

# LIVSMEDEL i FOKUS



NUMMER 2 2020  
livsmedelifokus.se  
Nätverket för dig i  
livsmedelsbranschen



**KRÖNIKA:**  
**EDWARD BOETHIUS**  
"KRISEN GÖR OSS  
MEDVETNA OM VÅR  
SÅRBARHET"

Landsbygdsministern  
om att vara med och  
leda landet i kris

+  
**6**

miljoner ägg går åt  
om dagen i Sverige

12 sidor  
**Tema smak**  
**Vägra**  
**kompromissa**  
**med sinnena**

# Grönt ljus

Respekt för råvaran är nyckeln  
till både hållbarhet och bättre  
matvanor, enligt Sydgrönts vd  
Sara Berger.

BRANSCHNYHETER / REPORTAGE / MÄSSOR / SEMINARIER / FORSKNING / INTERVJUER

En driven världsförbättrare som uppskattar det enkla och utmanas av det svåra. Som vd för Sydgrönt är Sara Berger spindeln i nätet för en i dubbel bemärkelse jordnära verksamhet.  
– Jag drivs av att påverka och göra skillnad, säger hon.

Text: Agneta Renmark

# Hon vill höja grönsakernas status

**T**rots den polariserade tid vi lever i är det i alla fall en sak som vi alla kan vara överens om: Det är bra att äta frukt och grönsaker.

Vilket i sin tur borde innebära öppet mål för ett företag som Sydgrönt – Sveriges största leverantör av svenskproducerade grönsaker.

– Vår utmaning handlar mer om ”hur”. Hur vi ska göra för att få in grönsaker oftare och mer naturligt i alla måltider och sammanhang, och hur ska vi få svenska folket att förstå värdet av grön primärproduktion, säger Sara Berger, vd för Sydgrönt, en producentorganisation som ligger i Helsingborg och som ägs av drygt 80 sydsvenska odlare.

Här finns kontor, lager och egen logistik; verksamheten omsätter drygt 1,5 miljarder kronor per år.

– Vi är ett familjärt bolag med en platt och dynamisk organisation som alltid är nära odlingen. Vår filosofi är att alla är lika mycket värda och att varje person bidrar. Det gör att man inte känner av den där storleken.

**Sara Berger** är civilekonom i botten och har arbetat med livsmedel under hela sitt yrkesliv. När hon tillträdde som vd för Sydgrönt för två och ett halvt år sedan hade hon nio år på ledande befattningar inom Findus bakom sig.

– Jag vill att det jag gör ska spela roll för människors liv. Och mat engagerar, alla människor är beroende av och har en relation till mat. Mat är också kittet i alla sociala sammanhang.

Under hennes tid som vd har Sydgrönt blivit mer synligt och tagit plats i mediaflödet. Inte minst genom att man investerat i en ny fabrik med rotsakstväveri, rödbetskokeri och flera klimatstyrda långtidslager på Foodhills i Bjuv.

– Förädling och lagring är nyckeln för att öka andelen svenskt – att vi kan erbjuda det under en större del av året.

**Att innovera mera** är en annan nyckel för att lyfta den svenska grönsakskonsumtionen. Sara Berger tror på ”färre men värre”. Alltså att satsa på några få innovationer som verkligen får genomslag.

Hon förklarar att innovation dels kan vara nya tekniker för att underlätta produktionen eller få fram tidigare skördar. Det kan även vara att hitta nya användningsområden för det gröna, som färdighackade rotsaker som grytbas.

– Men innovation är även att få fram en mindre blekselleri. Eller att börja odla pak choi, en krispig kålsort som får en helt annan spänst när den är närodlat i stället för importerad från andra sidan jordklotet.

**På Sydgrönt arbetar** man mycket med nästa generations grönsaksätare, att få dem att gilla och äta mer grönt. Bland annat via Grönsaks målet, en tävling för alla femteklassare som är kopplad till läroplanen och som lockar tusentals deltagare att driva upp gurkplantor och hitta på nytänkande grönsaksrätter.  
– Jag tycker att det är ett misslyckande för både livsmedelsbranschen och Sverige som land, att var du växer upp och hur du har det socioekonomiskt styr hur mycket grönsaker och socker du får i dig.





**SARA BERGER**

**Ålder:** 42 år.

**Bor:** Hus i Viken på Kullahalvön.

**Familj:** Man och två söner, 8 och 12 år.

**Gör:** Vd på Sydgrönt sedan oktober 2017.

**Bakgrund:** Civilekonom vid Lunds universitet och har en master i ekonomi efter universitetsstudier i Washington. Inledde yrkeskarriären på Reitan Convenience följt av Unilever och Leaf (som i dag är en del av Cloetta) och därefter nio år på Findus i företagsledande positioner inom marknad och försäljning och i ledningsgruppen.

**Fritid:** Spenderas med familjen, vilket innebär en hel del skjutsande till och från sportaktiviteter och att bemanna kiosker under tävlingar. Självt håller hon gärna igång genom att spela padel med sin man.

**Med tre ord:** Driven, nytänkande och positiv. "Jag är bra på att se vart vinden blåser men måste ofta bromsa mig själv för att hinna få alla med på tåget."

**Gör mig arg:** "Jag blir frustrerad över att vi inte lyckas kraftsamla bakom en ny och hållbar riktning för världen. Det krävs politiskt mod och vilja men blir inte lättare ju längre vi väntar - tvärtom."

**Får mig att skratta:** Att umgås med vänner och att lyckas fånga de där små och oplanerade stunderna.

**Matfilosofi:** Att inte konstra till det. "Jag lagar mycket vegetariskt och har snöat in på det här med textur - munnkänslan är viktig för helheten i måltidsupplevelsen. Sedan betyder ju tiden, sällskapet och miljön runt omkring mycket också."

Sara Berger är mån om att lyfta fram den svenska primärproduktionens mervärden. "Vi har fantastiskt fina produkter med ytterst små eller inga rester alls av kemiska växtskyddsmedel – och vår produktion har väldigt låg klimatpåverkan jämfört med andra länder", säger hon.

#### **Hur ska man förändra det då?**

– Genom att tillgängliggöra grönsaker och öka bekvämlighetsgraden. Det handlar om placeringen i butiken, om mindre och mer användarvänliga förpackningar och om att utveckla produkter som passar bra att ta med i farten, säger Sara Berger, som verkas drivas av den där "passionen" som alla vill åt.

Hon bottnar i det hon säger, och speglar en genuin stolthet för producenterna och deras arbete när hon gång på gång återkommer till "vikten av att komma bort från pridfokus och börja tala mervärden i stället".

– Svensk primärproduktion håller världsklass. Vi har fantastiskt fina produkter med ytterst små eller inga rester alls av kemiska växtskyddsmedel – och vår produktion har väldigt låg klimatpåverkan jämfört med andra länder.

Samtidigt märker hon tydligt att respekten för råvaran och förståelsen för producentens villkor blivit mindre. Och tror att demografin är en del av problemet.

– Allt fler människor bor i storstäder och saknar naturlig koppling



**Vi har kommit för långt  
bort från bonden.**

till matproduktionen. Vi har kommit för långt bort från bonden.

#### **Hur återfår vi den där respekten?**

– Det är ett stort och kommunikativt arbete där alla i hela värdekedjan måste hjälpa till. Mat är för billigt i dag. Odling är ingen fabrik och vi är extremt väderberoende. Och med klimatförändringarna blir det inte direkt lättare att odla i framtiden. Tänk dig själv att vara odlare och aldrig kunna veta hur skörden kommer att bli, att ha den isen i magen. Jag har otroligt stor respekt för alla dem som lever under de förhållandena.

**På Sydgrönt jobbar** man stenhårt med sociala medier som Facebook, Instagram och Youtube för att göra länken till både kunderna och



FOTO: IDA LINDQVIST

konsumenterna kortare. "Att kommunicera från hjärta till hjärna" som Sara Berger uttrycker det.

Här får man hänga med ut till gårdar och växthus, se vad som händer under hela odlingsåret och lära känna människorna bakom produkterna. Man får även lära sig saker som exempelvis hur gurkplantor viras upp på snören eller hur tjäle i marken påverkar plantering av romansallat.

- Det är viktigt att få med känslan och visa upp saker och ting precis som de är. Vår marknadsassistent här på kontoret, Ida Lindqvist, är även utbildad fotograf vilket är en fantastisk tillgång.

Sydgrönt är också förmodligen det enda företaget i Sverige som valt att presentera sin hållbarhetsrapport i form av korta filmer på Youtube, utöver en lättbläddrad men informativ folder.

- Vi får mycket beröm för att vi lyckas göra vårt hållbarhetsarbete enkelt, tydligt och konkret. Vi klär inte våra nyckeltal i tjugiga namn utan förklarar vad det är vi faktiskt jobbar med, hur våra prioriteringar ser ut och berättar även om det som inte är perfekt.

Hållbarhet är viktigt och mentaliteten är att hela tiden göra saker och ting lite bättre än i går - inte bara till år 2030.

- Vi har ingen anställd hållbarhetsexpert, alla inom Sydgrönt arbetar med hållbarhet och äger sin del av frågan. Riktigt hållbarhetsarbete handlar om attityd och det arbetet slutar aldrig.

Att tala om hållbarhet innebär även att tala om matsvinn. "Ett resursslöseri som vi inte har råd med", enligt Sara Berger.

För Sydgrönts del handlar det framförallt om att se till att ta vara på hela skörden, även det som har vissa skavanker.

- En del säljer vi även till livsmedelsindustri och juiceföretag, ibland till och med som djurfoder. Det krävs viss kreativitet för att hitta avsättning till allt från färska primörer till överstora, träiga rödbetor.

Sara Berger tror även på samarbete genom hela värdekedjan, och att göra det enkelt och bekvämt för konsumenterna. Att skapa förutsättningar för minskat matsvinn genom att bjuda på kunskap, tips och inspiration. Varför är det bra att gurkan är plastad? Och hur får man nytt liv i ett salladshuvud som slokat?

- I mitt eget kylskåp är målet att inte slänga en enda grönsak. Mitt bästa tips? Det är nog att göra en smoothie!

Sydgrönts vd växte passande nog upp mitt i myllan på Kullahalvön i Skåne på en bondgård med grisar och spannmål. "Som Bullerbyn fast på 80-talet", något som präglat henne starkt.

- Hos oss var det inte konstigt att ha kotunga i kylskåpet. Ska man ta ett djurs liv så ska man också se till att äta allt.

Respekt igen alltså. Ett ord som hela tiden återkommer under intervjun.

**När vi träffas** i Helsingborg i början av mars talar vi knappt om corona. En månad senare, när denna tidning ska skickas till tryck, kretsar nästan allt kring viruset och dess effekter. Så jag slår en signal till Helsingborg för att stämman av läget.

- Våra odlare är så klart oroliga över hur det kommer att påverka produktionen. Det är ett väldigt manuellt skördearbete och i dag är många odlare beroende av en stor andel säsongsarbetskraft från andra länder, förklarar Sara Berger.

Skördetiden drar igång redan i maj, med sallad som odlats på fri-land, och fortsätter sedan med bland annat jordgubbar i juni - något som är väldigt arbetsintensivt.

- Vår bransch har länge haft svårt att attrahera arbetskraft och nu ställs det verkligen på sin spets när utländsk arbetskraft hindras från att komma hit. Bristen på arbetskraft är - även normalt sett - det som hämmar branschens utveckling mest.

På Sydgrönt jobbar man just nu på många fronter: annonserar, har dialog med bemanningsföretag och är med och lyfter LRF:s satsning Gröna jobb.

- Det handlar ju inte bara om odlingsföretagen utan om att säkra den svenska matproduktionen. Den här krisen aktualiserar verkligen frågan om svensk självförsäljningsgrad. På 90-talet var den 75 procent men i dag ligger den på bara 50.

#### **Varför är det så svårt att locka arbetskraft?**

- Det undrar jag också. Man får massor av frisk luft och rör på sig hela dagen, man jobbar med något som verkligen är livsviktigt och kommer hem från jobbet stärkt till både kropp och själ. Men för många är det tuftt - svenska ungdomar som vi ibland försöker rekrytera kan ge upp redan efter första dagen.

#### **Det är kanske dags att införa allmän grönsaksplikt för alla medborgare?**

- Haha, ja, det är ingen dum idé! Då skulle vi lösa både bemanningen och få tillbaka närheten och respekten för råvaran. Och minska matsvinnet. Om alla inser vad som krävs för att fram en råvara hela vägen från frö till skörd så kommer vi inte att slänga var tredje matkasse.

