



Pressmeddelande Stockholm maj 2018

## 9 av 10 svenska tomater kommer från odlingar som värms upp med förnybar energi

**Tomater är den överlägset mest populära grönsaken hos svenska folket. En tredjedel av alla svenskar äter tomat i stort sett dagligen. Det finns stor potential för en ökad försäljning av svenska tomater. 9 av 10 svenska tomater kommer dessutom från odlingar som värms upp med förnybar energi och där humlorna står för pollineringen.**

– Efterfrågan på svenska tomater fortsätter att öka. 6 av 10 konsumenter vill köpa svenska tomater under säsong – trots detta är knappt två av tio tomater som säljs svenska. Det finns ett glapp mellan utbudet i butik och efterfrågan, och en fantastisk potential för ökad försäljning, säger Maria Forshufvud, vd, Svenskmärkning AB, som administrerar ursprungsmärkningen Från Sverige.

En ny undersökning visar att de tre starkaste argumenten för att välja svenska tomater är den goda smaken, att odlingen är klimatsmart och miljövänlig samt att man vill stötta svenska tomatodlare.

– Undersökningen<sup>1)</sup> visar att det finns ett stort förtroende för de svenska tomaterna och de svenska odlingsmetoderna, säger Maria Forshufvud.

Sverige är ledande i utvecklingen av hållbar tomatodling. Mer än 90 procent av de svenska tomatodlingarna värms av förnybar energi – flis, pellets, jordvärme – alternativt spillvärme från annan industri. Tomatodlarna använder biologiska metoder i sin odling och humlorna står för pollineringen. Uppvärmningssystemet är direkt avgörande för hur hållbar en växthusodlad tomat är.

– En tomat som får sitta kvar längre på sin kvist smakar mer, säger Maria Forshufvud. Så de svenska tomaterna får helt naturligt mogna längre innan de kommer till grönsaksavdelningen i butiken.

Utvecklingen inom svensk tomatodling går nu mot en ökad diversifiering med en enorm sortrikedom och smakvariation.

– I Sverige har vi också god tillgång till vatten av hög kvalitet jämfört med många andra länder där vattentillgången är begränsad.

1) Svenska tomater, YouGov, maj 2018

**Onsdagen den 16 maj, kl 14-16, arrangerar Svenskmärkning en pressträff om den svenska hållbara tomaten tillsammans med LRF, SydGrönt och MOEK på Kolskjulet, Kastellholmen i Stockholm.**



### Kortfakta om svenska tomater

- Över en period på lite mer 10 år har energiförbrukningen i de svenska tomatodlingarna mer än halverats samtidigt som användningen av fossila bränslen minskat med mer än 80 procent.
- 9 av tio svenska tomater kommer från tomatodlingar som värms upp med förnybar energi.
- I Sverige pågår tomatsäsongen från maj till september. Allt fler odlare testar att odla svenska året runt-tomater.

### För mer information om undersökningen kontakta

Maria Forshufvud, vd Svenskmärkning AB, mobil: 072-741 64 90.  
Maria.forshufvud@svenskmärkning.se

### Vill du veta mer om tomater, odling, smaker och sorter

Odlarna.se – med passion för grönt

SydGrönt

Sara Berger, vd, 0768-46 20 42, Sara.Berger@sydgront.se

Moek – Mellansvenska odlare.

Anette Borgström, 070-578 22 56, Anette.Borgstroem@moek.se

LRF Trädgård – branschråd för svensk trädgårdsnäring

Elin Windfäll, 0413-55 90 25, elin.windfall@lrf.se



Använd gärna #svenskatomater och #frånsverige

**Mer information finns på [fransverige.se](http://fransverige.se)**



### **Om Från Sverige**

Märket Från Sverige är en frivillig ursprungsmärkning som gör det enklare för konsumenten att hitta svenskproducerade produkter i butiken. Märket är gult och blått och får användas på livsmedel, råvaror och växter som producerats i Sverige och uppfyller Svenskmärkning AB kriterier: Råvaran ska vara odlad eller född och uppfödd i Sverige, och produkten ska vara förädlad och förpackad här. Det förtydligande märket Kött från Sverige används på kött och charkuterier och märket Mjolk från Sverige och Från Sverige används på mejerivaror. Märkningen är ett svar på konsumenternas ökade efterfrågan på svenskproducerade livsmedel, men även ett sätt att hjälpa till att säkra tillgången på svenska råvaror i framtiden.

### **Om Svenskmärkning AB**

Svenskmärkning AB äger märket Från Sverige och utvecklar, förvaltar och kontrollerar användningen. Det är även Svenskmärkning AB som svarar för kommunikation och marknadsföring av märket. Initiativet till den frivilliga ursprungsmärkningen Från Sverige, Kött från Sverige och Mjolk från Sverige kommer från Livsmedelsföretagen LI, Svensk Dagligvaruhandel och LRF, som gemensamt startade och äger Svenskmärkning.