

## Mat, pris och mervärden

KSLA den 13 februari 2014, Jordbruksavdelningen

## Medveten marknadsföring

Mer (-)värden i mat

Cecilia Mark-Herbert

cecilia.mark-herbert@slu.se

Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se

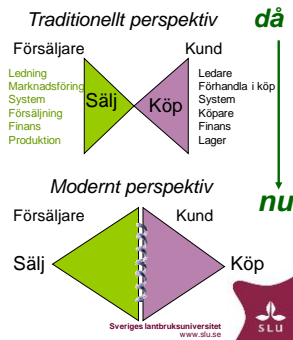


Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se



## Marknadsföring ...

- **Relationsmarknadsföring**
- **Utgångspunkt i en värdekedja**
- **Pris – kunders behov och betalningsvilja + förmåga**



## Ett koncept i en värld full av alternativ...

### Ska vi ta en fika?

1986: Bryggkaffe eller kokkaffe

2006: Espresso, Cafe Latte, Con Panna, Ice Coffee, Cappuccino, Macchiato, Ice Frappe ...



KAFFE	
Wayne's Coffee	20/23:-
Ristretto	15:-
Espresso	15/20:-
Espresso med lime	16/22:-
Caffe Crema	28:-
Caffe Latte	25/32:-
Cappuccino	25:-
Macchiato	28:-
Latte Macchiato	30:-
Caffe Mocca	34:-
Ice Latte	34:-
Ice Frappe	34:-

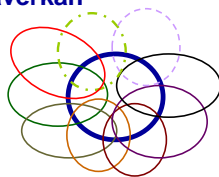


Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se



## Grunder för att skapa mervärde

- **Pris, plats, produkt, påverkan \***
- **Produktionsmetod**
- **Förädlingsgrad**
- **Marknadsföringskanal**
- **Politik**
- **Etiska värden (t.ex. sociala)**
- **Estetiska värden**
- **Hälsomervärden**
- ...



\* McCarthy, E. Jerome, 1960. *Basic Marketing*, Homewood, IL, Irwin



## Marknadsföringsmixen (4 P)

utgör en grund för värdeskapande

**Produkt** t.ex. fysiska egenskaper, servicetillägg

**Pris** t.ex. prisnivå och betalningsvillkor

**Plats** t.ex. informations och försäljningskanal (torget, dagligvaruhandel, restaurang...)

**Påverkan** t.ex. reklam och annonser i tidningar, ambassadörer, social media...

Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se



## Mervärde – produktionsmetod

Primärproduktionsled:

Konventionell odling

Ekologisk odling

Biodynamisk odling

...

Konventionell slakt

Kosher-slakt

Halal-slakt



Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se



## Mervärde – förädlingsgrad



Bär, sylt, tårta

Kött, pre-mix, färdigmat

Mjöl, bake-off, bröd



Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se



## Mervärde – marknadsföringskanal / service

De fyra årstiderna

Den gröna lådan

Frukt och grönt – leverans till dörren...

Beställningar och information på nätet...

Matkassekonceptet växer

(Linus, Emmas, ICA, Coop...)



Årstidernas syftesbrev vecka 22

utsläppsvärde: 0,10 kg CO<sub>2</sub>-ekvivalenter / kg råvara

www.slu.se

Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se



## Mervärde – politik & kultur

- Politik: Lokal produktion landsbygdsutveckling
- Biodiversitet
- Konsumtionsmål i Agenda 21
- Privata och offentliga / marknader
- lokala och regionala värden



Norrländskt utmärket



## Mervärde – estetiska värden

Mat – en njutning för öga, näsa och gom



Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se



## Mervärde - hälsa

**Storskaligt :**  
Näringsmässiga (hälsa)-problem är en "möjlighet"  
Laktosfria produkter

**Småskaligt :**  
Produkter med naturliga hälsomervärden  
Älgörtsdricka  
(baserat på Älggräs = Meadow sweet)  
Tranbärsjuice med Stevia



## Mervärde – etiska värden

Etiska dimensioner  
sociala aspekter t.ex.

Eco-labels & ethical sourcing  
(spårbarhet ... 3 exempel)

Några av dagligvaruhandelns val:

- portfolio management
- ethical sourcing  
(sälja/ ej + konsumentutbildning)

...



Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se



## Spårbarhet



1 2 3 4 5 6

**ICA**

**Spårbart från odlare till kopp**

Välkommen till denna UTZ CERTIFIED webbplats. Här kan du få information om varifrån just ditt ICA kaffe kommer. Uppgett kaffe är god!

UTZ CERTIFIED är en globalt erkänt certifieringsprogram. Tillika har vi ett kvalitetsprogram som hjälper oss UTZ CERTIFIED att vara världens bästa kaffe odlare och att förbättra arbetssättet för odlare som har certifierats av UTZ CERTIFIED för hand om de lokala samhällena och miljöerna.

Välkomna till denna UTZ CERTIFIED webbplats. Här kan du få information om varifrån just ditt ICA kaffe kommer. Uppgett kaffe är god!

Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se

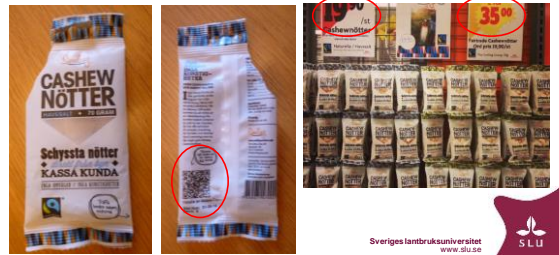
## Spårbarhet

Bonde på köpet  
Svensk-tillverkat/ ej  
(bar code)



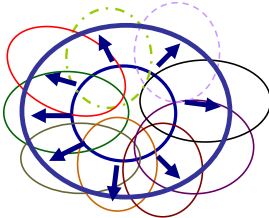
## Spårbarhet

QR-kod som läses av mobiltelefon – ger en äkta  
track-and trace (datum, batch och exakt information  
om tillverkaren)



## Σ Mervärdesgrunder

- Pris, plats, produkt, påverkan
- Produktionsmetod
- Förädlingsgrad
- Marknadsföringskanal
- Politik
- Etiska värden (t.ex. sociala)
- Estetiska värden
- Hälsomervärden
- ....

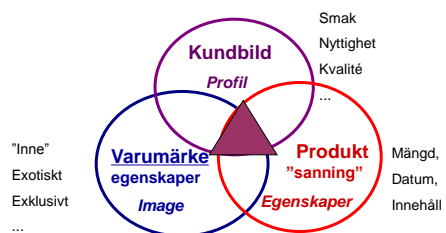


en större mervärdespotential

Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se



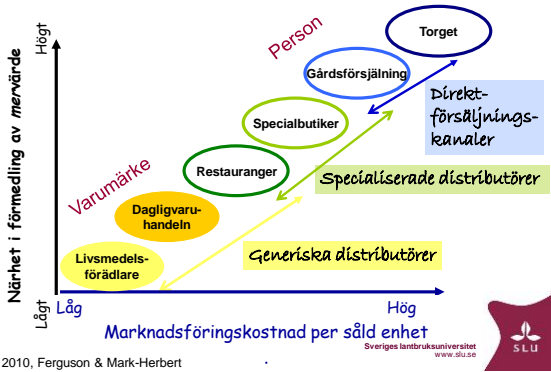
## Kunden - grunden för mer värde



Pringle, H & Thompson, M 1999, *Brand spirit – how cause related marketing builds brands*. John Wiley & Sons, Chichester.

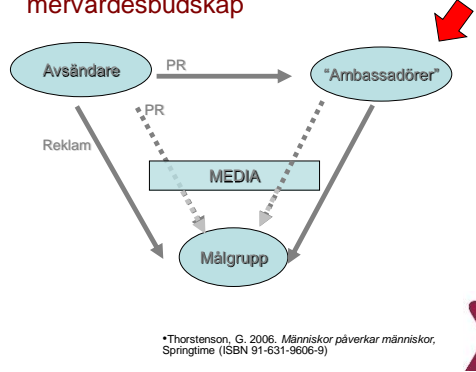


## Bärare av mervärden

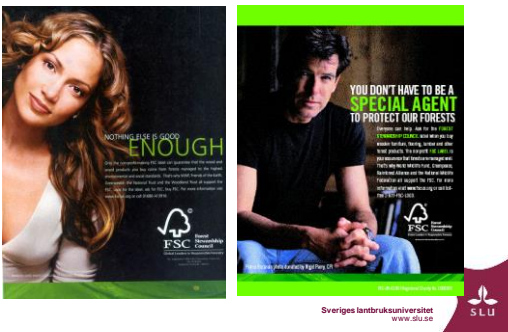


2010, Ferguson & Mark-Herbert

## Fokus på ambassadörer- bärare av mervärdesbudskap



## Ambassadörer FSC



## Media – ett filter och en förstärkare

Bärare av budskap...  
Varje tidning  
med självaktning...  
& inspirerande böcker



## Frågor för fortsatt forskning

- **Mervärdesmedvetenhet.** Vad värderas av kunden? Hur ser kundprofiler ut (demografi, livsstilskartläggning)?
- **Kanal för information och försäljning.** Dagligvaruhandeln har en position där de kan göra mervärdesrelaterade VAL – sälja/ej produkt och kanske än mer genom EVM (Egna Varumärken/ EMV). Vad är planerna här?
- **Och – förhoppningar om att alla parter i livsmedelsvärdekedjan vill bidra i fortsatt forskning på området.**

**TACK för Din uppmärksamhet!**



## Inspirationsläsning - Studentarbeten

- Carolin Fransson  
Framgångsfaktorer för svensk livsmedelsexport – tre fallstudier  
<http://ex-epsilon.slu.se/archive/00000761/>
  - Julia Rotter, Julia Patrizia & Özbek, Nurgül  
Private-Public Partnerships (PPP) : collaborating for a sustainable business in Sweden. (<http://stud.epsilon.slu.se/1715/>)
  - Fennia Carlander & Karin Lothigus  
Fruits of knowledge : a case study of marketing strategies for small-scale mango farmers in the Nyanza Province, Kenya  
<http://stud.epsilon.slu.se/2880/>
  - Elin Jansson  
Uppförandekoder inom livsmedelsindustrin- En fallstudie  
<http://stud.epsilon.slu.se/3683/>
  - Louise Valentin  
Challenges and opportunities in Swedish Apiculture  
<http://stud.epsilon.slu.se/6181/>
  - Maryam Addoost  
Communication of CSR activities  
<http://stud.epsilon.slu.se/5119/>
  - Claes Hedström  
Mind the Gap - Corporate External Communication in Swedish Food Retail  
<http://uu.diva-portal.org/smash/record.jsf?pid=diva2:655442>
- Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se

Feature

2004/2005 KSLA- book, "Mat för Livet 2025"

[http://www.ksla.se/sv/retrieve\\_file.asp?n=592](http://www.ksla.se/sv/retrieve_file.asp?n=592)

2010 Mark-Herbert, C. Rotter, J. Pakersht, A. **A triple bottom line to ensure Corporate Responsibility ... in Timeless Cityland** Per Berg (editor) SLU (<http://cemusstudent.se/wp-content/uploads/2012/11/Corporate-perspectives-on-CR-Timeless-Cityland-with-reference-2011+.pdf>)

Färska akademiska artiklar om mat och dagligvaruhandelns CSR-arbete

Rotter, J., Özbek, N. and Mark-Herbert, C. **2012** Private-Public Partnerships: Corporate responsibility strategy in food retail' *International Journal of Business Excellence*. 5: 1-2, 5-20.

Rotter, J., Özbek, N. and Mark-Herbert, C. **2012** Exploring corporate social responsibility in food retail category management' *Social business*,2:3, 223-241.

Kao, P., Redekop, W. & Mark-Herbert, C. **2012** Sustainable supply chain management - the influence of local stakeholders expectations in China's agri-food industry *Journal on Chain and Network Science* 12:3, 273-290.

Rotter, J. Airike, P.-E. & Mark-Herbert, C. **(2013)** Exploring Political Corporate Social Responsibility in Global Supply Chains, *Journal of Business Ethics*, (accepted, in print).

Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se



## Mat, pris och mervärden

KSLA den 13 februari 2014, Jordbruksavdelningen

# Hjärtligt TACK!

Sveriges lantbruksuniversitet  
www.slu.se

