

Slutrapport Samarbetsprojektet mellan Exportrådet,
Lantbrukarnas Riksförbund och Livsmedelsindustrierna

”Produktmärkning för lyckad svensk livsmedelsexport”

Christine Wass 2007-03-26

SAMMANFATTNING	3
BAKGRUND	3
EXEMPEL	3
SYFTE OCH MÅL	4
INKOMNA FRÅGOR FRÅN FÖRETAGEN	5
NÄTTJÄNSTEN LIVSMEDELSEXPORT PÅ EXPORTRÅDETS HEMSIDA	6
TIDPLAN	7
EKONOMI	7
PROJEKTORGANISATION	7
PROJEKTADMINISTRATION OCH STYRNING	7
SAMARBETSFORMER – SAMARBETET INOM OCH UTANFÖR EXPORTRÅDET	7
METODER	8
MÖTEN MED REFERENSGRUPPEN	9
AKTIVITETER – PR, PRESENTATION FÖR PUBLIK MM	9
ERFARENHETER – VAD HAR VI LÄRT OSS	9
FORTSÄTTNING – FFS TAR ÖVER	10
SLUTSATSER OCH REKOMMENDATIONER	10

Sammanfattning

Livsmedelsexport regleras ofta av en mängd lagar och bestämmelser. På EU-marknaden och övriga marknader råder tämligen skilda krav på hur en vara skall förpackas och märkas. Det gäller för varje livsmedelsföretag som vill exportera att ansvara för att produkten dels är rätt märkt och dels är förenlig med den nationella lagstiftningen. Det har framkommit att företagen upplever stora svårigheter att få fram rätt information om vad som gäller på olika marknader.

Ett samarbetsprojekt startades därför mellan Exportrådet, LRF och LI april 2005. Samarbetet startade på initiativ från LRF och LI i syfte att ge livsmedelsföretagen tillgång till information och vägledning dels via personlig rådgivning och dels via Exportrådets hemsida – nättjänsten Livsmedelsexport. Resurser tilldelades Exportrådet så att tid kunde avsättas för personlig rådgivning till livsmedelsföretagen och för uppbyggande av information om livsmedelsexport på hemsidan. Till projektet har dessutom en referensgrupp med livsmedelsföretag varit knuten.

Sammanfattningsvis kan följande positiva utveckling noteras:

- Antalet förfrågningar om export av livsmedel ökade i och med projektets start.
- Nättjänsten Livsmedelsexport utvecklades på Exportrådets hemsida.
- Antalet besök på hemsidan har stadigt ökat från att från början varit knappt mätbart till att idag vara ca 100 besök per dag.
- När information tas fram för ett företags räkning kommer informationen andra företag till del då hemsidan uppdateras med den framtagna informationen.
- Vid möten med referensgruppen har synpunkter framkommit om vilken information som bör finnas för livsmedelsföretag på hemsidan som därmed kontinuerligt uppdaterats.
- Vid en enkätförfrågan riktad till livsmedelsföretag framkom att de var mycket nöjda med informationen på hemsidan.
- Då fler företag hittar användbar information på hemsidan har antalet enklare förfrågningar minskat och mer kvalificerade förfrågningar har ökat.

Bakgrund

Olika länder har många gånger skilda regler som styr kraven på hur en vara skall vara förpackad och märkt. Även på EU-marknaden har de olika medlemsländerna tämligen skilda krav på hur en vara skall märkas. Trots att märkningsbestämmelserna inom EU styrs av ett gemensamt EG-direktiv har ofta olika medlemsländer synpunkter på hur en produkt skall märkas och hur det skall stå beskrivet på förpackningen. Detta för att ge konsumenten i landet en fullständig beskrivning av produkten. Det gäller för livsmedelsföretagen som vill exportera att ansvara för att produkten är rätt märkt och att märkningen är förenligt med den nationella lagstiftningen. Det har framkommit att företagen ofta har stora problem att få fram rätt information och till slut godkännande för sina produkter. Även vid arbetsmöten som Exportrådet har haft tillsammans med LRF och LI har det framkommit problem som livsmedelsföretag ställs inför i samband med export till olika länder. Även vid möten med Ikea har det framkommit att Ikeas leverantörer av livsmedel upplever stora problem att få fram rätt information för att få grepp olika länders krav om framför allt märkningskraven.

Exempel

Vad är det tillåtet att ha för ingredienser i olika produkter, vilka regler gäller för datummärkning, vilka regler gäller för näringsvärdesdeklaration, vilka språk måste finnas med mm.

Den praktiska innebörden av detta är att livsmedelsföretagen måste sätta sig in i regler som gäller för en eller ett flertal marknader. För livsmedelsföretag som exempelvis säljer på IKEA ute i världen innebär det att omgående få kunskap om olika regler gällande livsmedelslagstiftning och märkning för t ex 12-15 länder.

Till detta kommer utmaningen för livsmedelsföretagen att klara av översättningen av innehållsförteckning på ett flertal språk. Blir det fel på översättningen tas produkten ut från hyllan hos den internationella detaljhandelskedjan eller t ex via IKEA. Ett flertal olika översättningsbyråer används. Det är mycket vanligt utomlands att t ex kontrollföretag agerar "märkningspolis" för att på så sätt skaffa sig nya kunder för importuppdrag.

Om produkten befins felmärkt och detta påtalas till kedjans inköpare, med hot om att gå vidare till behörig livsmedelsmyndighet, riskerar den svenske exportören/leverantören att produkten reklameras p g a brister eller fel i märkning med kostsamma åtgärder som följd.

Syfte och mål

Syftet med projektet har varit att skapa förutsättningar för ökad svensk livsmedelsexport genom att underlätta för företagen att få tillgång till kunskap om livsmedelslagstiftning och märkning i olika länder samt ge förslag på kvalitetssäkrade översättningsbyråer eller motsvarande byråer.

Projektets mål har varit att utveckla en "lathund" (nättjänsten Livsmedelsexport) på Exportrådets hemsida med information specifikt riktad till livsmedelsföretag. Informationen på hemsidan är specifikt riktad till livsmedelsföretag som vill påbörja eller utveckla sin livsmedelsexport. Valet av marknader skall i första hand inriktas mot livsmedelsexportens primärmarknader eller sådana marknader som bedöms ha en stor exportpotential.

Nättjänsten Livsmedelsexport ger information om:

1. Livsmedelslagstiftningen i olika länder – uppgift om kontrollmyndigheter för livsmedelsprodukter i de olika importländerna
2. Märkningsregler, -råd och anvisningar för olika länder
3. Länkar till certifierade översättningsbyråer som har god erfarenhet från produktmärkning av livsmedel
4. Exportrådets rådgivningsservice och andra tilläggstjänster

Exportrådet har bedrivit en aktiv uppsökande verksamhet riktad mot livsmedelsexportörer för att uppmärksamma nättjänsten och Exportrådets kompetens på området. I varje kontakt med livsmedelsföretag har information givits om den nya nättjänsten. Pressreleaser har skickats ut till livsmedels- och näringslivspress.

Måluppfyllelse och resultat - har projektet levererat

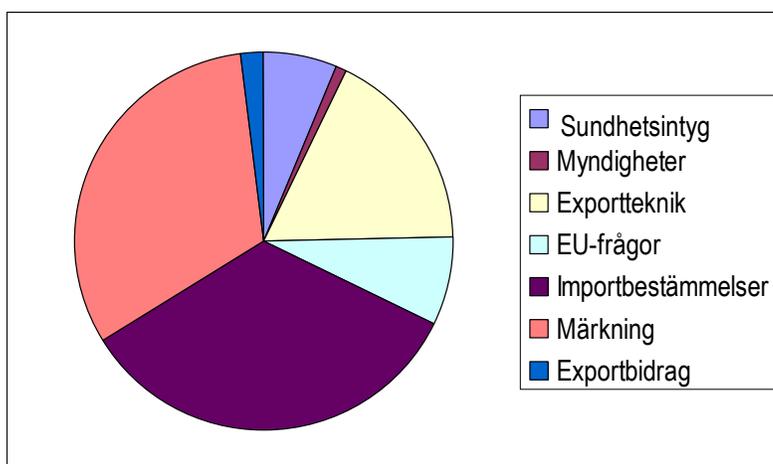
Råd och information till livsmedelsföretagen har givits via telefon och via mail. Alla förfrågningar som kommer in till Exportrådet registreras i en särskild databas **BIMS** (Business Inquiry

Management System). Vid första referensgruppsmötet 05-10-04 rapporterades att antalet förfrågningar från livsmedelsföretagen fördubblats i och med projektets igångsättande. Andra projektåret har konstaterats en minskning av antalet förfrågningar men däremot har konstaterats en ökning av mer kvalificerade förfrågningar och en ökning av frågor med högre exportpotential.

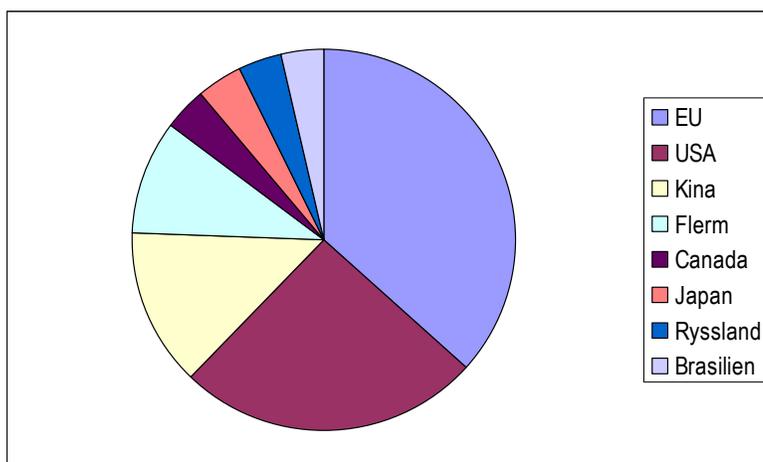
Inkomna frågor från företagen

Via Exportrådets registreringssystem BIMS över inkomna förfrågningar har man möjlighet att ta fram vissa statistikuppgifter. Under projektets gång har de inkomna förfrågningar från livsmedelsföretagen i de flesta fall varit önskemål om att få besked om importbestämmelser i ett särskild land, information om märkningsbestämmelser och exporttekniska frågor om import- och exportprocedurer och dokumentkrav.

Fördelning av inkomna specifika frågor frågor



När det gäller frågor kring olika marknader under projektets gång, har de flesta frågor rört de gemensamma kraven på EU-marknaden och de olika nationella olikheterna, importkraven i USA och Kina samt flermarknadsfrågor.

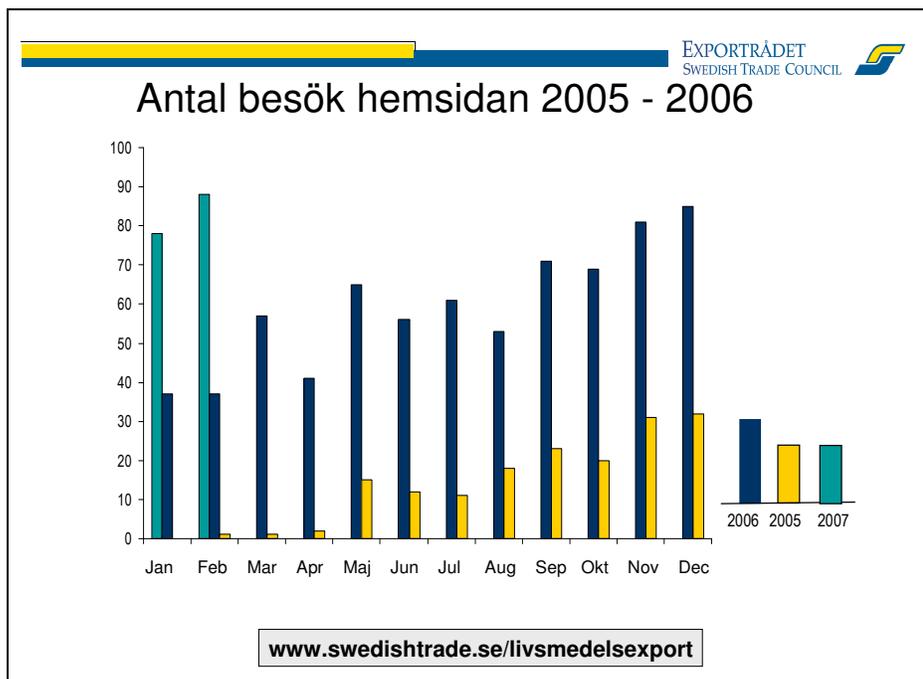


Nätjänsten Livsmedelsexport på Exportrådets hemsida

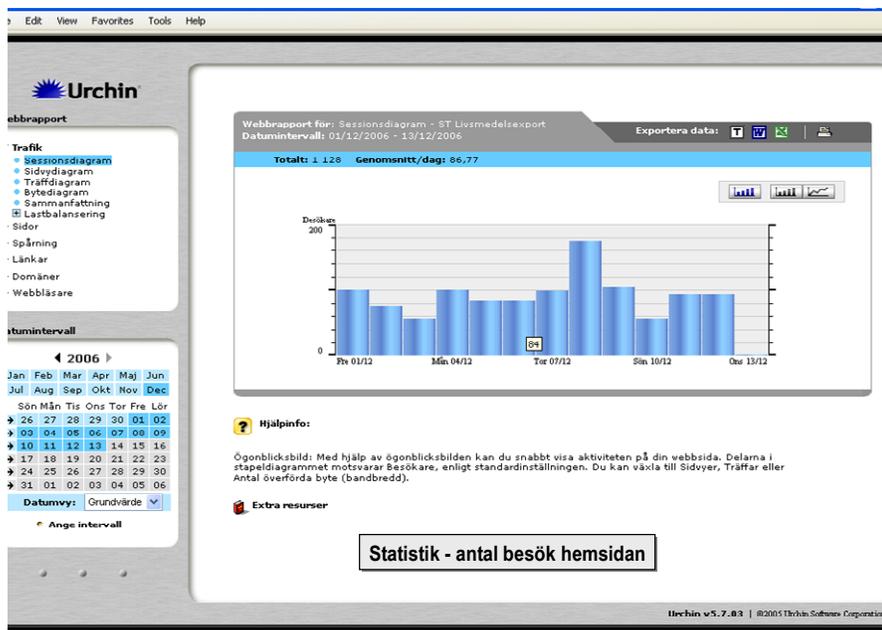
Arbetet med uppbyggandet av nätjänsten Livsmedelsexport påbörjades vid projektets start 2005-04-01. Informationen är specifikt riktad till livsmedelsföretag som vill påbörja eller utveckla sin livsmedelsexport. Information finns tillgänglig om EU och om olika marknader utanför EU. Valet av marknader är i första hand inriktad mot livsmedelsexportens primärmarknader eller sådana marknader som bedöms ha en stor exportpotential. Informationsstrukturen för varje land är uppbyggd på samma sätt med allmän information och information om produktkrav / märkningsbestämmelser samt specifik information för varje produktgrupp kött och köttprodukter, fisk och fiskprodukter, mejeri, bageriprodukter, frukt och grönsaker, choklad och konfektyr, kaffe och te, drycker och andra beredda produkter.

Materialet utvecklas ständigt och tillförs med mer information. All information som tas fram för ett företags räkning kommer andra till del då materialet publiceras hemsidan. Vid möten med referensgruppen har även inkommit förslag på vilken information som skall finnas tillgänglig. Bl a kan nämnas information om Krav-märkning, märkning om Grüne Punkt och information om krav på träemballage. Det har även framkommit önskemål att man via hemsidan kan finna "matnyttiga rapporter" som kan vara av intresse för en livsmedelsexportör.

Antalet besök på hemsidan / Livsmedelsexport



Antalet besök på hemsidan har ständig ökat. Vid projektstarten var antalet besök knappt mätbart till fram idag då antalet besök är ca 100 per dag. Vissa vardagar har antalet besök varit mycket högt.



Tidplan

Projektet påbörjades 2005-04-01 och förlängdes 2006-04-01 och fortsatte därefter ytterligare ett år till 2007-04-01.

Ekonomi

LRF och Li genom, SLF Stiftelsen Lantbrukets Forskning har finansierat projektet med 250 000 kr/år för avsatt tid att ge personlig rådgivning och till uppdatering av informationen på hemsidan, www.swedishtrade.se/livsmedellexport.

Projektet finansierades genom LRF och Li med 250 000 kr för perioden 2005-04-01– 2006-03-31 och då projektet utvecklades i positiv linje med uppsatta förväntningar tillskötts ytterligare 250 000 kr för ytterligare ett år 2006-04-01 - 2007-03-31.

Projektorganisation

Christoffer Rinman, LRF
 Håkan Björklund, Li
 Christine Wass, Exportrådet
 Yvonne Brycker, Exportrådet
 Berit Thorstensson, Exportrådet

Projektadministration och styrning

Ansvaret för projektet har varit Christine Wass

Samarbetsformer – samarbetet inom och utanför Exportrådet

Följande företag och personer har ingått i projektets referensgrupp
 Abba Seafood AB, exportchef (Jeanette Persson), Ola Nilsson

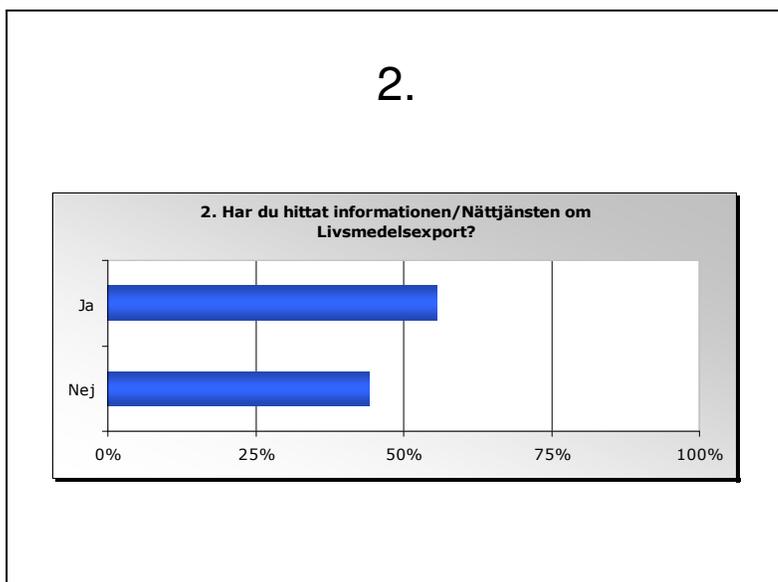
Arla Foods, kundchef Mattias Olsson
Björnekulla, vd Roger Johannesson
IKEA Food Services , ansvarig för lagar, normer och miljöfrågor Anders Lennartsson
Leaf Sverige, exportchef Irene Larsson
Norremejerier, exportchef Kennet Wiksten

Avstämning av livsmedelsrelaterade frågeställningar har gjorts under projektets gång med Livsmedelsverket, Jordbruksverket, Tullverket och Kommerskollegium.

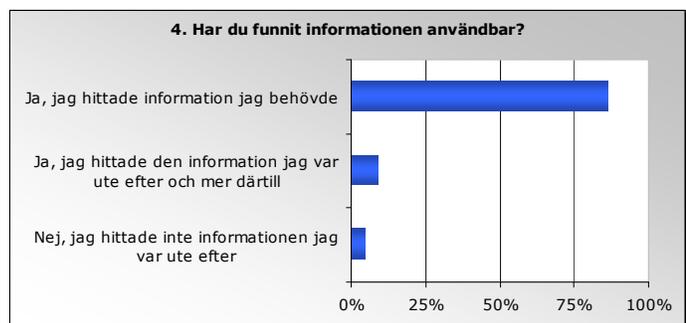
Metoder

- Inkomna förfrågningar från företagen har registrerats i Exportrådets registreringssystem BIMS Business Inquiry Management System.
- Antalet besök på hemsidan Livsmedelsexport har regelbundet mätts.
- Enkät har skickats ut till livsmedelsföretagen
I februari 2006 skickades en enkät ut till livsmedelsföretagen i syfte att få fram besked om informationen om informationen på hemsidan är enkelt att hitta och om man har nytta av informationen. Ett 100-tal företag valdes ut som mottagare av enkäten. Bl a ställdes frågorna
 - Hur ofta är du inne på Exportrådets hemsida
 - Har du hittat information om nättjänsten Livsmedelsexport?
 - Har du funnit informationen användbar?

Svarsprocenten av enkäten var ca 40% och det framkom att över 50% av besökarna hittade informationen själv och 35% via vägledning. Ca 80% av besökarna som hittade informationen på hemsidan har funnit den användbar. Nedan visas svarsresultaten för frågorna 2 och 4.



4.



Möten med referensgruppen

Möten med referensgruppen har hållits två gånger per år 2005-10-04, 2006-03-14 och 2006-10-03. Möten med enbart projektgruppen har hållits två gånger per of 2005-04-13 (Kick off möte), 2005-06-23, 2005-12-14, 2006-06-09 och 2006-12-05.

Aktiviteter – PR, presentation för publik mm

Vid varje företagskontakt från alla berörda inom projektgruppen har tillfälle tagits att informera om samarbetsprojektet och nättjänsten Livsmedellexport på Exportrådets hemsida. Information har givits om samarbetsprojektet på Exportrådets-, Jordbruksverkets och Livsmedelsindustriernas hemsidor. Pressreleaser har sänts ut vilka resulterat i en rad artiklar i olika tidskrifter. Bl a har skrivits artiklar om samarbetsprojektet i Dagens Industri, Sydsvenska Dagbladet Svensk Export och Foodwire. Ikea rekommenderar dessutom sina leverantörer att alltid kontakta Exportrådet för att få hjälp med frågorna kring exporten och framför allt om märkningsbestämmelser i olika länder.

Erfarenheter – vad har vi lärt oss

Vid arbetsmöten som hållits två gånger per år har från referensgruppen framkommit att de ser tjänsten med personlig service som mycket bra och att det även underlättar att ha nödvändig information tillgänglig hemsidan.

Med hjälp av statistikmätningen om antalet besök på nättjänsten Livsmedellexport kan man notera en jämn uppgående, ständig ökning av antalet besök. En av huvudanledningen till start av projektet var att öka tillgängligheten av information som är livsmedellexportör behöver i sin exportsatsning och den ständiga ökningen av antalet besök på hemsidan kan ses som mycket positiv.

Fortsättning – FFS tar över

Referensgruppen är enig om att projektet har varit lyckat och det är önskvärt att den nuvarande servicenivån till livsmedelsföretagen kan fortsätta efter 31 mars 2007, då projektet avslutas. Förslag har därför lämnats om att fortsätta projektet inom ramen för Exportrådets Strategiska Tillväxtbransch Livsmedel (FFS), som erhåller finansiering från Jordbruksdepartementet för främjandet av livsmedelsexport. Förslaget har accepterats.

Slutsatser och rekommendationer

Syftet med projektet var att skapa förutsättningar för ökad svensk livsmedelsexport genom att underlätta för företagen att få tillgång till kunskap. Man kan konstatera att projektet utfallit väl och målen uppnåtts. Antalet ökade besök på nättjänsten Livsmedelsexport ger också stöd för att informationen är användbar för livsmedelsföretagen varför det är positivt om arbetet med uppdateringen kan fortsätta på minst samma nivå som tidigare.