:s regler för ekologisk produktion. EU:s regler omfattar odling, djurhållning, livsmedelsförädling, märkning, import, kontroll och marknadsföring av ekologiska produkter. Det är obligatoriskt att använda EU:s logotyp för ekologiska livsmedel som produceras inom EU. Ekologisk mat ska vara märkt med kodnumret för kontrollorganet. <http://ec.europa.eu/agriculture/organic>



#### KRAV

KRAV är det svenska märket för ekologiska livsmedel. Endast företag och producenter med KRAV-certifiering får använda KRAV-märket på sina ekologiska produkter. KRAV har ibland striktare regler än EU, särskilt inom djuromsorg. Unikt för KRAV är också regler för butik, restaurang och klimatpåverkan. KRAV-reglerna begränsar användningen av tillsatser, aromer och berikningsmedel i livsmedlen. Kontroll och certifiering utförs idag av sju certifieringsbolag, som kontrollerar alla led i såväl produktion som distribution till dess att KRAV-märket sätts på produkten. KRAV-märket står för bra miljö, god djuromsorg, god hälsa, socialt ansvar.



[www.krav.se](http://www.krav.se)

#### Demeter

Svenska Demeterförbundet är kontrollorganisation för Biodynamisk odling i Sverige. Det är en ideell konsumentförening som kontrollerar och auktoriserar växtodling, djurhållning, slakterier, butiker, förädlare, grossister och importörer.



Över 20 länder har grundat egna nationella Demeterförbund baserad på de givna internationella riktlinjerna. Demeterförbundets regler är de strängaste som finns för ekologisk produktion av livsmedel. Det övre märket är det internationella märket, det övre det svenska. [www.demeter.nu](http://www.demeter.nu)



### Naturbeteskött

#### Naturbeteskött Svenskt sigill

Köttet kommer från kvigor, stutar och ungor som betar på svenska naturbetesmarker. Naturbetesmark kan vara hagen mellan åkermarken och skogen eller strandängarna runt sjön. Naturbetesdjuren betar minst halva betesperioden på naturbetesmarker. Under vinterperioden föds djuren upp på i huvudsak grovfoder kompletterat när det behövs med spannmål. Soja är inte tillåtet. Ekologiskt foder inget krav. [www.naturbete.se](http://www.naturbete.se)

#### Naturbeteskött KRAV

Uppfyller samma kriterier som Svenskt Sigills naturbeteskött men foder, djuruppfödningen och slakt uppfyller dessutom KRAVs regler. [www.kaprifolkott.se](http://www.kaprifolkott.se)

### Hållbart fiske

#### MSC

MSC – Marin Stewardship Council är en miljömärkning av viltfångad fisk och skaldjur. MSC-märkningen gynnar ett hållbart fiske och garanterar att fisken inte kommer från ett överfiskat bestånd. Fisket som fisken kommer ifrån måste ha minimal påverkan på det marina ekosystemet och förvaltas på ett hållbart sätt. I förädlade MSC-produkter är enbart fisken MSC-certifierad, inte övriga ingredienser. [www.msc.org/se](http://www.msc.org/se)



#### KRAV

Fisken kommer från hållbara bestånd. Fiskemetoderna ska minimera fiskets miljöpåverkan. Spårbarhet hela vägen tillbaka till fångstplatsen krävs. Fiskebåtarna ska vara miljöanpassade vad gäller motorbränsle, användning av kemikalier med mera. I KRAV-godkända förädlade fiskprodukter är alla ingredienser ekologiska, inte bara fisken. [www.krav.se](http://www.krav.se)



### Hållbart odlad fisk

#### ASC

ASC – Aqua Stewardship Council. Odlingen ska bevara den biologiska mångfalden genom hållbart vattenbruk och ansvarsfullt inköp av foder. Inget krav på ekologiskt foder. Ingen onödig användning av antibiotika och kemikalier. ASC kräver att ansvar tas för anställda och samhällen som berörs av vattenbruket. [www.asc-aqua.org](http://www.asc-aqua.org)



#### KRAV

Liknar ASC men med strängare skrivning vad gäller miljö, läkemedel, kemikalier och spridning av parasiter. Marint foder ska komma från hållbara bestånd som vanligtvis inte används som människoföda. Uppfyller för övrigt KRAVs allmänna regler. [www.krav.se](http://www.krav.se)



### Etiskt

#### Fairtrade-märkt

Fairtrade-märkt är en oberoende produktmärkning som skapar förutsättningar för odlare och anställda i utvecklingsländer att förbättra sina arbets- och levnadsvillkor. Genom Fairtrade-märkningen får människor i världens utvecklingsländer möjlighet att konkurrera på en internationell marknad, på bättre villkor och genom långsiktiga handelsavtal. De internationella Fairtrade-märkt-kriterierna garanterar odlaren ett minimipris för råvaran samt säkerställer att anställd arbetskraft får avtalsenliga löner och förbättrade arbetsvillkor. Det skapar trygghet och möjlighet till utveckling. [www.fairtrade.se](http://www.fairtrade.se)

