PRESSMEDDELANDE 2014-02-19

**City Gross kräver satsning på den svenska grisen**

*Familjeägda City Gross kräver nu att fler dagligvarukedjor satsar svenskt. Fina ord är bra, men nu krävs handling för att rädda den svenska grisen. Att det faktiskt går bevisas av att kedjan satsat på svenskt kött sedan starten 1993. Allt färskt kött man säljer är svenskt, man var först med att lansera en charkprodukt märkt med svenskmärkningen Svenskt Kött och man är ensam om att genom Griskronan betala en krona extra direkt till grisbonden för varje kilo svenskt griskött man köper.*

Efter att jordbruksminister Erlandsson uttalat sig i media och professor Bo Algers i ett öppet brev i Land givit sitt stöd för svenska grisbönder är frågan om den svenska grisnäringens framtid åter het. För att påverka konsumenterna att verkligen välja svenskt krävs dock mer av långsiktiga förändringar inom svensk dagligvaruhandel än mediala utspel, marknadsföring och butikskommunikation.

– Fina ord är bra, men nu krävs det handling om vi skall få behålla den svenska grisen! Det är bra att våra kolleger i branschen nu säger sig vilja verka för svenskt kött genom mer information, men det är försäljning och inte fina ord grisbonden lever av. Allt vårt färska kött är svenskt. Om fler kedjor kunde stå upp och säga det skulle vi inte ha någon debatt kring framtiden för svenskt kött, säger Michael Riedel, färskvaruchef på Bergendahls Food som äger och driver City Gross.

Utöver att utmana resten av dagligvarubranschen med att allt färskt kött man säljer är svenskt, är man på City Gross ensam om den s k Griskronan. Den innebär att man betalar 1 kr extra per kilo färskt svenskt griskött som köps direkt till grisbonden. Initiativet påverkar ej priset för svenskt griskött till konsument, men är tänkt att fungera som en väckarklocka för den svenska dagligvarubranschen när det gäller ansvaret för närproducerad mat. City Gross var dessutom först med att använda branschens märkning Svenskt Kött.

På Bergendahls menar man att dagligvaruhandeln genom att både sälja mer svenskt kött och informera om dess fördelar kan öka medvetenheten bland konsumenterna och därigenom även bidra till att öka trycket på livsmedelsindustrin och storkökssektorn att använda svenskt kött.

Ett antal skandaler har på senare år tydliggjort fördelarna med svenskt kött. Importen har omgärdats av skriverier om allt från den tyska dioxinskandalen till överanvändning av antibiotika, vårdslös djurhållning och gödselhanteringens negativa miljökonsekvenser för hela Östersjön. Att främja det svenska köttet är viktigt eftersom det innebär en större möjlighet för svenska konsumenter att påverka foder, miljö och djurhållning än vad som är fallet med t ex utländska grisfarmer.

– Vi på City Gross försöker på olika sätt ta vårt ansvar och vill att fler inom handeln gör det för att den svenske bonden inte skall dö sotdöden. Om vi inte agerar nu är risken stor att möjligheten att göra ett medvetet val av svenskt närproducerat i framtiden endast kan göras av dem med stor plånbok, säger Michael Riedel, färskvaruchef på Bergendahls Food som äger och driver City Gross.

Frågan om att handeln måste ta sitt ansvar för ersättningen till den svenske bonden har varit aktuell under många år. På City Gross hoppas man att Griskronan skall inspirera resten av den svenska dagligvarubranschen och att de efterhand hakar på initiativet. På samma sätt som de gjorde när City Gross lanserade fläsk från grisar uppfödda på GMO-fritt foder.

– Vi är besjälade av det vi gör och reagerar starkt mot att det ibland verkar som om priset är viktigast när vi väljer vad vi stoppar i oss. Det finns inga gratisluncher. Tänker vi för mycket pris får vi en utveckling mot fler tillsatser, sämre djurhållning och mer industrimat på köpet, säger Michael Riedel, färskvaruchef på Bergendahls Food som äger och driver City Gross.

Bergendahls startade 1922 och är idag ett av landets fem största svenskägda familjeföretag. Bergendahls Food äger och driver City Gross, landets fjärde största dagligvarukedja med 36 butiker. Bergendahls är idag ett av landets fem största svenskägda familjeföretag och enl Veckans Affärer det 97:e största.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

För mer information:

Michael Riedel, färskvaruchef på Bergendahls Food, 070-395 46 27

www.citygross.se

Medieservice genom Mikael Lagerwall, informationschef Bergendahls, 0708-47 21 00, mikael.lagerwall@bergendahls.se. Digitalt pressrum på www.mynewsdesk.com.

*Bergendahls startades 1922 och ägs idag av familjen Bergendahl i tredje och fjärde generationen. Bergendahl & Son AB (kortnamnet är Bergendahls med genitiv-s) driver parti- och detaljhandel i Norden och Polen genom Bergendahl Food AB (City Gross, M.A.T., EKO, Den svenska matrebellen, Matöppet), Granit och Glitter.*