

## Framtidstro i pressad grönsaksbransch

EKERÖ Svegro vill ta en större del av grönsakskronan och satsar nu även på förädling. Ambitionen är att förädlade produkter om tre år ska stå för 30 procent av omsättningen.



*Svegro tar steget från att enbart odla örter och sallater i kruka, till att också förädla produkter baserade på odlingen. Varuförsörjningschef Kristin Orrestig och ordförande Otto Drakenberg tror att det är modellen för framtiden. FOTO: ANN-HELEN MEYER VON BREMEN*

**PREMIUM** På konferensbordet står tre plastburkar med örtpesto som Svegro hoppas är starten på en ökad förädling, och därmed bättre lönsamhet. Burkarna har troligen marknadens kortaste innehållsförteckningar, E-nummer göre sig icke besvär här. Peston innebär också minskat svinn eftersom det handlar om bortsorterade blad från krukodlingen.

– Vi tänker hållbarhet i alla led – från energiförbrukning till svinn, säger Kristin Orrestig, varuförsörjningschef på Svegro.



*Say Farhan packar en av de 21 miljoner krukor av örter och sallater som Svegro producerar varje år. FOTO: ANN-HELEN MEYER VON BREMEN*

Örtpeston tillverkas i Stockholm, lanserades före sommaren och säljs nu på Ica och snart hos Espresso House. Under hösten väntar fler butikskedjor och restauranger. Samtidigt går man vidare med nya produkter. Förädling ska öka lönsamheten, som man har sett krympa under de senaste åren.

– Lönsamheten har inte alltid varit så pressad som den är nu, men de stora kedjorna driver på för sina egna varumärken och marginalen har förskjutits till handeln. Samtidigt vet vi att frukt och grönt är en av de mest lönsamma kategorierna för dem, säger Otto Drakenberg, ordförande för Svegro.



*Ofta när man talar om klimatsmart så är det något som man diskonterar för i framtiden. Vi tänker att det måste vara hållbart här och nu, säger Otto Drakenberg, ordförande i Svegro. FOTO: ANN-HELEN MEYER VON BREMEN*

### **Dålig lönsamhet**

Bland de fyra stora krukodlarna av sallat och örter gick Svegro och Hällnäs med förhållandevis blygsamma vinster. Näst största producenten, Spisa, gjorde minusresultat för sjätte året i rad och Orto Novo gjorde i princip ett nollresultat.

– Det är problematiskt när en del i kedjan förlorar pengar, för då orkar man inte driva produktutveckling. Vår odling ska dessutom bli ännu mer miljövänlig och klimatsmart och det kräver stora investeringar. Den negativa lönsamhetsutvecklingen är inte bra för det svenskodlade, fortsätter Otto Drakenberg.



*Svegro säljer sina örter och sallater till Mälardalen, främst Stockholm. Konkurrens från utlandet har man framför allt på skurna sallater. FOTO: ANN-HELEN MEYER VON BREMEN*

Strategin för framtiden är fortsatt effektivisering och ”klimatsmart på riktigt”, som Svegro formulerar det. Nyligen tog man det sista steget i att ställa om hela uppvärmningen av de 50 000 kvadratmetrarna växthus till bioenergi.

– Svenska växthus på landet är det mest hållbara odlingsalternativet och Svegro leder utvecklingen. All vår odling av sallater och örter är ekologisk sedan fem år tillbaka och ekologisk odling är betydligt svårare än konventionell. Det här är high tech på riktigt, säger Kristin Orrestig.

### **”Mentalt ohederligt”**

Det sista är en känga till källarodlarna, som i medier ofta lyfts fram som de mest miljövänliga odlarna. Det är en beskrivning som irriterar Svegro, även om källarodlarna med sina små volymer och höga priser inte innebär någon konkurrens.

– Källarodlarna märks främst i tidningarna och vi har inget problem med att de får uppmärksamhet, då det bidrar till uppmärksamhet för hela kategorin. Men det är mentalt ohederligt om det inte framgår att det är vår typ av produktion som ligger i framkant när det gäller klimatsmart produktion. En del företrädare för källarodlingen



snedvinklar informationen. Det vore fel av oss som marknadsledare att stillatigande se på när det far runt halvsanningar, säger Otto Drakenberg.

Den tredje delen i framtidsstrategin är förädling och produktutveckling.

– Vi vill jobba ännu närmare med handeln och inte gå i klinch med dem. Med ett nära samarbete är det lättare att planera odlingen, minska svinnet och öka innovationerna. Och innovationer är handeln beredd att betala för.



*Svegro har minskat sitt svinn med över 80 procent på 10 år. De tre nya örtpestona beräknas minska svinnet med ytterligare 6 procent.* FOTO: ANN-HELEN MEYER VON BREMEN

**SVEGRO**

**Ann-Helen Meyer von Bremen**