



Startguide för restauranger: Sälja till butik

Denna guide är avsett för att hjälpa restauranger komma igång med att utvärdera sina möjligheter och planera för att sälja mat till butik. Texten och tipsen är inte heltäckande, utan är till för att hjälpa en bit på vägen. Livsmedelsakademin tar inget ansvar för de produkter som säljs.

Du som hanterar livsmedel är ytterst ansvarig för din egen produktion, och ska alltid utgå från de lagar och regler som gäller i din verksamhet. Är du osäker på vad som gäller - kontakta miljö- och hälsa i din kommun, eller Livsmedelsverket.

Innehåll

| | |
|--------------------------------------|------------------------------------|
| Startguide för restauranger:..... | 1 |
| Sälja till butik..... | 1 |
| Tillstånd och lokal..... | 2 |
| Begränsningar..... | 2 |
| Personal..... | Fel! Bokmärket är inte definierat. |
| Tillagning..... | Fel! Bokmärket är inte definierat. |
| Unicitet med lokalt..... | 3 |
| Praktiskt..... | 2 |
| Nedkylning..... | 3 |
| Förpackning..... | 3 |
| Transport..... | 4 |
| Prissättning..... | 4 |
| Skyltning och marknadsföring..... | 4 |
| Långsiktighet i samarbetet..... | 5 |
| Inspireras av andras samarbeten..... | 5 |

Tillstånd och lokal

Innan ni börjar leverera mat till butik ska ni kontakta er handläggare på miljö- och hälsa för att meddela detta. Som vid all annan livsmedelshantering - lokalen behöver vara godkänd för den hantering som sker där.

- Om ni börjar med tillagning av kyld mat eller annat förädlad och förpackat - behöver ni se över ert EKP?

Begränsningar

Om man ska få sälja via butik måste man också själv sälja direkt till konsument.

Med godkännande på kommunnivå får man sälja max 500 kg mat (om det innehåller animaliska ingredienser) per vecka.

Man får endast sälja till företag som ligger i samma eller angränsande kommun.

Går man över den gränsen (mängd eller geografiskt) behöver man registrera sig som livsmedelsanläggning där Livsmedelsverket tar över kontroll av verksamheten.

Informationen ovan kommer från Ystad-Österlenregionens miljöförbund.

Information hos Livsmedelsverket

<https://www.livsmedelsverket.se/produktion-handel--kontroll/lokaler-hantering-och-hygien>

Vad kan ni erbjuda till försäljning?

När ni funderar på vad ni kan erbjuda - tänk på vad era gäster uppskattar hos er! Har gästerna några favoriter bland enskilda maträtter, någon speciell sås eller del av en maträtt eller förädlad som kan säljas enskilt?

- Lunchlådor - med eller utan sallad och dessert?
- Er godaste sås eller röra som kommer med i extra stor förpackning?
- Era speciella stekta sillar säljs i 2-pack tillsammans med ett recept på hur kunden själv kan tillaga restaurangens klassiker hemma?
- Kan ni göra några paketerbjudande tillsammans med butiken?
- Kan ni göra paketerbjudande med en kasse tillsammans med någon/några av era leverantörer, där lunchlåda/middagslåda kompletteras med fler varor eller dryck?
- Matkasse med flera luncher som beställs i förväg, hos er eller i butiken. Hämtas i butik.
- Matkasse med lyxigare framtoning som beställs i förväg: 2- eller 3-rätters till helgen. Kunden gör enklare tillagning eller värmer. Kan ni erbjuda tips på matchning med dryck med eller utan alkohol? Det finns många lokala bryggerier, musterier, vingårdar och andra dryckesproducenter.

Inspiration:

<http://kgrand.se/catering.html>

<http://www.redimat.se/takeaway/>

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=1777276205651945&id=235920449787536

Praktiskt

- När ska tillagning av produkterna ske – samtidigt, innan eller efter annan verksamhet?
- Hur långt i förväg kan ni bestämma vad ni lagar - kan ni skicka en veckans matsedel till butiken så kunderna i butiken vet det redan i förväg?
- Vilka mängder kan ni tillaga per dag? Per vecka?
- Om ni permitterat - Hur många timmar finns personal på plats? Vad hinner de göra?

Nedkylning

Det är viktigt att maten kyls ned på rätt sätt - tillaga lagom stora mängder för att kunna kyla.

Unikitet med lokalt

Något som kan göra er unika bland annan "färdig-mat" är er lokala förankring. Fundera över hur ni kan använda lokala råvaror och koppla an till producenter och leverantörer i närområdet. Tänk på produkter både från land och hav. Den lokalt landade fisken som exempelvis sill och skarpsill, den underskattade skrubbskäddan och rödspättan och torsk från Öresund finns att få tag på, men sällan marknadsförs de som just närfångat, och tillsammans med annan lokal mat. Med närfångad fisk kan er mat få en unik särprägel och mervärde.



Fråga din grossist efter lokalt landad fisk i säsong, och ju färre mellanhänder som finns mellan dig och fiskaren desto bättre. Kanske kan du fråga efter dagens fångst eller dagens bifångst? Det är ett utmärkt alternativ om du ska laga en gryta eller soppa - då det gör att du kan anpassa ingredienserna efter vad som finns tillgängligt.

Genom att arbeta med lokala råvaror får du en ytterligare dimension i din maträtt och profil. Många vill stötta sina lokala företagare, och det blir ett utmärkt sätt för kunden att stötta både producent, fiskare, restaurang och butik samtidigt.

Förpackning

Förpackningen ska som alltid vara godkänd för livsmedel och kunna förslutas, så det syns om den är öppnad innan köp. Det är bra om locket är transparent så kunden kan se maten på ett bra sätt i hyllan.

- Ska maten packas innan eller efter nedkylning?
- Om butiken ni ska arbeta med redan säljer egenlagad mat hos sig - fråga dem om vilken typ av förpackning som de använder. Kan ni använda samma?

Information hos Livsmedelsverket:

<https://www.livsmedelsverket.se/produktion-handel--kontroll/lokaler-hantering-och-hygien/material-i-kontakt-med-livsmedel>

Märkning

Försäljning av färdigpackad mat i butiker ställer krav på märkning med ingredienser (inkl allergener), uppgift om bäst-före, kontaktuppgifter med mera. Vad uppmärksam på att du behöver ange innehållet även i de sammansatta livsmedel som du använder i tillagningen, har du exempelvis använt en färdig majonnäs ska även innehållsförteckning för den stå med.

- Ska ni själva sätta på ingrediensförteckning eller kan butiken göra det?
 - Ex: I en butik som startat samarbete skickar restaurangen hela veckans matsedel komplett med ingrediensförteckning i förväg. Butiken skriver in det i sitt eget system för lappar som de använder i varmkök/deli-disk. Butiken skriver ut och sätter på lådorna. På så sätt får lådan också en streckkod och kan köpas i självscanningen.

Information om märkning: <https://www.livsmedelsverket.se/produktion-handel--kontroll/livsmedelsinformation-markning-och-pastaenden/regler-om-livsmedelsinformation-och-markning>

Transport

Tänk på att ni endast kan sälja till företag inom kommunen eller till grannkommuner utan att söka tillstånd. Ni kan självklart sälja mat till företag längre bort, men då krävs att ni söker nya tillstånd och registrering.

- Kan ni köra maten själva och hålla kylkedjan, tex med hjälp av frigolitboxar?
- Behöver ni en kylbil som hämtar hos er?
- Vilka tider?
- Har ni kontakt med någon annan aktör som ändå kör kylbil med den rutt som ni behöver? Kan ni samarbeta?

Prissättning

I de samarbeten som redan finns har restauranger och butiker valt olika upplägg. Exempelvis lägger en av butikerna inte ut någon marginal alls, utan säljer till självkostnadspris. Butiken är en större butik (kvantum) och ligger i Stockholm. Se FB-inlägg med info:

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2805612446154526&id=870288066353650

Gemensamt är att de alla ser samarbetet som en investering i ett långsiktigt arbete, som kan utvecklas och bli mer lönsamt för alla på sikt.

Skyltning och marknadsföring

Ta vara på er lokala förankring! Var tydliga i informationen på förpackningen att det är ni som restaurang som lagat maten.

Konceptualisera

Kan ni kalla samarbetet något?

Exempelvis har ICA Maxi Helsingborg och Bara Vara döpt sitt samarbete till Bergas Pärla by Bara Vara.

<https://www.facebook.com/maxi helsingborg/posts/2860756850667814>



Tydlig skyltning i hyllan som beskriver samarbetet, och lyfter fram både er och butikens roller och engagemang. Lyft också fram era lokala råvaruproducenter, som bönder och fiskare, och leverantörer.

Använd sociala medier – inlägg & tagga

Använd sociala medier för att sprida budskapet - tagga varandra, och gärna de lokala leverantörer som ni samarbetar med. Det gör att fler kan sprida och dela informationen och ert gemensamma initiativ och satsning.

Långsiktighet i samarbetet

Tänk över hur ni redan nu kan jobba för att göra samarbetet långsiktigt lönsamt.

Vad kan ni tänka er att göra tillsammans med butik längre fram?

En butik funderade på matlagningskvällar i samarbete mellan butik och kock, eller att utveckla erbjudandet med lyxiga helgkassar som de själva inte har möjlighet att göra.

Inspireras av andras samarbeten

ICA Maxi Helsingborg - Bara Vara + Sillen & Makrillen + The Tivoli:
Bergas pärla by Bara Vara

<https://www.facebook.com/maxihelsingborg/posts/2860756850667814>

(511 gilla-markeringar på FB)

ICA Kvantum Mall of Scandinavia - Pocket by Pontus:

https://www.facebook.com/permalink.php?story_fbid=2805612446154526&id=870288066353650

ICA Skeppet Nyhamnsläge – Grand Hôtel Mölle:

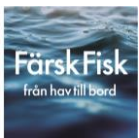
<https://www.facebook.com/grandhotelmolle/photos/a.170555706308609/3153959381301545/?type=3>

ICA Maxi Gotland - flertalet krogar

Gotlands krogmarknad

<https://www.facebook.com/icamaxivisby/posts/3098738250165706>

(578 gilla-markeringar på FB)



Kontakt:

Elin Pettersson, projektledare

elin.pettersson@livsmedelsakademin.se

0703 - 62 22 26

Om projekt Färsk fisk från hav till bord

I projekt Färsk fisk från hav till bord arbetar vi tillsammans med fiskenäring, grossister, handel, krögare och offentliga kök för att den lokalt landade fisken från kustfisket ska bli en självklarhet i butiksdisker, restaurangmenyer och på matborden. Projektet arbetar för att stödja hållbart fiske i södra Östersjön där tillgången till färsk fisk ökar, småskaligt kustnära fiske gynnas och fiskesamhällena lever. Projektet finansieras av Europeiska havs- och fiskerifonden via LEADER Sydöstra Skåne.