

Bilag 4

Referater fra 1. og 2. møde i temagruppen om matchmaking.



1. temagruppemøde Matchmaking

Dato for mødet: 17. juni 2015, kl. 10-12

Sted: Brink Business Center City, Rådhuspladsen 16, København K

Deltagere:

- Selina Juul, Stop spild af mad
- Layla Maria Guimaraes, Compass Group Danmark A/S
- Jesper Ingemann, Fødevarebanken
- Rikke Karlson, Fødevarestyrelsen
- Dorthe Lynnerup, AgroTech
- Anne-Mette Lysemose Bendsen, Miljøstyrelsen
- Rikke Fischer-Bogason, Sekretariat for Partnerskab om mindre madspild
- Mads Werge, Sekretariat for Partnerskab om mindre madspild
- Ane Kirstine Aare, Sekretariat for Partnerskab for mindre madspild

Referent: Ane Kirstine Aare, Sekretariat for Partnerskab for mindre madspild

Sendt til: Temagruppens tilmeldte og medarbejderne tilknyttet sekretariatet

Dagsorden

1. Præsentationsrunde og individuel fortælling om forventninger til deltagelse i gruppen
2. Inspirationsoplæg fra Layla Maria Guimaraes, Compass Group
3. Ønsker til gruppens specifikke tema/indhold
4. Muligheder for at søge ekstern finansiering
5. Arbejdsform og -proces
6. Igangsættelse af projekt? (eller ønsker til gruppens produkt)
7. Next step

Ad. 2 Inspirationsoplæg fra Layla Maria Guimaraes, Compass Group

Oplægget er vedhæftet.

Ad. 3 Ønsker til gruppens specifikke tema/indhold

- Der er enighed i gruppen om, at det vil være fordelagtigt at få repræsentanter fra producenter og grossister i temagruppen. Der er mulighed for invitere deltagere, som ikke er en del af Partnerskabet. Mulige deltagere kunne bl.a. være: Økologisk landsforening, Landbrug og Fødevarer (medlem af partnerskabet), DI (medlem af partnerskabet), snitterier (Flensted, DLG Food, Grønt Jacob) og grossister (Hørkram, Dansk Cater, Catering Engros). Compass Group inviterer Catering Engros og evt. Prima Frugt til at deltage i temagruppen.
- På mødet blev følgende problemstillinger og løsninger/projektforslag identificeret:

Problemstillinger:

- Hvem har hvilke varer?
 - o i hvilke mængder + stand?
- Hvem kan anvende hvad?
- Der mangler et mellemlid, som kan sikre overblik og formidling
- Hvordan kan convenience affald mindskes og anvendes?
- Ledelse + økonomi er afgørende samt inddragelse af medarbejdere.
- Spild skal synliggøres og kortlægges
- Hele værdikæden skal i spil
- Er der en teknologi, vi ikke kender til? Måder for snitterier o.l. at håndtere ukurante grøntsager?
- Er primærproducenterne interesserede? Det er afgørende at finde en forretningsmodel for landmanden.
- Det bør undgås, at man er med til at sænke priser ved at sætte ukurante varer på markedet
- Uforudsigelige leverancer
- Varerne skal være mærket, så kokkene ved, at grøntsagerne kan se anderledes ud

Mulige løsninger/projekter:

- Kortlægning, særligt første led i kæden mangler
- **Skabe netværk/partnerskaber:**
 - o Ledet mellem producent og aftagere
 - o Lammefjordsklynge – case og succeshistorie. Businesscase
 - o Aftager fra buffeter
- Fødevarsymbioser (Erhvervsstyrelsen)
- Generisk metode til at fremme samarbejde i kæden
- Ressourcebørs
- Offentlige indkøb: Ønske om ukurante grøntsager i udbudsmateriale (Madkulturen i Roskilde arbejder allerede med tilsvarende problemstillinger) – kan dog være svært, pga. usikkerhed omkring mængder til aftagning. Ministeren kan evt. sætte mål, ligesom det er gjort med økologi
- "Genopfinde" klasse B varer
- Anderledes brug: kunne man undgå at skrælle frugt og grønt til bagning etc.

Ad. 4 Muligheder for at søge ekstern finansiering

- Partnerskabets midler skal i udgangspunktet gives i 2015 til projekter i en eller flere af de forskellige temagrupper. Projektet/projekterne skal være af almen interesse og kommunikeres.

Ad. 6 Igangsættelse af projekt? (eller ønsker til gruppens produkt)

- Særligt projekter med fokus på at skabe netværk/partnerskaber mellem forskellige led i kæden om håndtering af ukurante grøntsager havde gruppens interesse. I stedet for at lægge sig fast på et projekt og udvikle en projektformulering vælger gruppen at uddele opgaver til næste møde til besvarelse af følgende uafklarede spørgsmål:
 - o Hvad kan primærproducenternes rolle/interesse være? Har de interesse i at afsætte? Hvad er volumen – ved de det selv? Agrotech kontakter Lammefjordsklynge
 - o Hvad kan grossisternes rolle/interesse være? Har de interesse i at afsætte? Hvad er volumen – ved de det selv? Compass Group tager kontakt til sin grossist og snitgrønt

Ad. 7 Next step

- Næste møde afholdes hos Compass Group (Albertslund) i slutningen af august. Sekretariatet udsender en doodle inden længe.
- Compass Group inviterer en grossist, evt. Prima frugt, til at holde et oplæg på næste møde, om hvilken rolle klasse B varer spiller for dem.
- Referat udsendes til kommentering hos deltagerne, og derefter til resten af gruppen/Partnerskabet
- Liste over Partnerskabets og temagruppens medlemmer sendes ud til temagruppen med referatet



2. møde i temagruppen om matchmaking

Dato for mødet: 14. september 2015

Sted: Compass Group Danmark A/S

Deltagere:

- Lone Lykke Nielsen, Miljøstyrelsen
- Jesper Ingemann, Fødevarerbanken
- Layla Maria Guimaraes, Compass Group Danmark A/S
- Thomas Fremming, Stop spild af mad
- Tonny Christensen, Prima Frugt
- Rikke Karlson, Fødevarestyrelsen
- Dorte Lynnerup, Agrotech
- Karina Kyhn Andersen, Kost & Ernæringsforbundet
- Mads Werge, Sekretariat for Partnerskab om mindre madspild
- Lasse Twiggs Degn, Sekretariat for Partnerskab om mindre madspild

Referent: Lasse Twiggs Degn, Sekretariat for Partnerskab om mindre madspild

Sendt til: Deltagere på mødet og medarbejdere tilknyttet sekretariatet

Dagsorden

1. Velkomst
2. Oplæg fra Prima Frugt om klasse B varer
3. Opsamling på idéer fra sidste møde
4. Beslutning omkring det konkrete projekt, der skal arbejdes videre med
5. Diskussion af projektets konkrete aktiviteter
6. Diskussion af projektets omfang, organisering og tidsplan
7. Next steps, herunder temagruppens videre forløb

Referatet skitserer indledningsvis hovedpointerne fra Prima Frugts oplæg. Det fulde referat fra oplægget kan findes nederst i dokumentet

Ad. 2 Oplæg fra Prima Frugt om klasse B varer

- Klasse B varer kaldes også kategori 2 varer.
- Kategori 2 varer differentierer i størrelse og udseende, hvilket ikke harmonerer med danske forbrugeres ønske om at indkøbe til stykpris i detailhandlen. Stykpriser i stedet for afregning på vægt, medfører et krav om størrelsesmæssig ensartethed, hvilket resulterer i et stort sorteringsspild hos primærproducenter og engros.
- Kategori 2 varer (og varer med defekt emballage, der gensælges) vil presse prisen på kategori 1 varer, hvis disse sættes på markedet.

- Holdbarheden af kategori 2 varer er lavere, hvilket vil stille større krav til faste aftaler om aftagning mellem grossist og kunde/storkøkken.
- I de professionelle køkkener er tiden til forarbejdning den afgørende parameter, da der er begrænset tid til f.eks. at skære dele af varen fra. Derudover er det uvist, om den ekstra forarbejdnings tid, som kategori 2 varer medfører, kan dækkes ind af den reducerede pris på varerne.
- For nogle varer vil prisen på kategori 1 i højsæsonen være så lav, at der ikke vil være et marked for kategori 2 varer.
- Der er behov for et skift i mindsettet hos køkkenchefer, før kategori 2 varer kan indgå i produktionen. Brug af kategori 2 varer skal implementeres fra ledelsen.

Ad. 3 Opsamling på ideer fra sidst

- Partnerskaberne er tildelt 800.000 kr. til projekter samt et beløb til nudging. Der er tre partnerskaber om denne pulje.
- De andre partnerskaber er endnu ikke så langt og har derfor ikke brugt deres midler. Lone Lykke Nielsen vil søge om en omprioritering. Processen speedes derfor nu op, så projekterne kan blive udbudt og løst i 2015.
- Siden sidste møde er der arbejdet videre med et projektforslag, som blev præsenteret.

Ad. 4: Beslutning omkring det konkrete projekt, der skal arbejdes videre med

- Compass Group har, som aftalt på første møde, været i dialog med Flensted Snitgrønt A/S. Flensted melder, at de ikke kan håndtere de ukurante størrelser.
 - Der er flere barrierer for snitgrøntproducenter ift. at anvende kategori 2 varer. Der er derfor flere problemstillinger, der skal afdækkes, blandt andet hvordan det er muligt at omstille systemer, både de praktiske, men også ift. logistik, administration etc.
- I forhold til igangsættelse af projektet, er det sandsynligvis ikke muligt at foretage de praktiske studier i køkkenerne i december pga. travlhed.
- Compass Group A/S vil umiddelbart gerne deltage, men mener, at flere forskellige virksomheder skal inddrages.

Udbudstekniske overvejelser:

- Projektet skal afrapporteres inden nytår, og der skal være mindst to uger til selve udbudsprocessen. Der skal derfor i udbudsteksten sættes fokus på, hvad der er realistisk at nå at gennemføre inden årsskiftet.
- Det skal i udbuddet defineres, hvilke type produkter som skal være i fokus, og hvad kategori 2 dækker over.
- Det skal i udbuddet defineres, hvilke kompetencer der ønskes fra tilbudsgiver, og hvilke krav der er til løsningen; eksempelvis at der etableres samarbejde med køkkener, så løsninger kan testes i praksis.

Ad. 5 Forslag til projektets aktiviteter

- Afklaring af typer af fødevarer, hvor kategori 2 varer kan anvendes:
 - Tilbudsgiver skal udarbejde et katalog over de ti produkter, hvor det vurderes mest oplagt at anvende kategori 2 varer.

- Kataloget skal indeholde en beskrivelse af, hvordan varerne ser ud, hvilke særlige forhold der gør sig gældende for kategori 2 varerne (f.eks. mindre holdbarhed), og hvilke ændrede tiltag og arbejdsgange disse giver i køkkenerne.
- Undersøgelse af køkkenernes holdning til brugen af kategori 2 varer.
 - Der ønskes en måling både før og efter projektet.
- Projektet skal indeholde et tidsstudie på minimum to produkter. Det vil være ønskeligt, at der gennemføres studier på flere produkter, men det er ikke et krav, da tiden er knap.

Ad. 6 Diskussion af projektets omfang, organisering og tidsplan

- Hvilke barrierer findes der, og hvordan overkommer man dem?
- Der er evt. nogle processer, som skal laves om; f.eks. køkkenmaskiner, der skal stilles om. Det kan også være landmandens pakkeri, som skal stilles om for at kunne sælge kategori 2 varer.
- Det diskuteres, hvorvidt det er vigtigt, at man på forhånd identificerer, hvilke varer der skal inkluderes i projektet. Det foreslås, at tilbudsgiver bedes om at pege på de ti mest relevante produkter, uden at der skal laves tidsstudier på alle.

Ad. 7 Next steps, herunder temagruppens videre forløb

- Gruppen bedes komme med forslag til aktiviteter. Forslag sendes til sekretariatet (mw@planmiljoe.dk)
- Temagruppemedlemmer skal vurdere, om gruppen skal bibeholdes og i så fald i hvilken form? Tilbagemeldinger sendes til sekretariatet (mw@planmiljoe.dk)
- Temagruppemedlemmerne inviteres til at sidde i følgegruppen til projektet, når det bliver aktuelt.

Udvidet referat af oplæg fra Prima Frugt

To dagsordner:

- Som et af de eneste steder i verden sælges de fleste typer frugt og grønt i Danmark til stykpris. Stort set alle andre steder afregnes prisen pr. vægtenhed. Dette er historisk betinget. Netto prøvede at ændre på denne vane for ti år siden og for to år siden prøvede Rema det samme. I begge tilfælde uden held.
 - Konsekvensen er, at forbrugerne i detailhandlen tager de største varer og lader de mindste ligge.
 - Prima Frugt frasorterer f.eks. 300-400 bananer hver dag pga. størrelsen. Medarbejderne handler efter pres fra kunderne, der ønsker varer, som er ens.
 - Salg til stykpris medfører et stort sorteringssvind. I lande, hvor varer sælges pr. kg., er det muligt for avlere også at få afsat de mindre produkter.
- Modsat andre lande er vi i Danmark meget fokuserede på produkters udseende.
 - F.eks. skal Golden delicious æbler i Danmark være grønne for at kunne sælges. I Sverige sælges de, ligesom alle andre steder, når de har en gullig farve, hvilket er det tidspunkt, hvor sukkerindholdet er så højt, at smagen er "rigtig".
- Priserne på frugt har ændret sig meget lidt ift. andre varer i supermarkedet.
 - Forbrugerne forventer stadig at få ti bananer til ti kr., hvilket har ført til, at der bliver leveret frugt og grøntsager i mindre størrelser.
- Hul i emballagen er Prima Frugts væsentligste årsag til reklamationer eller frasortering.

- 200 kg. af hhv. gulerødder, løg og kartofler kasseres dagligt, alene fordi emballagen er beskadiget. Hvis engrosvirksomheder får en sæk løg leveret med hul i emballagen, kasseres de den. For gulerødder, løg og kartofler går der 60% af prisen, hvis der er poser med hul i.
- Professionelle køkkener kasseres også varer pga. udseende
 - Prima Frugt har i dag krediteret kunder for ca. 2000 kasser iceberg salat, fordi de har rød stok. Den røde stok har noget med årstiden og vandindholdet at gøre, men ikke indflydelse på kvaliteten, da det alligevel skæres fra.
- Den utrænede forbruger vil i 80% af tilfældene ikke kunne se forskel på kategori 2 og 1 produkter
 - F.eks. solgte supermarkeds kæden ISO for ca. 15 år siden kategori 2 varer. Problemet var, at de ikke informerede kunderne om det. Deres bruttoavance steg i begyndelsen, men kunderne følte sig snydt, da det blev kendt, at det var kategori 2 varer.
- Det er i dag kun agurker, der sælges i kategori 2. Prisen er 30-40% under almindelig pris.
 - Der er ingen studier af lødigheden af kategori 2 agurker (jf. krumme agurker). Der skal skæres mere fra på disse agurker, og det er spørgsmålet, om det større spild i virkeligheden æder besparelsen op.
 - Prima Frugt vurderer ikke, at nogle af deres kunder ved, om 200 kategori 2 peber giver det samme udbytte som f.eks. 180 kategori 1 varer.
- Kategori 2 produkter på markedet vil kunne stjæle markedsandele fra kategori 1 varer:
 - F.eks. smed Prima Frugt dagen forinden 200 kasser meloner ud, som ikke fejlede noget, men blot havde en skønhedsfejl i skrællen. Havde de solgt dem, kunne de måske få 20 kr. pr. kasse, mod den normale pris på 100 kr. Hvis Prima Frugt havde afsat disse til sine faste kunder, kunne han også være sikker på, at han ikke ville være i stand til sælge meloner til disse kunder til normal pris en uge frem.
 - Dette kan være en barriere for at sælge varer, som ellers kasseres. Hvis der sælges kategori 2 varer, som pludselig er til rådighed, kan det underminere salget af kategori 1 varer, som er den primære indtjening for producenten og grossisten.
- Ofte er der ikke et konstant flow af kategori 2 varer.
- I den professionelle køkkenbranche er det tiden til forarbejdning, som tæller. De kan ikke bruge for lang tid på at skære fra etc. Ydermere ved man reelt ikke, om denne ekstra tid bliver dækket ind af den reducerede pris på kategori 2 varer.
- En anden barriere er, at prisen på et produkt i perioder vil være så lav, at man ikke kan sælge kategori 2 varer. F.eks. i højsæsonen for danske tomater er prisen så lav, at kategori 2 varer ikke kan koste noget. Der er marginal avance, og dermed vil incitamentet til at sælge kategori 2 også være mindre. Dog er der kun tale om få uger om året, hvor man møder denne problemstilling.
- Det er en udfordring, at markedet og produktionen af disse varer er meget organisk. Det kræver, at løsningen er fleksibel, og man derfor ikke kan benytte standardiserede skemaer o.l.
- Køkkencheferne er meget strikse i forhold til de produkter, de modtager:
 - Hvis en ti kg. sæk har fire flækkede gulerødder, sendes den retur. Det kan være svært at sælge ideen til køkkenerne, da de kan opleve, at brug af kategori 2 varer giver dem mere arbejde. Der er derfor i høj grad brug for en ændring i mindsettet hos køkkencheferne. Man bør fokusere på ledelsen og ikke nødvendigvis de, som står i køkkenet.
- På trods af skiftende sæsoner er der konstant ca. 40% af Prima Frugts varer, som er danske.

Spørgsmål og svar

- *Er der nogle, som har forsøgt at sælge begge kategorier?*
 - Nej. Det er et problem, da man er nødt til at pakke den mindste fraktion i poser, fordi kassepersonalet ellers ikke kan kende forskel (ligesom med økologiske varer).

- Kategori 2 varer vil ofte være mindst, men også mest uhensigtsmæssige at emballere. Dette skyldes, at disse varer generelt har kortere holdbarhed, hvorfor det enten skal pakkes om eller smides ud, hvis enkelte bliver dårlige.
- *Men det er lykkedes at få køkkenerne til at tage de krumme agurker?*
 - Den umiddelbare vurdering er, at kategori 2 vil kunne anvendes uden problemer for agurk, tomat, peber o.l.
- *Står der i tilbuddene, at der skal være varer af en vis kategori?*
 - Ja, det gør der ofte ligesom i offentlige udbud. Københavns Kommune har netop lavet et udbud, som kræver brug af kategori 2 agurker.
- *Giver det ikke mindre spild, at folk vil have umodne frugter i Danmark?*
 - Jo i princippet, men forbrugerne får stadig kun produkter, som ser godt ud, og hvor indholdet ikke er i orden (f.eks. sukkerindholdet og modenhed).
- *Der er vel forskel på, hvilken vare der er tale om. F.eks. er det vel ikke et problem, at gulerødder er krumme?*
 - Nej, det har også noget med væskeindholdet at gøre. Det er igen et spørgsmål om økonomi. Kategori 2 varer koster 20-30% mindre end kategori 1. Som grossist skal Prima Frugt være helt sikker på at kunne afsætte varen, inden de tager dem ind, fordi indtjeningen er mindre.
 - Prima Frugt har 20-30 kunder, som de kan ringe til og høre, om de kan aftage deres varer, når der opstår noget uventet. Hvis Prima Frugt skal have kategori 2 varer i større stil, skal de have sikre aftaler om afsætning, da holdbarheden er lavere, og risikoen derfor er større.
 - Kategori 2 peber har f.eks. en holdbarhed på tre dage, når Prima Frugt modtager dem. Letfordærlige varer befinder sig ikke på lageret i mere end 6-8 timer, før det sendes videre til kunden. Derfor er det modtagerkøkkenet, der i sidste ende står med sorteper.
- Umiddelbart har Prima Frugt en interesse i, at lødigheden er høj, og at de kun leverer gode varer, så der ikke afstedkommer klager. Men de vil gerne være med til et projekt om kategori 2 varer.