

COOP INHOUSE/ COOP SVERIGE AB

BÄSTA COLLAB: LOME

Sammanfattning

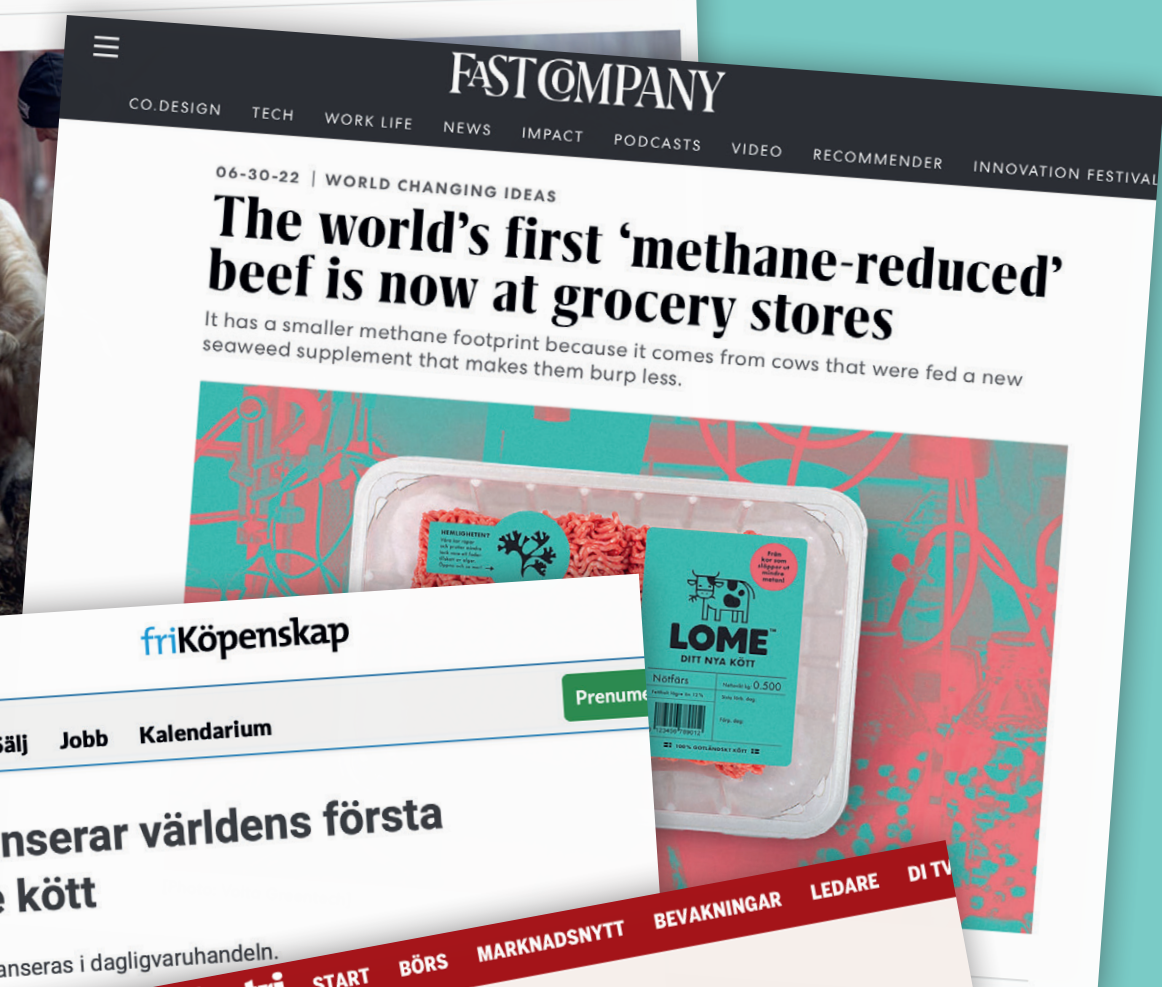
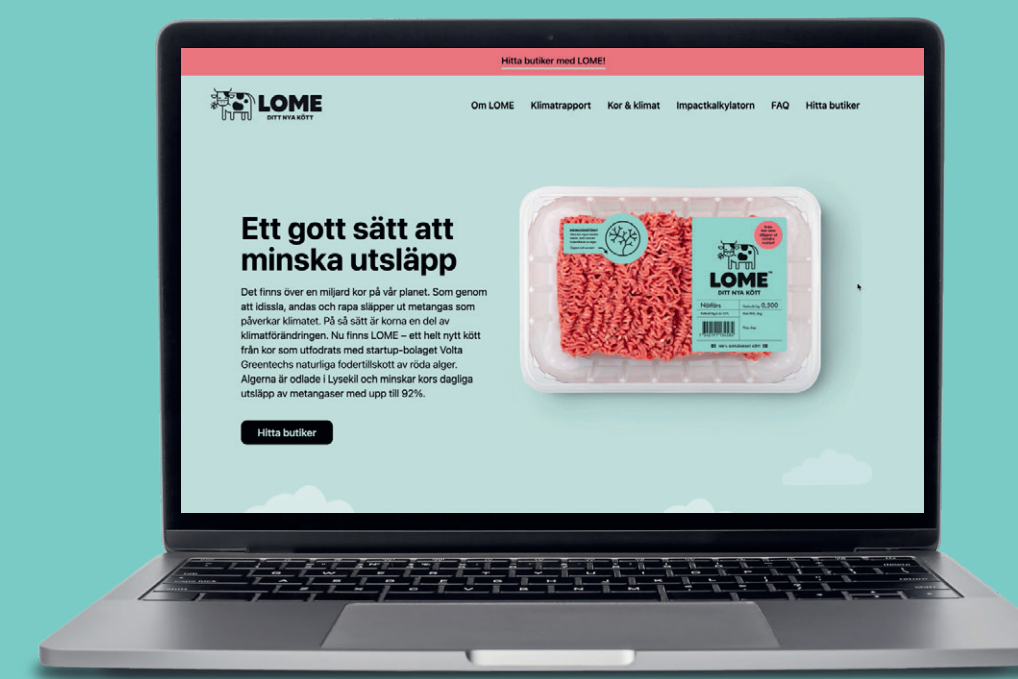
Vårt uppdrag var en del i ett unikt samarbete mellan Coop, bioteknikföretaget Volta Greentech och livsmedelsbolaget Protos AB (tidigare Svenskt Butikskött och Gotlands Slakteri). Syftet med projektet var att skapa uppmärksamhet kring metangasproblematiken i köttindustrin och visa på att det finns mer hållbara alternativ.

Projektet bygger på en unik teknik framtagen av Volta Greentech, där man utvecklat ett sätt att odla röda alger på land, alger som sedan adderas i foder för nötkreatur. Studier visar att när korna äter detta foder minskar deras metansutsläpp med upp till 90 %.

Uppdraget till oss på Coop Inhouse blev att ta fram och marknadsföra en kommersiell produkt, som dels kunde säljas till en bredare massa, dels skapa uppmärksamhet kring frågan och påverka opinionsbildare.

Lösningen blev: **Lome – Ditt nya kött**. Vi på Coop Inhouse stod för namngenerering, förpackningsdesign, landnings-sida, butiksmaterial och filmer för sociala medier.

I samband med lanseringen bjöds media in till ett event där Paul Svensson lagade hamburgare av det nya köttet. Inbjudna på eventet var även ett gäng namnkunniga kockar och matkreatörer som alla berättade om Lome i sina egna sociala kanaler.



Bakgrund

Under 2022 startade biotechföretaget Volta Greentech tillsammans med livsmedelsbolaget Protos och Coop ett unikt pilotprojekt, med målet att tillsammans ta fram världens första metanreducerade nötkött för kommersiellt bruk. Inom ramen för projektet hade tio tjurar på Ejmunds gård på Gotland dagligen fått Volta Seafeed; ett 100 procent naturligt fodertillskott baserat på den röda algarten Asparagopsi. Algen odlas på land i Voltas pilotanläggning i Lysekil. I studien testades olika sätt att utfodra djuren och som mest nåddes över 90 % metangasreduktion. Coop och Volta började samarbeta redan 2020 när foodtechbolaget antogs till foodtech-acceleratorn Bloomer som Coop var en av initiativtagarna till.

För oss var detta ett unikt tillfälle att delta i ett projekt som ligger i framkant inom området foodtech och omställningen till en mer hållbar livsmedelskedja. Vi blev först ut i världen med att erbjuda kunder och medlemmar en unik produkt och kunde samtidigt fortsätta stötta svensk livsmedelsproduktion.

Vår utmaning var att på kort tid skapa uppmärksamhet kring produkten såväl som att få ut produkten i butik. Ett mål vi nådde trots mycket snäva tidsramar och ytterst begränsad budget.

Utförande

För att få med oss ”hållbarhetsvärlden”, organisationer inom jordbruk och livsmedel samt politiker, politiska partier och andra viktiga opinionsbildare var vi tvungna att välja rätt strategisk riktning och se över det nya varumärkets löfte till marknaden.

På grund av att köttproduktionen i det här skedet var ytterst begränsad och för att nå ut till en bredare målgrupp, inte bara en liten exklusiv skara, valde vi att lansera produkten som nötfärs.

Första steget i processen var att sätta ett namn och en grafisk profil. Vad som kändes värdefullt var att tänka stort. Eftersom detta är en revolutionerande produkt ansåg vi att det var viktigt att namnet är internationellt gångbart. Vi utgick från ord som metan, hållbarhet, mindre utsläpp, framtid, revolutionerande, kor, grönt, hav och Gotland.

Vi landade slutligen i: **Lome – Ditt nya kött**. En förkortning av *low on methan*.

Tillsammans med en framåtlutad grafisk profil och en förpackning som andas klimatsmart och premium gav det en tydlig association till vad produkten handlar om.

Steg två i processen var lanseringskampanjen. Då en del av vår målgrupp bestod av politiker och andra viktiga opinionsbildare var det ett naturligt val att lägga lanseringen i anslutning till Almedalsveckan. Förutom ett komplett butiksmaterial tog vi fram filmer för sociala media och en unik landningssida med all fakta kring det nya köttet.

Inför lanseringen den 30 juni 2022 anordnades ett välbesökt event för branschfolk och media där kända kocken Paul Svensson grillade hamburgare av det nya köttet. Inbjudna på eventet var även ett gäng namnkunniga kockar och matkreatörer som alla berättade om Lome i sina egna sociala kanaler.

Alla intressenters förväntningar på projektet:

Protos (Svenskt Butikskött):

Möjligheter att nå ut och prata för framtidens köttproduktion – hållbarhet. Möjlighet att gå ifrån den polariserade debatten. Revansch för köttet. Hoppas differentiera diskussionen kring metan från kor respektive övriga kolutsläpp.

Volta Greentech:

Hoppas få bekräftelse på att kund vill ha den här produkten till det priset vi säljer för. Ger oss också en mätare för planering framåt. Hoppas lyfta frågan kring metangasproblematiken.

Coop:

Stärka Coop som den goda kraften i mat-Sverige. Vi står främst i ledet för en hållbar utveckling genom att stödja innovationer som bidrar till en hållbarare livsmedelsproduktion.

Vi enades om att vi alla behöver ha samma story och syn på djur och metangas i all kommunikation.

Resultat

Hela projektet byggde på ett samarbete mellan Volta Greentech, Protos AB och Coop, hela vägen ut till köttdisken; från val av gård för uppfödning, metangasstudien, kvalitetsarbete, framtagning av kommunikation och förpackningar. En styrgrupp bestående av representanter för dessa samt Ejmunds Gård hade ett nära samarbete under hela processen. Detta samarbete bidrog i stort till det övervägande positiva mottagande som Lome fått och den spännande utveckling vi sett sedan lanseringen.

Tack vare snabba beslutsprocesser fick vi på kort tid ut en helt ny färdig produkt tillsammans med ett komplett marknadsföringsmaterial till över 20 butiker. Trots att vi bara hade kött från 10 tjurar kunde vi få ut tillräckligt med nötfärs till butikerna, som var odelat positiva. För att så många som möjligt skulle få chans att upptäcka det nya köttet så subventionerades priset av oss på Coop och såldes för cirka 59 kr för 500 gram nötfärs. Samtidigt släpptes även andra utvalda delar som ryggbiff och oxfilé, vilka såldes över disk.

Sammantaget fick Lome stor uppmärksamhet i butik och personalen fick möjlighet att berätta om den unika produkten för alla intresserade kunder. Vi nådde med råge målet med att få medial uppmärksamhet för den unika produkten då såväl svensk som internationell press skrev om nyheten.

Det subventionerade priset gjorde att många nyfikna kunder valde att testa denna spännande och helt oprövade produkt. Flera kunder återkom även efter kampanjperioden och önskade köpa mer av Lome-köttet.

Arbetsgrupp

Coop Inhouse

Samarbetspartners

Coop

Volta Greentech

Protos AB

Kontaktpersoner

Coop Sverige AB

Annette Neguisse, Byråchef Coop Inhouse

Mail: annette.negussie@coop.se

Mobil: +46 703 21 10 51

Faktureringsuppgifter

Organisationsnummer:

556710-5480

Företag/Organisation:

Coop Sverige AB / Coop Inhouse

Kostnadsställe/Fakturaref:

Kostnadsställe: 501161

Referens: Annette Negussie

Mailadress för fakturan:

coopsverige@bscs.basware.com

Lägg en kopia på mailet till:

annette.negussie@coop.se