PRESSMEDDELANDE 2014-02-28

**City Gross handlingsplan för den svenska grisen**

*City Gross tar nu bladet från munnen och presenterar sin handlingsplan för att rädda det svenska köttet. Man gör det som en reaktion på alla fina ord som präglar grisdebatten och menar att om fler stod upp för den svenska grisen i faktisk handling, skulle vi inte behöva ha en debatt kring framtiden för svenskt kött.*

På familjeägda City Gross förstår man inte debatten kring svensk grisnärings framtid. Andelen svenskt av det griskött som säljs i Sverige har löpande minskat de senaste 30 åren. Anledningen är främst att importen ökat. Vill man vända trenden krävs engagemang och uthållighet för att fler skall välja svenskt kött, inte fina ord ett valår.

– Fina ord är bra, men nu krävs det handling om vi skall få behålla den svenska grisen! Det är försäljning och inte fina ord grisbonden lever av. Det är inte svårare än att om vi kan få fler konsumenter att medvetet välja svenskt kött kommer försäljningen av svenskt att öka. Kan vi på City Gross klara det, kan andra göra det också om bara viljan finns, säger Michael Riedel, färskvaruchef på Bergendahls Food som äger och driver City Gross.

På City Gross ser man det svenska köttet som en viktig konkurrensfördel. Därför arbetar man sedan många år utifrån en lika enkel som kraftfull handlingsplan i syfte att öka konsumtionen av svenskt kött. Nu offentliggör man planen som en uppmaning till fler att gå från ord till handling:

1.) Erbjud svenskt kött!

Om dagligvarukedjor, livsmedelsindustrin, restauranger och storhushåll väljer bort importköttet kommer konsumtionen av svenskt kött att öka. Ett bevis för att det fungerar kommersiellt är att City Gross sedan starten 1993 lyckats expandera kraftigt utifrån ett fokus på svenskt kött (allt färskt kött kommer från svenska djur slaktade i Sverige).

2.) Erbjud ett bredare sortiment av svenskt kött!

Om dagligvarukedjor, livsmedelsindustrin, restauranger och storhushåll erbjuder ett bredare sortiment än filé, biff och färs får uppfödarna bättre betalt för fler detaljer på slaktdjuren. Samtidigt bidrar det till ökad matglädje. City Gross är ett bevis för att det fungerar i praktiken, med ett brett utbud av allt från grisklövar och njure, till lever och kalvbräss.

3.) Betala mer för svenskt kött!

Svensk djurhållning kostar på kort sikt mer än utländsk, men lönar sig på lång sikt i form av positiva miljö-, hälso- och matglädjeeffekter. Att City Gross haft dagligvarubranschens högsta tillväxt (trots att allt färskt kött kommer från svenska djur slaktade i Sverige) bevisar tillsammans med konsumentundersökningar att extrapriser på importkött inte är den viktigaste faktorn för konsumenten. Initiativ som Griskronan, där City Gross betalar 1 krona extra direkt till uppfödaren för varje kilo griskött man köper, är ytterligare ett bevis för att det går om man vill.

Man kan ha flera invändningar mot att City Gross handlingsplan skulle kunna fungera brett, men inga som inte med litet vilja går att övervinna över tid. Att det ej finns tillräckligt med svenskt kött för att ersätta importen löser sig självt efterhand rätt efterfrågan gör att fler uppfödare vågar satsa. Konsumenten kan styras att köpa annat än filé, biff och färs genom reklamkampanjer och information (t ex sponsrade TV-kockar som lagar inälvsmat, måltidsutveckling och matglädjeinitiativ). Att konsumenten dessutom endast köper det billigaste är en myt. Däremot stämmer det att handeln kan medverka till att utveckla konsumentens inköpsvanor genom exponering, inspiration och prismodeller där man lyfter kvalitet.

Utöver Griskronan och att allt färskt kött är svenskt agerar man inom City Gross på många olika sätt för att främja det svenska köttet. Dit hör att man valde att använda svensk kött från djur slaktade i Sverige när man för snart tre år sedan lanserade bacon under det egna varumärke Favorit. Man blev samtidigt först med att använda den då nya märkningen Svenskt Kött. Andra exempel på när man tänkt nytt utifrån svensk köttråvara är julskinkan på vildsvin man lanserade förra julen, de färska korvarna med högt köttinnehåll för grillen från i somras och det nya sortimentet av smörgåsmat.

– Man kan inte göra enstaka nedslag och tro att det leder till en ökad efterfrågan på svenskt kött. Det måste finnas ett äkta engagemang i botten som gör att man tänker svenskt hela vägen, om vi skall kunna trygga en uthållig svensk djurproduktion, säger Michael Riedel, färskvaruchef på Bergendahls Food som äger och driver City Gross.

På City Gross menar man att det är hög tid att agera för det svenska köttet. Det finns stora orosmoln på horisonten. Dit hör framväxten av köttfabriker som försörjer hela butikskedjor med gasat kött. De förutsätter mycket stora köttleveranser, vilket svenska leverantörer sällan klarar av. Ett annat orosmoln är att alla stora slakterier i Sverige numera har utländska ägare. Det finns en risk att de har ett annat fokus än att främja engagemanget för svenskt kött.

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.*