

TOIDUAINED - ROOTSI

Ülevaade turusuundumustest ja -võimalustest

Turu suurus, potentsiaalsete klientide hulk, võrdlus muude sektoritega, suundumused ja mahud

Rootsi toidutööstust on sageli kirjeldatud kui tööstust, mis on keskendunud kvaliteedile, loominguisusele, tarbijateadlikkusele, traditsioonidele ja keskkonnakompetentsile. Toidusektor on suuruselt neljas Rootsi tööstussektor (tootmisväärtuse ja töötajaskonna poolest) ja geograafiliselt kõige laiemal levikuga tööstus.

Rootsis on umbes 3000 toidutootjat, millest üle 1300 on ühemeheettevõtte. Väikeettevõtteid on tööstuses ülekaalus ja ainult umbes 650 ettevõttes on üle kümne töötaja. Sektoris tehakse lähedalt koostööd põllumajandus- ja toidutöötlemissektoriga, kuna 70% Rootsi põllumajandustoodetest töödeldakse Rootsi toiduettevõtetes.

Tööstusi võrreldes näeme, et söögi- ja joogitootmine moodustab rohkem kui 9% Rootsi summaarsest tootmisväärtusest, samas kui keemiatoodete tootmine moodustab peaaegu 11%, masinad ja seadmed ligikaudu 12% ja mootorsõidukid 10%.

	Summaarne tootmisväärtus, miljonid Rootsi kroonid, 2010	% summaarsest tootmisest
Masinad ja seadmed	180 918,3	11,92%
Kemikaalid ja keemiatooted	162 062,4	10,68%
Mootorsõidukid, treilerid ja pooltreilerid	152 242,5	10,03%
Toiduained ja joogid	138 206,3	9,11%
Paber ja paberitooted	127 074,5	8,37%
Raadio, televisioon, kommunikatsiooniseadmed- ja tehnika	108 234,3	7,13%
Metalltooted, v.a masinad ja seadmed	107 165,6	7,06%
Metallid	99 341,2	6,55%
Puit ja puittooted, kork ja hein	79 862,3	5,26%
Meditsiini-, täppis- ja optikaseadmed, kellad	51 607,2	3,40%
Elektriseadmed ja masinad (N.E.C)	50 717,7	3,34%
Muud transpordivahendid	48 824,8	3,22%
Mööbel ja muud tooted	31 947,5	2,10%

Rootsi toiduekspordi väärtus 2010. aastal oli 54 miljardit Rootsi krooni. Peamised ekspordikategooriad olid kala (17,7 miljardit Rootsi krooni), millele järgnesid joogid / kange alkohol (6,7 miljardit Rootsi krooni) ja teraviljatooted (4,6 miljardit Rootsi krooni).

Rootsi toidutööstusele on mõju avaldanud hea keskkonnateadlikkusega kliendid. Mahetoidud on üks kiiremini kasvavaid toiduinerühmasid Rootsis. Võrreldes 2009. aastaga oli 2010. aastal kasv 17%, mis jooksevhindade juures on 3,5 miljardit Rootsi krooni.

Rootsis elab 9,4 miljonit inimest, kes 2010. aastal kulutasid toidu peale 270 miljardit Rootsi krooni. Tarbimise lõikes on juhtivad toiduainete rühmad järgmised:

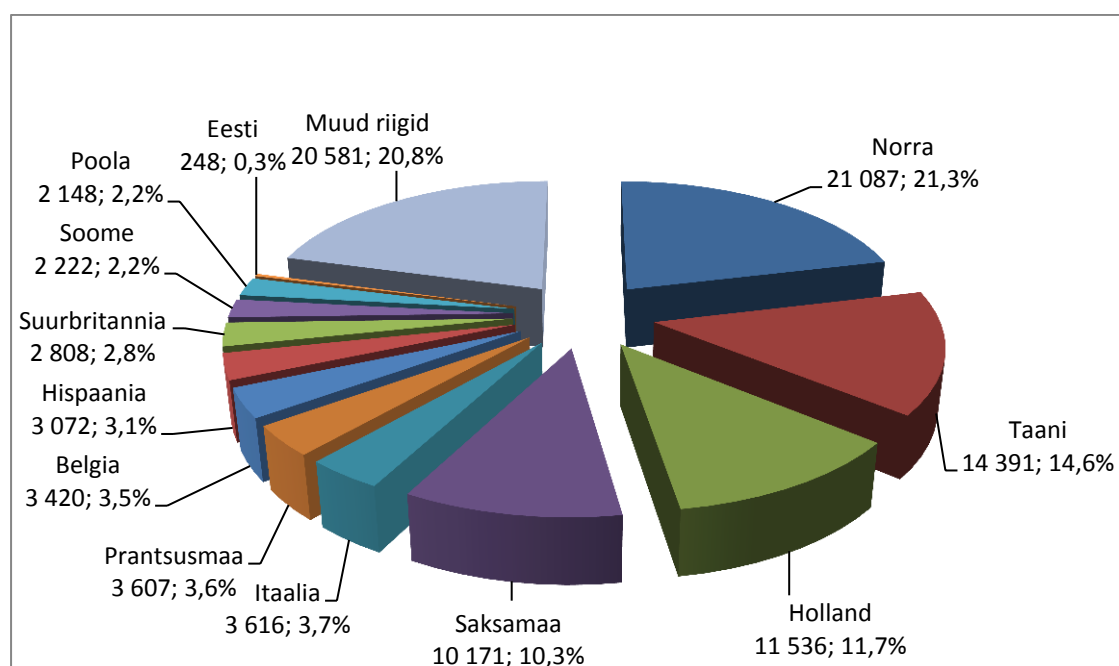
- lihatooted – 17%;
- juurviljad ja puuviljad – 16%;
- piima- ja rasvatooted – 15%;
- leiva- ja teraviljatooted – 14%;
- joogid – 24%;
- muu – 14%.

90% Rootsis tarbitavast toidust on töödeldud. Ülejäänud 10% on töötlemata (värske) toit, nt kala, munad, värsked juurviljad puuviljad ja kartulid. Värske toidu tarbimine on viimastel aastatel stabiilselt kasvanud ja 2010. aastal oli maht 2,2 miljonit tonni ehk 238 kg inimese kohta.

Olulisimad impordikategooriad ja kaubanduspartnerid

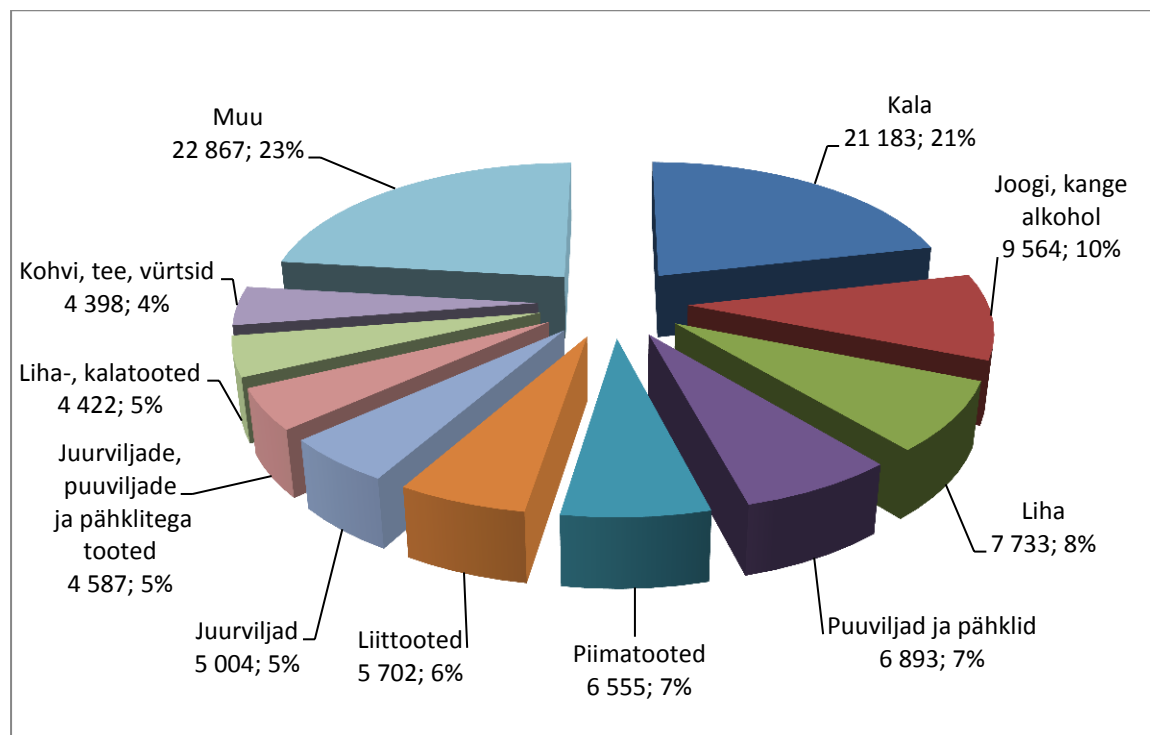
2010. aastal imporditi Rootsi toiduaineid 98,9 miljardi Rootsi krooni väärtuses. Peamised Rootsi eksportijad olid naaberrigid – Norra, kelle eksport moodustas üle 21% Rootsi impordist, ja Taani, kelle osakaal Rootsi toiduainete summaarses impordis oli 15%. Neile järgnevad kogunud Lääne-Euroopa kaubandusriigid – Holland peaaegu 12% ja Saksamaa umbes 10% impordist. Ülejäänud 40% impordist pärineb teistest riikidest: Itaalia ja Prantsusmaa osakaal on ligikaudu 4%, Belgia osakaal on peaaegu sama suur, Hispaania ja Suurbritannia osakaal on 3% ning Soome ja Poola osakaal 2%. Eesti osakaal on ainult 0,3% summaarsest impordist, mis tähendab, et Eesti toiduainete eksport Rootsi võiks kasvada.

Rootsi olulisimad partnerid toidukaubanduses, 2010 (miljonites Rootsi kroonides)



Rootsi toiduturu peamine impordikategooria on kala, mis moodustab 21,4% imporditavast toidust (lõhe import moodustab sellest 64%). Joogid ja kange alkohol moodustavad 9,7% impordist, mis tähendab, et söödavate puuviljade/pähklite osakaal on vastavalt 7,8% ja 7%. 6,6% impordist on piimatooted, millele järgnevad juurviljad 5,1%-ga.

Toiduainete import peamiste tootekategooriate lõikes, Rootsi, 2010 (miljonites Rootsi kroonides)



Tarbimise taganttõukajad

Põhitegurid, mis mõjutavad tarbimist Rootsi toiduturul, on hind ja toote käepärasus ning ka soov lisada kodumenüüsse reisidel kogetud rahvustoite. Hoolimata majanduslangusest kasvasid tarbijate kulutused toiduainetega seotud teenustele 78,9 miljardilt Rootsi kroonilt 2009. aastal 84,1 miljardile 2010. aastal, mis on 6,6% kasv.

Peaaegu 1,8 miljonit Rootsi elanikku (rahvastiku arv on üheksa miljonit) on välismaise taustaga. Umbes 24% neist on teiste Põhjamaade riikide päritolu, 29% on pärit teistest Euroopa riikidest, 20% Lähis-Idast/Põhja-Aafrikast ja 27% teistest riikidest väljaspool Euroopat. Kasvava immigratsiooni tõttu laieneb Rootsis ka rahvustoitude turg. Sellele aitab veelgi kaasa asjaolu, et rootslased reisivad üha rohkem kaugematesse riikidesse, tulles tagasi isiklike kogemustega välismaistest ja eksootilistest toitudest. Enamik immigrante püüavad oma toitumistavasid säilitada ja seetõttu tuleb Rootsis turule palju uusi toiduaineid. Mõjukaimad rahvusköögid on Itaalia, Hiina ja Kagu-Aasia ja Mehhiko toidud ning märkimisväärselt on kasvanud Lähis-Ida, näiteks Liibanoni toitude mõju.

Üleilmsed, piirkondlikud ja kohalikud kaubamärgid, nagu McDonald's, Pressbyrån, Burger King ja Max, reklaamivad väga palju oma kiirtoitu ning ka sellel on oma mõju tarbijate valikutele. Sotsiaalmeedia on Rootsi restoranidele üks peamisi turundusvahendeid, kuna 40% Rootsi rahvastikust on Facebookis konto ning nutitelefoni osakaal on üle 50% summaarsest mobiiltelefonide müügist. Rootsis kasvab jätkuvalt kiirtoidu tarbimine: 2010. aastal kasvas müük 4% ja summaks oli 20,8 miljardit Rootsi krooni. Üksikvanemaga perekondade arv Rootsis on märkimisväärselt suurenenud. See avaldab mõju kiirtoidu tarbimisele ja valitava koguse suurusel. Suureneb väikeste koguste osakaal ning ka valmistoitude turuosa.

Tarbijakäitumine

Kuna on suurenenud teadlikkus tervislikest eluviisidest, kipuvad tarbijad ostma värsket ja orgaanilist toitu. Näiteks kui külmutatud pitsade müük vähenes 2010. aastal 5%, tuvastati suurim kasv salatite seas, mille maht kasvas 5%, kuigi 2010. aastal saavutati ka külmutatud töödeldud kala/mereandide müügi osas suur kasv, samuti 5%.

Rootslased tarbivad 50 kg liha inimese kohta aastas ja linnuliha tarbimine suureneb. Piimatooteid tarbitakse igal aastal 15 kg inimese kohta.

Rootsis on küllaltki palju taimetoitlasi (4% rahvastikust) ja täistaimetoitlasi (2%). Need arvud on viimaste aastate jooksul kasvanud ning lisaks on ka palju rootslasi, kes elavad pooltaimetoitlastena, kelle menüü on n-ö roheline, sisaldades vähem lihapõhiseid tooteid ja rohkem taimepõhiseid toite. Sellist toitumist loetakse tervislikumaks ja keskkonnasõbralikumaks. Mahetoitud on kujunenud kõige kiiremini kasvavaks suundumuseks Rootsi toiduturul. Lisaks kasvab märkimisväärselt ka taimsete lihaasenduste (soja, Quorn) tarbimine.

Rootslaste jaoks on väga oluline toode kohv. Rootsi on maailmas kuues kohvitarbija inimese kohta – 8,2 kg inimese kohta aastas. See on osaliselt seletatav traditsioonilise pausiga (*fika*), kui inimesed teevad töö juures kolleegidega koos lõdvestava kohvipausi või kohtuvad sõprade või sugulastega kohvikus. Kohvist on seetõttu saanud väga oluline osa sotsiaalses elus. Kuna kohvi tarbitakse sageli koos pagaritoodetega, tarbitakse ka neid Rootsis ulatuslikult. Iga-aastaselt tarbitakse inimese kohta 77 kg pagaritooteid, mis on suurem Euroopa keskmisest, milleks on 66 kg inimese kohta aastas.

Eesti eksportijate võimalused

Võttes arvesse mahe ja värsket toidu kasvavat populaarsust ning ka tervislikku eluviisi, võiksid Eesti eksportijad kaaluda võimalust eksportida Rootsi turule töödeldud toiduaineid ja/või mahe ja värsket toitu, nt mune, kala, mereande ja juurvilju.

Rootslased võtavad uuendusi hästi vastu kõikides tootekategooriates, sh toidukaubad. Uued maitsed ning köitvad ja funktsionaalsed pakendid on väga hinnatud ja soovitud.

Lisaks Rootsis tarbitavatele tuntud kaubamärkide toodetele suurendavad märkimisväärselt oma turuosa ka omatooted, kuna need on märkimisväärselt odavamad kui analoogsed oma kaubamärkide alt väljalastud tooted. Jaemüüjad pakuvad suurt valikut omatooteid, mille seast saavad nõudlikud Rootsi kliendid valida eri variante. Selleks et rahuldada üha suurenevat nõudlust omatoodete järele, on jaemüüjad nõus looma partnerlussuhteid tootjatega, kes on huvitatud omatoodete tootmisest.

Oluline on ära märkida, et Rootsi on eestlastele atraktiivne eksporditurg, kuna turg on lähedal, ärikultuur on sarnane ning logistikat on mugav korraldada (küllaltki lihtne tarnida), luues olukorra, kus eestlased ja Rootsi ettevõtted mõlemad partnerlusest võidavad.

Konkurentsikeskkond

Kohalikud tarnijad, suurima turuosaga ettevõtted, klientide lojaalsus.

Põhjamaades on toidukaupade, energia- ja põllumajandusvaldkonna suurim osaleja Lantmänneni kontsern. Kontserni omanikeks on 36 000 Rootsi talunikku ja see tegutseb 18 riigis. Mõned tuntuimad Lantmänneni kaubamärgid on Axa, Kungsörnen, Start, Korvbrödsbagarn, Hatting, Schulstad ja Kronfågel. Kogukäibe poolest teine suurim toiduturu osaline on Arla Foods. Arla on üks ettevõtte üleilmsest kontsernist, mille omanikeks on Rootsi, Taani ja Saksa piimatalunikud. Ettevõttel on Rootsis 14 meierit. Kolmas suur osaline on AarhusKarlshamn (AAK), Rootsi-Taani ettevõtte, mis tegeleb kõrge lisandväärtusega taimeõlide tootmisega (tabelis 2 on rohkem teavet suurimate kohalike tarnijate kohta).

Toidutootjad, Rootsi	Käive 2009 (miljonites Rootsi kroonides)	Käive 2010 (miljonites Rootsi kroonides)	Tegevusvaldkond
Lantmännen ek. för.	29 000	36 000	Toiduained, energia, põllumajandus ja masinad
Arla Foods	14 298	14 870	Piimatooted
AarhusKarlshamn	15 982	14 854	Kõrge lisandväärtusega taimeõlid ja -rasvad
Scan	7 771	7 110	Lihatootmine
Absolut Company	8 317	5 569	Kange alkoholi tootmine
Nordic Sugar	3 136	2 708	Suhkrutootmine
Skånemejerier ek. för.		3 281	Piimatoodete tootmine
Procordia Food	3 279	3 337	Valmistoidud, joogid ja konservid
Carlsberg Sverige	3 194	3 112	Õlletehas
Spendrups Bryggeri	2 551	3 063	Õlletehas
Findus Sverige	3 805	2 851	Külmutatud toidud

Standardid, eeskirjad, sertifikaadid ja tollimaksud

Rootsi on Euroopa Liidu liige ja Rootsi riiklikud õigusaktid toiduainete kohta on suures osas ühtlustatud ELi toiduõigusaktidega. Olulisimad toiduohutussertifikaadid, mis on vajalikud Rootsi toiduturule sisenemiseks, on ISO 22000, IFS (*International Featured Standards*) ja BRC (üleilmne toiduohutusstandard). KRAV-sertifikaat on kasulik mahetoidu tootjatele, kuid see põhineb ELi mahepõllumajanduse põhimäärustel, millel on KRAViga võrdväärne mõju.

Rootsi KRAV-märgis

Ühing KRAV on Rootsi maheturul oluline osaline. KRAV töötab välja mahepõllunduse standardeid ja aitab kaasa KRAV-märgise levikule. Veel hiljuti oli Rootsis raske turustada mahetooteid ilma KRAV-märgiseta.

Neli eraorganisatsiooni teevad kontrolle ja väljastavad sertifikaate. Need on Aranea Certifiering AB (KRAVi haru), SMAK AB, HS Certifiering AB ja Valiguard AB. Rootsisis on KRAV-märgis 5000 tootel.

Nõuded märgistusele

Riiklik Toiduamet töötab välja vabatahtliku märgisüsteemi toitudele, mis on lahjemad, sisaldavad vähem suhkruid ja soola ning rohkem kiudu kui sama kategooria toidud. Sellistele toodetele võib trükkida nn lukumärgi (Nyckelhålet). Sama märgist võib kinnitada ka poodide riiulitele või kasutada selliste toodete turundamisel või reklaamimisel.

Nõuded pakenditele

2006. aasta 1. jaanuaril kehtestas Rootsi uued reeglid plastpudelitele ja metallpurkidele. See tähendab, et heakskiidetud ringlussevõtu süsteemi mittekuuluvaid plastpudeleid või metallpurke ei või Rootsisis müüa. Ringlussevõtu süsteemi aastane liikmemaks on 10 000 Rootsi krooni.

Rootsi kehtestatud maksimaalsed dioksiinide jääktasemed kalas

Rootsi kohaldab dioksiinidega seotud ELi maksimumtasemeid. Kuna aga Läänemerest pärineva kala dioksiinitasemed on küllaltki kõrged, tehti Rootsi (ja Soome) puhul mõõndus, mis lubab ELi maksimummäärast kõrgemate dioksiinitasemetega kala Rootsisis müüa, tingimusel et seda kala ei ekspordita teistesse ELi riikidesse. Erand muutub alaliseks 2012. aastal.

Salmonella ohjamise programm Rootsisis

Rootsisesse imporditava värske liha (sh külmutatud), hakkliha ja töödeldud liha suhtes rakendatakse piiripunktides salmonella kontrolli, v.a kui saadetisega on kaasas tunnustatud asutuse sertifikaat, mis kinnitab, et seda on katsetatud komisjoni otsustest 95/409/EÜ ja 95/411/EÜ lähtuvalt ja tulemused on negatiivsed.

Turule sisenemine

Jaotuskanalid

2010. aastal olid summaarsed kulutused toidule 270 miljardit Rootsi krooni, millest 42,6% (84,1 miljardit Rootsi krooni) kulutati tarbijatele pakutavatele toiduteenustele (HoReCa). Suurem osa toidukaupade kulutustest tehakse kaubandusketipoodides. Suurimad jaemüügiketid Rootsisis on ICA kontsern, kelle käes on ligikaudu 50% turust, millele järgnevad Coop (20%) ja Axfood (18%). Sellele vaatamata kahanes poodide arv 2010. aastal umbes 2%.

Samal ajal kasvab väikeste lähikaupluste ja tanklapoodide populaarsus tänapäeva kiire elutempo tõttu. Lisaks on ühe elanikuga leibkondade üha kasvav arv avaldanud mõju valmistoodete müügile ja lähitoidukauplustele. Kasvab ka oma köögiga poodide arv, kus valmistatakse ja pakutakse kiirtoitu. Müügipunktide arvu põhjal on väike- ja tanklapoodide loendis esikohal OK Q8, kellel on üle 400 poe. Sellele järgnevad Pressbyrån (330) ja Statoil (308).

Suurimad HoReCa sektori hulgimüüjad on Menigo, Servera ja Svensk Cater, kes koos moodustavad 90% hulgimüügikaubandusest. On ka palju väikeseid ja keskmise suurusega hulgimüüjaid, kes spetsialiseeruvad teatud tooterühmadele või turuosadele. Sellised on näiteks Kåå ja Kobia (toorained ja koostisosad pagariäridele, kohvipoodidele jne).

Turule sisenemise võimalikud strateegiad

Turule sisenemiseks on mitu viisi, millest kolm peamist on järgmised:

- partneri kaudu (hulgimüüja, importija/edasimüüja, allhankija / mingi muu tootja);
- oma kohaliku müügitiimiga;
- rajades tütarettevõtte või avades jaemüügi pole.

Kui ettevõtte on võimalikud tööstuse jaotuskanalid kindlaks määranud, peab tegutsema ja välja valima need, mis sobivad ettevõtte pikaajalise strateegia ja tootmisvõimsusega.

Jaotuskanal	Turule sisenemise võimalikud strateegiad	Täpsustused
Hulgimüüjad	Partnerlus	Spetsialiseerunud laiale tootevalikule
HoReCa	Partnerlus	Partnerlus toiduteenustele spetsialiseeruvate hulgimüüjate/importijatega, suured HoReCa ketid
Importijad/edasimüüjad	Partnerlus	Tavaliselt kitsas spetsialiseerumine spetsiifilistele tootetüüpidele
Muud tootjad	Partnerlus	Lepinguline tootmine, omatoodete valmistamine
Jaemüügiketid	Partnerlus	Vajalik on suur tootmisvõimsus
Tütarettevõtte	Rajades tütarettevõtte või palgates kohaliku müügiesindaja	Vajab suuri investeeringuid, riskitase on suur
Poeväline jaemüük (võrgupoed)	Saab teostada koduriigist	Turuosa võetakse jaemüügipoodidelt aeglaselt käest, turundusinvesteeringud on vajalikud

Turule sisenemiseks vajalikud investeeringud

Vajalikud investeeringud on lähedalt seotud viisiga, kuidas turule sisenetakse. Sisenedes turule partneri abil, on suured investeeringud seotud sobiva partneri leidmisega ja temaga suhete loomisega. Vajalikud investeeringud oleksid turu-uuring ja sobiva partneri tuvastamine, regulaarsed ärireisid (*business to business*, B2B) turule ning kvalitatiivsete turundus-/teabematerjalide loomine (veebileht inglise või rootsi keeles, tootekataloogid jne). Muu võimalik vajalik investeering on näiteks olulisimatel valdkonnaspetsiifilistel messidel osalemine, et suurendada teadlikkust ettevõtte olemasolust. Lisaks võib partner nõuda toodete kohandamist turu eripäradele vastavaks.

Kohaliku müügitiimi kulud sõltuvad peamiselt müügimeeste keskmisest palgast ja ka nende kogemustest ja oskustest. InvestSwedeni andmete kohaselt on müügimehe keskmine kuupalk Rootsis 3900 eurot, mille hulka ei ole arvestatud sotsiaalkindlustusmaks (InvestSweden – www.investsweden.se).

Suurimad kulud on seotud ettevõtte asutamisega. Rohkem teavet kulude (kontori üür, kommunaalkulud, palgad ja muud teenused) kohta leiab ettevõtte Invest Sweden veebilehelt

<http://www.investsweden.se/world/Operating-Guides/Fact-sheets/>

Eesti ja meie toodete maine

Eesti geograafilist lähedust Rootsile nähakse suure eelisena, kuna Eesti ettevõtted saavad tagada kiire tarne ja paindlikkuse. Teisest küljest on Eesti toiduainete hinnad aga teistest välisriikidest (näiteks Poolast) imporditavate toodetega võrreldes kõrged. Samas peetakse Balti riikide (sh Eesti) toiduaineid kõrgekvaliteedilisteks.

Balti riikidest on Eesti saanud kõige positiivsemat meediakajastust eelistatud turismisihtkohana, Euroopa rahaliidu liikmena ja Skype'i arenduse koduriigina. Teadlikkus Eestist on sellegipoolest hea pigem äri- kui tarbijatasandil.

Rootsi ettevõtetega partnerlussuhteid luues tekib Eesti ettevõtjatel õigeaegsete tarnete, suure lisandväärtusega toodete, uuenduslike lahenduste ja mõistlike hindadega palju võimalusi oma maine kujundamiseks.

Mis aitab tarnijaks saada?

Rootslased on huvitatud tootjatest, kes toovad endaga kaasa uuendusi mitmesugustes valdkondades, näiteks disain, pakendid, funktsionaalsus ja maitse. Seetõttu võivad spetsiifilised ja nišitooted Rootsi partneritega äri tehes edu tuua.

Veel üks võimalus tarnijaks saada on jälgendada kohalikke lemmiktooteid ja keskenduda kulutõhusale tootmisele omatoodete alt.

Ärikultuuri puhul tuleks meeles pidada, et rootslased otsivad pikaajalisi partnerlusi, kus koostöö põhineb usaldusel, kindlusel, mõlema poole kasul ja positiivsel suhtlusel.

Rootsi turule tarnijaks saamiseks on oluline ka messidel ja sündmustel osalemine ning regulaarsed külastused turule.

Missugused sündmused ja messid on tõhusaks turustamiseks tähtsad?

Stockholmsmassan on Rootsis juhtiv valdkonnamesside ja -sündmuste organiseerija. 2012. aasta ja hilisemate messide ning sündmuste loend on järgmine:

- kiirtoidu ja kohvikute mess, Göteborg, Stockholm, Malmö – http://www.easyfairs.com/events_216/fastfood-cafe-restaurangexpo2013_20908/fastfood-cafe-stockholm-2013_20939/
- Restaurangexpo, Stockholm, Gothenburg – http://www.easyfairs.com/events_216/fastfood-cafe-restaurangexpo-oeresund2012_5639/horeca-malmoe_6228/
- GastroNord – toidu- ja joogitööstuse mess, mida korraldatakse üle aasta ja mis on suunatud peamiselt toiduspetsialistidele – <http://www.gastronord.se>
- Mitt kök, kokandusmess – <http://www.mittkokmassan.se>
- looduslikud ja mahetooted Skandinaavias, Malmö – <http://www.naturalandorganicscandinavia.com/>
- Snackex – rahvusvaheline maitsevate suupistete ja pähklite mess, Göteborg (toimumiskoht on Euroopas vahetuv) – <http://www.snackex.com/>
- Vinordic – rahvusvaheline õlle-, veini-, siidri- ja kange alkoholi mess, Stockholm – <http://www.vinordic.se/>

Riigihanked

Rootsi konkurentsiameti (Konkurentsverket) sõnul hangivad omavalitsused ja muud avalikud asutused toidu- ja toitlustamisteenuseid aastas ligikaudu 8,4 miljardi Rootsi krooni väärtuses, mis on 4% Rootsi toiduainete kogutarbimisest.

Kuigi avalikule sektorile toodetavas toidus kasutatakse jaemüügi toodete valmistamiseks kasutatavaid tooraineid, erineb avalikus sektoris müüdav toit toodete ja pakendite poolest ning erinevused tulevad esile kaubamärkides, hindades ja tootekujunduses. Seetõttu toodetakse sekundaarsetele turgudele mõeldud toit eri tootmisliinidel.

Rootsi konkurentsiameti sõnul müüvad neli peamist toidukaupade hulgimüüjat – Menigo, Servera, Dafgård ja Svensk Cater – kolm neljandikku toidukaupade kogustest avalikule sektorile. Kuigi puudub ametlik statistika selle kohta, kuidas toitu avalikule sektorile müüakse (mis puudutab toorainet, töötlemise määra ja impordi osakaalu), impordivad Menigo ja Servera toitu avalikule sektorile müümiseks. Impordi konkurents suurendab madalate toiduhindade tõenäosust ostjale müümisel. Sel põhjusel suudavad peamiselt suured hulgimüüjad hankelepingu täitmise kohustuse enda peale võtta. Riigihangetest saab ülevaate, külastades veebilehte www.avropa.se (haldab riiklik ostuagentuur), kus on olemas Rootsi riigihanked, või lisades ennast tellijaks sellistele eraveebilehtedele nagu www.offentligaupphandlingar.se, se.mercell.com või www.opic.com.

Lingid ja kontaktid

Sektoripõhised ja valitsusallikad

Rootsi statistikaamet: www.scb.se
Riiklik kaubandusamet: www.kommers.se
Riiklik toiduamet: www.slv.se
Rootsi põllumajandusamet: www.sjv.se
Rootsi tolliamet: www.tullverket.se
Rootsi toidukaupade valmistajad (DLF): www.dlf.se
Rootsi kaubandusföderatsioon: www.svenskhandel.se
Rootsi konkurentsiamet: www.kkv.se
SHR (Rootsi hotellide ja restoranide liit): <http://www.shr.se>
Õigusaktid: <http://ec.europa.eu/agriculture/organic>
KRAV-märgised: www.krav.se
Nyckelhålet (nn lukuauk): <http://www.slv.se/>
BRC üleilmsete standardite indeks: <http://www.brcdirectory.com>
Toiduohutuse juhtimise süsteemid: <http://www.iso.org/>
International Featured Standards: <http://www.ifs-certification.com>
Äritegevuse otsingumootor: <http://proff.se>
Äritegevuse otsingumootor: <http://www.allabolag.se>
Äritegevuse otsingumootor: <http://www.largestcompanies.com>

Meedia

Dagens Industri : <http://www.dagensindustri.se/>
DN : <http://www.dn.se/>
Fri Köpenskap : <http://www.fri-kopenskap.se/>
Göteborgs posten : <http://www.gp.se/>
Servicehandlaren : <http://www.servicehandlaren.se/>
Affars varlden : <http://www.affarsvarlden.se/>
Aftonbladet : <http://www.aftonbladet.se/>
Bensin och butik : <http://www.bensinochbutik.se/>
Dagens handel : <http://www.dagenshandel.se/>
Dagens media : <http://www.dagensmedia.se/>
Food monitor : <http://www.foodmonitor.se/>