



LÄNSSTYRELSEN  
VÄSTRA GÖTALANDS LÄN

Upphandlings  
myndigheten



MATtanken

OFFENTLIGA MÅLTIDER - ALLA AKTÖRER I KEDJAN



Europeiska jordbruksfonden för  
landsbygdsutveckling. Europa  
investerar i landsbygdsområden

# Branschdialog – hur håller vi koll på var maten kommer ifrån?!

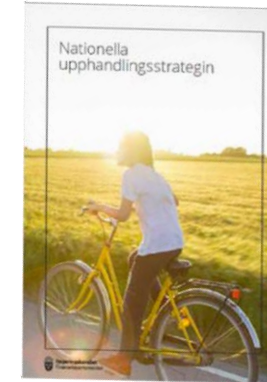
Branschdialog om digitala möjligheter inom offentlig livsmedelsupphandling  
9 oktober 2018, Göteborg

# Dagens agenda

- ▶ 10.00 *Välkommen, presentationsrunda och inledning*  
Upphandlingsmyndigheten, Landsbygdsnätverket/MATtanken, Länsstyrelsen
- ▶ 10.10 *Befintliga digitala informationsmöjligheter på livsmedelsområdet,*  
Monica Sihlén, Upphandlingsmyndigheten
- ▶ 10.25 *Varför är det så viktigt att kunna se ursprunget på maten för oss som köpare?*  
Conny Bjurman, Skövde kommun
- ▶ 10.40 *Ursprungsinformation - överväganden, konsekvenser och kostnader för anbudsläggare*  
Axel Ericsson, Gudrun Annas, Katarina Ljung, Martin & Servera
- ▶ 10.55 *Ursprungsinformation - överväganden, konsekvenser och kostnader för underleverantörer till anbudsläggare*  
Daniel Nyman, Atria
- ▶ 11.10 *Värdet av en kontrollerad ursprungsmärkning*  
Maria Forshufvud, Svenskmärkning AB
- ▶ 11.25 *Hur kan vi få informationen om grisens ursprung att följa med genom hela värdekedjan?*  
Ingemar Olsson, Sveriges grisföretagare
- ▶ 11.40 *Sammanfattning av det digitala landskapet inför gruppdiskussionerna*
- ▶ 12.00 Lunch
- ▶ 13.00 *Gruppdiskussion 1 & 2*  
Hur kan vi tillsammans bidra till att de måltider som serveras har ett känt ursprung?
- ▶ 15.00 *Sammanställning av förslag utifrån gruppdiskussionerna*  
Vägen framåt för att omsätta digitala möjligheter till praktisk verklighet
- ▶ 16.00 Avslutning – och på återseende....

# Offentlig livsmedelsupphandling

- ▶ Offentlig upphandling viktigt samhällsverktyg
  - ▶ 60 procent ekologiska offentliga måltider år 2030
  - ▶ Ställa krav i nivå med samhällets ambitioner miljö- och djurskydd samt socialt vid livsmedelsinköp
  - ▶ främja hållbar utveckling inom global produktion.
  
- ▶ Strategisk inköpsprocess
  - ▶ Ställa krav i nivå med samhällets ambitioner på miljö- och djurskydd vid livsmedelsinköp
  
- ▶ Den offentliga livsmedelsaffärens utmaningar och möjligheter engagerar
  - ▶ Kan skapa kundsynergier inom andra upphandlingsområden
  - ▶ Tydligt intresse - och prioritet hos alla vara målgrupper!





## Hur nå målet?

- ▶ Öka andelen svenska livsmedel - helst närproducerat.
- ▶ Cirka 25 % finns inte svenska alternativ till, till exempel ris, bananer och kaffe. Dessa produkter bör minska i inköpen.
- ▶ Måltidsavdelningen ska se till att ställa rätt krav i upphandlingar så att svenska råvaror gynnas så långt det är möjligt.

# EU:s gemensamma regelverk för livsmedel

- ▶ System finns för spårbarhet som syftar till att ge information om enskilda artiklar, yttreförpackningar, pallar och batcher för att säkerställa livsmedelssäkerhet och logistik.
- ▶ Systemen ger kontroll över varifrån råvara och produkter kommer ifrån.
  - ▶ **Kött:** fr.o.m 2015 obligatoriska krav på ursprungsmärkning av nötkött, griskött, lamm, kött och fågel. ( Rekommendation enligt principer i förordning (EG) 178/2002 och (EG) 1337/2013 som reglerar obligatorisk ursprungsmärkning för kött.)
  - ▶ **Ägg:** Obligatoriskt krav på ursprungsmärkning
  - ▶ **Fisk:** Obligatoriskt krav på ursprungsmärkning
  - ▶ **Frukt och grönt:** Ursprungsmärkning av färska och hela frukter och grönsaker ingår i EU:s handelsnormer genom förordning (EG) 1308/2013 (även importerade varor.) Gäller även honung.
- ▶ **Spannmål och socker:** Ännu inga lagstadgade krav på spårbarhet.

# Historisk bakgrund: Tillverkningsland/ursprung

- ◆ "Tillverkningsland" i GS1 standarden.
- ◆ Enligt Livsmedelsverkets betydelse "där varan genomgick den sista väsentliga bearbetningen".
- ◆ För ett antal år sedan valde GS1 att döpa om begreppet "tillverkningsland" till "ursprungsland" för att det bättre skulle passa in i den internationella standarden, men med samma innebörd.
- ◆ För många användare har dock "ursprung" snarare signalerat "varifrån produkten ursprungligen kommer", vilket är ngt annat än "var varan genomgick den sista väsentliga bearbetningen".
- ◆ Nu har GS1 sedan ngt år bytt tillbaka till "tillverkningsland"
- ◆ Resultat → begreppsförvirring!

# Frivillig ursprungsmärkning i Dabas

*Vad skall deklarerars för respektive råvara?*

Råvarans andel;

- ◆ Råvarans andel av den saluförda produkten i % och mätt i vikt

Ursprungsland;

- ◆ För animaliska produkter ska den huvudsakliga platsen för uppfödning/hållande av djuren anges.
- ◆ För vegetabiliska produkter ska plats för odling anges
- ◆ När det gäller animaliska produkter som nöt, gris, lamm och fågel skall, där lagen så kräver och där så är möjligt, en mer utförlig ursprungsdeklaration anges enligt;

✓ Fött  
✓ Uppfött  
✓ Slaktat  
✓ Förädlad

Sammansatta varor:

- ◆ Animaliska råvaror vars andel i vikt överstiger 10% av den färdiga produkten
- ◆ Övriga råvaror vars andel i vikt överstiger 20% av den färdiga produkten
- ◆ Råvaror som finns med i produktens namn eller som på annat sätt marknadsförs som en huvudråvara (ex Köttsoffa)

(Obs! I Dabas finns det möjlighet att ange alternativa ursprungsländer för respektive råvara (t ex om man hämtar råvaran från olika länder))

# Information om ursprung – aktörer? flöden?



Politiker i Skövde

Måltid  
Verksamheten





# Matens ursprung – enkelt eller svårt att veta?

- ▶ Hur vet vi vad som ligger på tallriken? Uppföljning!
- ▶ Men hur vet vi att "vi vet det vi vet"?
  
- ▶ Uppföljning bör vara:
  - ▶ Enkel, resurseffektiv, transparent, automatiserad, "uppskalningsbar", del av "lätt att göra rätt".
  
- ▶ "Digitala stöd":
  - ▶ Artikelinformation
  - ▶ Ekonomisystem
  - ▶ Upphandlingsstöd
  - ▶ Beställningssystem
  - ▶ Kostdataprogram
  - ▶ Övrigt?

# Information om ursprung



Politiker i Skövde

Måltid  
Verksamheten



martin&servera



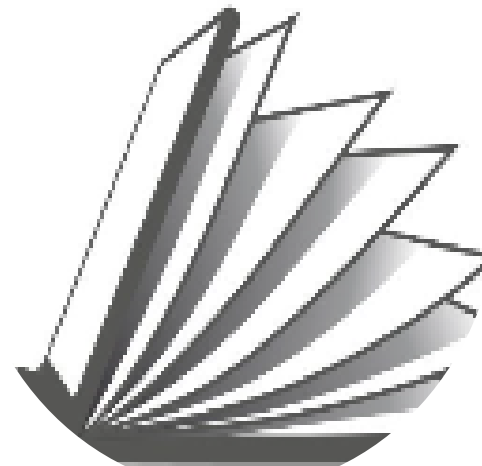
ATRIA

HKSCAN



# Stora digitala möjligheter - men informationen blir inte automatiskt rätt

- ▶ Vad är rimlig datakvalitet?
- ▶ Hur kan information om ursprung "flöda" till rätt punkt, vid rätt tillfälle?
- ▶ Hur kan informationen läggas in så få gånger som möjligt?
- ▶ Hur kan korrekt information bidra till "rätt" upphandling och beställning i offentlig kök?
- ▶ Hur kan "digitalisering" bidra till att öka tilliten i den offentliga affären?



# Förhållningssätt i dialogen

- ▶ Vi diskuterar branschövergripande med utgångspunkt från egen erfarenhet, roll och målgrupp
  - ▶ Vi skapar perspektiv och söker förståelse för andras förutsättningar
  - ▶ Vi bidrar aktivt till dialogen och verkar för positiv utveckling
- 
- ▶ Frivilligt att delta – bred målgruppsförankring önskas
  - ▶ Resultatet av Branschdialogerna kommuniceras bl.a. på hemsidan
  - ▶ Ytterligare synpunkter kan mailas i efterhand

# Målgrupper

1. Anbudslämnare
2. Underleverantör/Producent
3. Kostansvarig
4. Upphandlare/Inköpare
5. Politiker
6. (Branschorganisation/Stöd/Andra myndigheter)

## Gruppdiskussion 1- målgruppsanpassad

- 30 min diskussion i din målgrupp
  - Skriv ner din målgrupps synpunkter och ta med till gruppdiskussion 2
- 
- ▶ Utifrån min målgrupp/roll vilken utveckling skulle jag vilja se och varför?
  - ▶ Vilka förutsättningar behöver finnas för att den utvecklingen ska vara möjlig?
  - ▶ Vad kan i praktiken vara ett första steg – **som vi kan påverka** – mot den utvecklingen vi vill se?

# Målgrupper

1. Upphandlare
2. Måltidsansvariga
3. Måltidsansvariga
4. Digitala system
5. Producent
6. Grossist/förädlare
7. Miljö

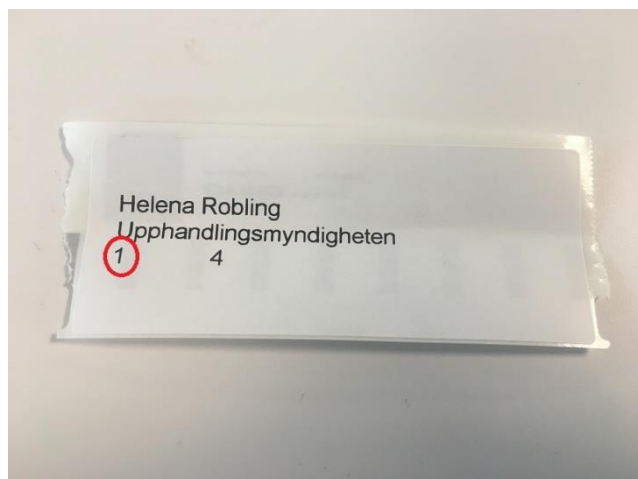
## Gruppdiskussion 1- målgruppsanpassad

- 30 min diskussion i din målgrupp
  - Skriv ner din målgrupps synpunkter och ta med till gruppdiskussion 2
- 
- ▶ Utifrån min målgrupp/roll vilken utveckling skulle jag vilja se och varför?
  - ▶ Vilka förutsättningar behöver finnas för att den utvecklingen ska vara möjlig?
  - ▶ Vad kan i praktiken vara ett första steg – **som vi kan påverka** – mot den utvecklingen vi vill se?



# Vart går jag? Gruppdiskussion 1

Siffran på min högra sida

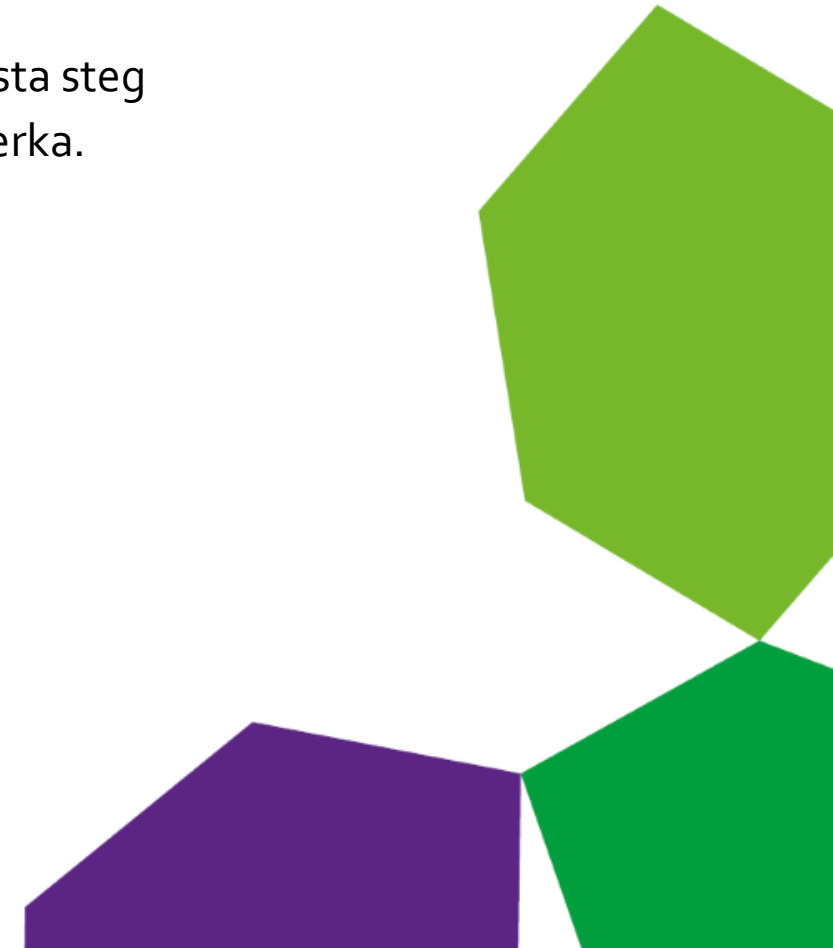


# Gruppdiskussion 2 - Blandade målgrupper

25 min diskussion i blandad målgrupp

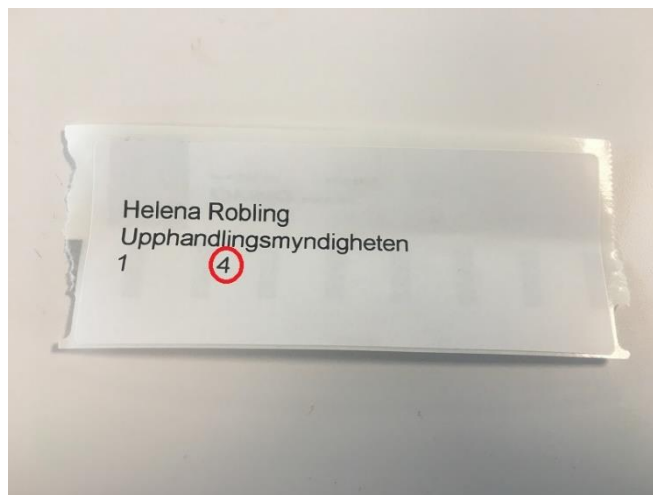
- Framför din målgrupps synpunkter från diskussion 1 och få respons ifrån andra målgrupper

- ▶ Vad ser den blandade gruppen gemensamt är ett eller flera realistiska första steg mot utvecklingen vi vill se? Exemplet ska utgå från något som ni kan påverka.
- ▶ Skriv ned det/de första steget/n



# Vart går jag? Gruppdiskussion 2

Siffran på min vänstra sida



# Sammanfattning av gruppdiskussionerna

- ▶ Vi behöver tillsammans fastställa definitioner
- ▶ Branschöverenskommelse eller dylikt för att nå så långt som möjligt
- ▶ Börja med en produktkategori i taget – börja med animalier
- ▶ Reda ut begreppsförvirring och fokusera på rätt sak, ursprung handlar om råvarans ursprung, inget annat
- ▶ Det ska vara lätt att beställa, lätt att följa upp och det ska gå att jämföra i uppföljningssyfte
- ▶ En branschöverenskommelse måste täcka olika typer behov
- ▶ Vem ska sy ihop en branschöverenskommelse, förslag Kost & Näring
- ▶ Viktigt att kunna se ursprung från producent till konsument
- ▶ Märkningen från Sverige, tydlig att förstå för alla målgrupper
- ▶ Viktigt att man håller sig till definitionen när den bestämts
- ▶ Elektroniska beställningssystem måste hållas aktuella och "up to date"
- ▶ Synligt med ursprung på förpackning men även i beställningstillfället

## Forts slutsatser

- ▶ En upphandling som leder till hållbara mål i sin helhet är viktigt
- ▶ Offentlig hållbar konsumtion bygger på 16 miljö kvalitetsmål och 17 globala hållbarhetsmål (agenda 2030)
- ▶ Mer ekologiskt, mer närproducerat, levande landsbygd
- ▶ För att en branschöverenskommelse ska ge rätt effekt så måste definitionerna klaras ut
- ▶ Systemmässigt utbildningsbehov om var man hittar information, visas all tillgänglig information i de system som finns?
- ▶ Olika märkningar, har en roll att spela i beställningstillfället. Viktigare då än i själva upphandlingen. "När varan har kommit är det ju för sent"
- ▶ Info från grossist om ursprungsland, väldigt många led som kan gå fel menar grossist
- ▶ Veta skillnaden mellan tillverkning och ursprung
- ▶ Lätt att jobba med märkningar enligt Martin & Servera

## Forts slutsatser

- ▶ Ett förslag från grossist att man upphandlar med övriga uhm- krav utan att ha med information om ursprung, och sen i beställningsögonblicket väljer de produkter där ursprung finns angivet i samband med beställning
  - synpunkt skapar inte det ett merjobb?
- Om upphandlande myndighet ställer krav på definierat ursprung är det i grossistens intresse att hitta produkter som matchar efterfrågan.
- Behov av branschgemensamt forum för dessa frågor för att öka förståelse mellan olika aktörer
- Hitta ett digitalt system som funkar för att visa information i beställningsögonblicket (finns vissa kritiska produktgrupper som bör prioriteras)
- Stegvis utveckling i denna fråga
- E-handelssystemet visar inte samma information som Martin & Servera visar på sin egen sida – stor brist på kompetens av kökens behov i samband med upphandling i en kommun tex
- E- handelslösningarna är delvis bristfälliga, dels involveras inte måltidsorg. I samband med upphandling
- Det som måste vara drivande är ju att matgästen får veta var maten som ligger på tallriken kommer ifrån

## Forts slutsatser

- ▶ I skövde finns en app (din skolmat) med menyer, där det flaggas svenskt eller eu-flagg på måltiderna
- ▶ Den som producerar måste lägga in rätt information
- ▶ Kommuner och landsting måste ställa mer krav
- ▶ Mashie planerar att på lång sikt kunna koppla ihop med en inköpsmodul som leder vidare till avtalsleverantör (till exempel M&S) "Allt i en app"
- ▶ Digitala tekniken finns, men det måste vara rätt i alla steg
- ▶ Marknaden finns mellan köparen och säljaren, kommunen eller den som håller i pengarna måste ställa krav.
- ▶ Att enas om definitioner är prio ett i det vidare arbetet med information om ursprung

