



Ett 40-tal representanter för samebyarna deltog på projektseminarium i Storuman den 3-4 oktober. Intresset var stort för ett samisktägt marknads- och säljbolag.

Stort intresse för en ny aktör

Ett sameby- och renskötarägt marknads- och säljbolag håller på växa fram. Det finns ett stort intresse bland samebyarna men också en viss skepsis med tanke på tidigare samiska satsningar.

Samernas riksförbunds landsmöte i augusti 2005 gav projektet REN MAT i uppdrag att utarbeta och presentera en affärsplan för ett samiskt ägt marknads- och säljbolag.

Projektet har under hösten 2005 undersökt förutsättningarna för att framgångsrikt bedriva ett bolag vars affärsidé är att marknadsföra och sälja renkött från samebyarna i Sverige.

Resultatet av undersökningen visar att det finns utrymme och förutsättningar för en samisk bolagsbildning. Det behövs en samisk aktör på riksmarknaden som kan agera samlad och som en tydlig avsändare av renkött från samebyarna i Sverige. I dag saknas det.

Samtidigt som det finns uttalat behov och intresse så finns det också en viss skepsis till ett nytt samiskt försök med tanke på tidigare mindre lyckade samiska satsningar.

Projektet REN MAT har under arbetets gång identifierat ett antal nyckelfaktorer för ett framgångsrikt och lönsamt företag. Inriktningen skiljer sig från det som idag finns på marknaden och från alla tidigare samiska försök.

Bolaget skall inte äga och driva egna produktionsanläggningar.

Bindande marknads- kvalitetsanpassade leverensavtal med renägarna

- För att säkra tillgång på högkvalitativ råvara i tid och volym

Legoproduktionsavtal med producenter

- Professionella på styckning respektive förädling och som uppfyller bolagets kvalitets- och leverenskrav till lägsta marknadspris.

Kompetent/trovärdig ledning och styrelse

Marknadsföring/marknadsbearbetning skall vara innovativ och professionell

- Sker i första hand genom personlig försäljning, PR-insatser och riktade kundaktiviteter.
- Bolaget skall jobba på en nationell marknad men undersöka och på sikt agera på en exportmarknad

Bolaget ska skapa ett högt värde i det egna varumärket Renlycka®.

- Renlycka ska stå för samisk tradition, trovärdighet och kvalitet
- Bolaget har ensamrätt till varumärket

Bolaget ska ha ett modernt, marknadsanpassat och lönsamt sortiment

Bolaget ska arbeta aktivt med professionell kommunikation gentemot bolagets olika intressegrupper, främst leverantörer av renar och producenter.

Visionen är att bli den största återförsäljaren av renkött från samebyarna i Sverige. Genom professionell marknadsföring och produktutveckling skall efterfrågan på renköttet öka och priset långsiktigt hållas på en hög nivå vilket medför säkrare leveranser och ett stabilare avräkningspris till renägaren. Genom bolaget skall rennäringen ha en tydlig kanal till marknaden och känna att man har insyn och kan påverka renköttets värdekedja.

Mer information om REN MAT finns på projektets hemsida: www.renmat.se

FINANSIÄR

REN MAT finansieras med medel från Jordbruksverket. Etapp 1 är från april 2005 till och med mars 2006.

PROJEKTÄGARE

Samerna Riksförbund
Strogatan 28 c
903 21 Umeå
Tel: 090-14 11 80

info@sapmi.se

Christer bearbetar marknaden



Här är mannen som kränger renkött utan att ha några renprodukter att sälja.

Christer Fridberg är kontrakterad av projektet REN MAT för att bearbeta riksmarknaden. Det gäller främst restaurang och storhushåll.

Christer är ingen nybörjare. De senaste 20 åren har han jobbat som försäljningsdirektör hos Scan, som ägs av Sveriges bönder.

Christer Fridberg kom in i bilden i september 2004. Sedan blev det ett avbrott från och med januari till och med mars 2006 i väntan på att det nya projektet REN MAT skulle få klart med finansieringen.

Som ansvarig för projektets säljfunktion så jobbar han i huvudsak på riksnivå, men även med exportkontakter i mindre omfattning.

I det här fallet så handlar det inte om försäljning enligt regelboken eftersom projektet REN MAT inte har någon egen produktion och inte heller några egna produkter att sälja.

Det handlar mera om att bana väg för renköttet genom att skapa bredare kunskap om produkterna, öka efterfrågan, öka tillgängligheten och öka kännedom om producentföretagen.

- Vi har hittills hunnit med att ta kontakt med ett tjugotal rikstäckande och lokala restaurang- och storhushållsgrossister. Därutöver har vi bearbetat några enstaka fristående restauranger, större storhushållsgrossister samt skeppshandeln.

Enligt Christer så har samtliga tänkbara kunder visat ett stort intresse för projektets satsning på renkött från de svenska samebyarna.

- Vi har förmedlat kontakter och fått igång försäljning på Finlandsbåtarna. Därutöver har vi fått ett par nya restauranggrossister som kund och till och med en exportkund som vi förmedlat vidare till ett våra nätverksföretag.

Att agera på marknaden som företrädare för ett antal löst sammanknutna "nätverksföretag" är inte alldeles enkelt.

Det finns exempelvis ingen tydlig avsändare av den anledningen att nätverket inte är en juridisk person. De enskilda företagen har olika sortiment, olika förpackningsstorlekar, priser och villkor. Det här leder till att projektet och försäljningen via nätverket inte kan gå på full fart.

- Vi tvingas, i de flesta fall, till att enbart lyfta fram någon enskild produkt, säger Christer Fridberg.

...vi har alla förutsättningar att lyckas.

En sak är tydlig redan nu. De stora riksgrossisterna ser gärna en ny aktör på marknaden som samtidigt har rötterna i det samiska.

- Jag tycker att vi har alla förutsättningar att lyckas, om vi inte lovar för mycket, kan presentera ett bra koncept och framstår som trovärdiga, säger Christer.

Ny medarbetare

Rikard Doj, tidigare VD på Samiq Wild food i Hammerdal är en ny medarbetare i projektet REN MAT. Han har ett speciellt uppdrag att gå igenom logistik och produktionsökonomi i samband med det nya bolaget. Rikard kommer även att titta närmare på slakten, styckningen och försäljningen i Norra Norrbotten



Hemköp satsar stort



Hemköps annonskampanj i november hart satt fart på försäljningen av renkött, även i butiker som ligger söder om Mälardalen.



Axfoods butikskedja Hemköp har bestämt sig för att renkött ska bli en basprodukt i deras sortiment. Med en omfattande butikskampanj över hela landet har man lämnat tydliga avtryck.

Det var ingen liten satsning som Hemköp gjorde tillsammans med projektet REN MAT och Ammarnäsvilt i början på november. Hellsidesannonser i stora riks- och regionaltidningar lanserade renkött från samebyarna i Sverige, samtidigt som 170 hemköpsbutiker var välförsedda med allt från renstek till renskav.

Annonskampanjen var utformad som en "matmode" kampanj med samiskt tema och recept för tillagning. Hemköps kostnader kan vi bara gissa oss till. Men en bit över tre miljoner är inte att ta i underkant.

- Jag tror att kampanjen har varit betydelsefull för hela rennäringen och naturligtvis för Ammarnäsvilt och de enskilda fötetag som varit leverantörer, säger Lars Ove Jonsson, projektledare för projektet REN MAT

Åsa Jonsson, VD på Ammarnäsvilt AB, kan avläsa resultatet redan idag i såväl både inkommande beställningssamtal som försäljningsstatistik.

- Mer än 100 av dem 170 inblandade butikerna har gjort återköp. För att klara av det så har vi fördjupat samarbetet med andra producenter längs hela fjällkedjan, exempelvis Zäta Ren, renomera och Idre ren.

Kampanjen har också varit ett lyft för Hemköp och dess ägare Axfood.

- Det bästa som hänt är att vi fått fart på efterfrågan söder om mälardalen. Det är inte ofta butiker ringer tillbaka och säger att det var bra. Den här gången har det varit ett otroligt positivt gensvar, säger Patrik Kunst, ansvarig för svenska köttleverantörer hos Axfood.

Zäta Ren tar nya tag

Zäta Ren AB i Hammerdal siktar högre och räknar med att köpa in uppemot 5 000 renar under innevarande säsong.

- I år handlar det om att rida ut stormen och överleva, säger företagets arbetande styrelseordförande Mariann Persson.

Företaget ägs av samebyarna Jiingevaerie, Jovnevaerieoch Njaarke och privata renägare i de här byarna. Inköpen är lokalt inriktade, till ägarkretsen.

- Det känns positivt just nu. Samarbetet med Servicegruppen är ett lyft. Vi startade slakten tidigt i år, redan i oktober, för att få fram ren till produktion. Vårt mål är att snabbt komma upp i en produktionsvolym på minst 6000 renar. Det är det som behövs för att vi ska få en bra lönsamhet.

Högre pris och ökad volym

Det pekar uppåt. Efterfrågan på renkött har stigit kraftigt och både priser och volymer kommer att ligga högt över fjolårets bottennoteringar.

Om man utgår ifrån producenternas egna beräkningar och budgeteringar så kommer det att handlas in mellan 60 000 - 65 000 renar. Det kan bli ännu mera om företagets mest optimistiska beräkningar slår in. Siffran för i fjol var dryga 53 000 renar.

Samtidigt som volymen ökar så stiger också priset. Polarica som är marknadsledande har signalerat att de höjt avräkningspriset till renägarna med 37 %. Därmed så ligger det svenska priset i nivå med det som betalas i Finland. Prisökningen är ett naturligt resultat av den ökade konkurrensen mellan producenterna.

Hänt sedan sist i projektet

Det är många saker som ska falla på plats innan projektiden går ut. Under hösten har vi slitit med både bolagsbildning och varumärke.

Det stora jobbet har varit att analysera försättningsarna för ett samiskt marknads- och säljbolag och utarbeta en affärsplan. Vi har också lagt ner tid och arbet på att förfina varumärket Renlycka och ta fram en varumärkesmanual.

Därutöver har vi medverkat i olika arrangemang:

Restaurang- och storhushållsmässan i Sollentuna 20-22 september

I slutet av september medverkade vi vid storhushåll och restaurangmässan i Sollentuna. Projektet hade en egen monter där vi exponerade förädlingsproducenterna och varumärket. För att väcka så stor uppmärksamhet som möjligt hade vi byggt upp en mindre kåta och klätt en bardisk med renskinn.

Vi deltog med renkött även i en monter som Slow Food förfogade över.

Vi fick en del intressanta kontakter bland de största restaurang- och storhushållsgrossiterna. Vi fick även uppmärksamhet av olika mediaföretag. Tidningen Restauratören, som går ut till nästan samtliga restauranger i Sverige, har skrivit en artikel om satsningen på varumärket Renlycka.

Tillsammans med Slow Food har vi medverkat och hållit föredrag om rennäringen och renkött vid följande arrangemang:

European Conference on Local and Regional Food i Lerum den 27-28 september

Ett internationellt seminarium som vände sig till nationella och internationella institutioner och "kommuner" som arbetar med småskaligt livsmedelstillverkning. Vid seminariet deltog Jordbruksministern och ett par EU-parlamentariker.

Matmaffian

Matmaffian består av ett fyrtiotal journalister med mat som specialitet. Vi presenterade presidiprojektet Suovas. Detta har resulterat i ett antal artiklar i olika tidningar, bland annat kommer en artikel i Vin och sprits gratistidning som finns i samtliga systembolag.

Saerimnermässan 28-30 oktober

Saerimner är en matmässa som arrangeras av Eldrimner som har ett nationellt uppdrag av regeringen att tillgodose den småskaliga livsmedelstillverkningen i Sverige. Vi presenterade både Presidia projektet om Suvas och projektet Ren Mat. Även vid denna mässa deltog Jordbruksministern.

Bolagsbildning

Projektet REN MAT kommer att presentera ett affärsprospekt, för samebyarna och andra intressenter i januari och februari 2006.

FORTSÄTTNING

Det ser ljus ut för en fortsatt finansiering av projektet Ren Mat.

Jordbruksverket är intresserad och de signaler vi har idag talar för en ny projektperiod.

Smått och gott från renköttbranchen



Tidigare Arvidsjaur Slakt AB har bytt namn till "renomera". Företaget har också en ny VD sedan våren 2005. Han heter Isak Lindqvist.

Renomera ägs av fyra skogssamebyar i Arvidsjaur och var ifjol Sveriges näst största uppköpare av ren, med sina 9812 renar. Företagets nya adress på internet är: www.renomera.se

PRIVATEXPORT TILL FINLAND

Det finns ett intresse bland renägare i Norrbotten att exportera levande ren till finska uppköpare. Det sammanhänger med ett pris i Finland är något högre. Export till Finland har nu underlättats efter besked från livsmedelsverket att det inte behöver tas några blodprov på svenska renar.

Samtidigt med det här visade intresset från renägare i östra Norrbotten har bland annat Polarica meddelat att de höjer sina inköpspriser till samma nivå som de finska priserna.

SLOW FOOD

Med Slow Food upptäcker vi det lokala kökets dofter och rikedomar. Suovas är Slow Foods första presidiprojekt i Sverige.

Slowfood är vår samarbetspartner. Besök deras hemsida: www.slowfood.se

Projektets styrgrupp

Hans Göran Partapuolio
Per Ola Utsi
Anders Ruth
Marita Stinnerbom
Anneli Jonsson

Produktion:

ng.labba medieproduktion
nils.gustav@labba.se

Nyhetsblad nr 2



Lars Ove Jonsson är projektledare på halvtid.

Kontaktinformation

Projektledare:	Lars Ove Jonsson
tel:	070 - 673 87 88
e-post:	lars-ove@renmat.se
Försäljare:	Christer Fridberg
tel:	070 - 370 24 20
e-post:	christer.fridberg@renmat.se
Styrgruppens ordf.	Malin Brännström
tel:	090 - 14 11 80