



Maria Lundmark, Product Developer Cold Cuts

2024-11-12 08:00 CET

Hur skapar vi klimatsmarta pålägg?

Maria Lundmark är produktutvecklare på Atria inom kategorin pålägg. Men vad har hänt de senaste åren inom kategorin och hur ska vi jobba för ett mer hållbart produktutbud? Maria berättar om framgångarna, utmaningarna och förhoppningarna:

Klimatet är för mig en hjärtefråga, jag har inte kört bensin- eller diesebil på över tio år, har solceller på taket och ja, försöker göra så bra val som möjligt för klimatet. Då kan man kanske tänka; vad sjutton gör hon på ett charkföretag? Men jag ser det som en möjlighet att påverka och vi har flera produkter jag är stolt över att vi tagit fram.

Vad är hållbar produktutveckling?

Enligt mig är hållbar produktutveckling, den utveckling som får våra konsumenter att välja ett mer hållbart alternativ. Men det gäller att konsumenten också är villig att göra det valet och är mottaglig för produkten. Det spelar ingen roll om vi sätter en vegetarisk produkt på marknaden om konsumenten inte vill ha den. Pris och smak är fortfarande det som driver till köp snarare än produktens klimatbelastning, därför måste vi lansera produkter som checkar varje box. Dessutom måste konsumenten känna igen användningsområdet för produkten, vi skulle kunna lansera en hur god och klimatsmart produkt som helst men vet konsumenten inte om hur hen ska använda den är det rätt så lönlöst – så här gäller det att göra smarta lanseringar och jobba tätt ihop med marknadsavdelningen.

Att sätta kycklingchark på kartan

När jag började på Atria för cirka 8 år sedan hade vi en målsättning att lansera ett gäng vegetariska produkter på marknaden under ett nytt vegetariskt varumärke – men tiden talade emot oss. Vegotrenden slog aldrig riktigt som vi hade förutspått där och då. I stället valde vi därför att satsa på kyckling.

Idag har vi flera kycklingchark-produkter på marknaden, till exempel vårt Kycklingbacon och vår Extrarökt kyckling från Lönneberga som är minst lika bra som fläskvarianterna, och dessutom har ett lägre klimatavtryck. För att ge ett konkret exempel kan vi kika på vår Basturökta skinka och jämföra med vår Extrarökt kyckling, skinkan har en klimatbelastning på totalt 4,32 CO₂E (koldioxidequivallenter) per kilo, medan kycklingen ligger på totalt 2,52 CO₂E. Så bara genom att välja kycklingchark så minskar konsumenten sitt avtryck, utan att behöva tumma på kvalitet eller smak.

Förpackningen då?

Idag står just förpackningsfrågan högt upp på agendan och vi behöver snabbt ställa om för att minska vår plastanvändning. Självklart är vi med på den resan och har bland annat övergått till 50% bioplast i våra plånboksförpackningar. Genom att vi kontrakterar och betalar för en viss mängd bioplast varje år bidrar Atria till ett incitament att fortsätta satsa på biomassa. Något som också är värt att nämna är att vår steklinje i Sköllersta går på biogas, och vid stekningen av bacon får vi fett som restprodukt, det här fettet används sedan till att bli biogas – så här har vi uppnått ett cirkulärt kretslopp.

Men hur stor klimatbelastning har vår plånboksförpackning jämfört med pålägget i förpackningen? Extrarökt Kyckling har alltså ett totalt avtryck på 2,52 CO2E per kilo, av det står receptet för 2,21 ekvivalenter, medan förpackningen i sig står för 0,21 ekvivalenter. Det är alltså en rätt så liten andel jämfört med innehållet. Jag säger inte att förpackningsfokus just nu inte är viktigt, men vi får inte glömma att det som gör störst skillnad är vad vi väljer att stoppa i oss. Jag är stolt att vi med Lönneberga satte kvalitativ kycklingchark på marknaden och hoppas att vi framåt kan se ett ökat intresse för kyckling, hybrid och vegoprodukter inom påläggskategorin, och att vi bidrar till den utvecklingen.

Atria Sweden är ett av norra Europas ledande matföretag med välkända varumärken som Lönneberga, Sibylla, Ridderheims, Lithells och Gooh!. Vi tror på "Good food - better mood". För oss innefattar detta hela livsmedelskedjan – från primärproduktion till konsumentens bord. Atria Sweden har ca 870 medarbetare, sex produktionsanläggningar och en omsättning på ca 4 Mrd SEK. Företaget ingår i den börsnoterade finska koncernen Atria Group med 3 700 anställda och en omsättning på ca 19 Mrd SEK.

Kontaktpersoner



Malin Westling

Presskontakt

Communications Manager

Atria Sweden

malin.westling@atria.com

+46 (0)73 332 31 26

+46 (0)10 482 30 20