



2019-11-12 09:07 CET

De svenska lösgodiset - vi har ett kulturfel.

Lösgodiset är ett svenskt fenomen. Det kommer från tiden då vi sprang ner till den lokala lilla butiken på hörnet, stod och pekade på vilket godis vi ville ha och betalade med våra 10 öringar. På denna tiden fanns det bara ett fåtal godisbutiker i Sverige och godiset låg på ett pris runt 6.99kr/hg. I början på 90-talet sänktes moms i Sverige och även sockerskatten försvann. Detta medförde att godisbutikerna blev fler och fler, karamellkungen började synas ute i butiker och försäljningen utav godis ökade kraftigt. Det är inte konstigt att godisbranschen blomstrade då Sverige har fantastiskt fint godis med hög kvalité, men...

På 90-talet när branschen var i sin blom blev godiset en lockvara för dag- och servicevaruhandeln, vilket i sin tur har lett till att vi idag har samma prisbild på lösgodis som på 80-talet. Sverige har som jag sa tidigare, fantastiskt fint godis och 30% utav hela dagligvaruhandeln står godiset för. Det vi ser nu är att volymerna har blivit så pass stora att fabrikena blir pressade och därför har problem med lönsamheten inom lösgodissegmentet. Med det sagt så är det väldigt få aktörer/butiker idag som visar hela bredden av allt lösgodissortiment. I de flesta butiker idag finns det begränsade platser för just lösgodis vilket gör att leverantörer stångar sig blodiga om att få platserna i butiken. Det är då priset på de levererade lösgodiset som blir en nyckelspelare istället för kvalitén på godiset. Detta är absolut inte kedjornas eller handlarnas fel, utan vi pratar om ett kulturfel.

I Europa ligger priset på lösgodis runt 14.90kr/hg medan vi i Sverige har en vriden prisbild. Konsumenten är så van vid prisbilden på 6.90kr/hg - 8.90kr/hg och har ofta detta som referens för andra saker i butiken. Om priset skulle vara högre än generellt lösgodispris så upplevs detta som dyrt och tanken att hela butiken är dyrare än genomsnittet skapas. Prisbilden är så pass vriden på godis att vi sänker priserna vid högtider som påsk, halloween och Jul där godiset har en central roll. Inte i något annat segment görs detta, till jul blir granarna dyrare för att det är hög efterfrågan, vid midsommar är nypotatis och de första jordgubbar värt guld och kalkonen vid Thanksgiving ligger på sin pristopp. Varför gör vi tvärt om i godissegmentet och sänker priset till den nivå att nästan all lönsamhet försvinner? Supply and Demand, är det för att vi har ett överflöd av godis? Vad tror ni?

Vi pratar inte högre sockerskatter, utan att vi borde höja priserna mellan handlaren och konsument så att vi låter fabrikena få större vinst i sin tillverkning. Låt fabrikena ta betalt som om det vore 2019 och inte som 1985. Det har trots allt hänt mycket med priset på vår valuta, råvaror, löner och energikostnader men lösgodiset står kvar på samma pris. Fortsätter detta priskrig så är jag rädd att de Svenska lösgodiset inte har någon framtid. Vi kommer vi inte kunna behålla fabrikena och arbetskraften i Sverige och flera stora aktörer kommer behöva flytta utomlands. Detta vore enligt mig oerhört tråkigt då lösgodiset är ett Svenskt arv, en klenod. Vill vi inte behålla det här och ha kvar att Sverige är känt för sitt höga kvalitet på godis?

Jag upplever att ingen vågar ta tag i detta och att det är därför det står still just nu. Någon måste ta taktpinnen och vi tillsammans måste ta ett ansvar för att säkra upp detta svenska fenomen, och det måste vi göra innan det är för sent. Nu har jag fattat pennan och delat med mig utav mina tankar som

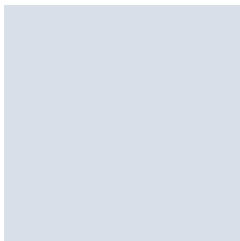
förhoppningsvis kan öppna upp för en diskussion om ämnet.

Vad tänker du?

Tack,
Jacob Youssef, VD, Candy People

Candy People AB Vi brinner för det svenska lösgodiset! Med trettiofem års erfarenhet inom en bransch i ständig utveckling förstår vi vikten av att ligga i framkant. Tillsammans med våra samarbetspartners tillverkar och utvecklar vi produkter för den svenska och den internationella marknaden. Vi anpassar våra produkter helt efter våra kunders specifika önskemål och vår ambition är att alltid överträffa oss själva. Det som kännetecknar Candy Peoples godis är hög kvalitet, och vi har en portfölj som består till 90% av gelatinfritt godis!

Kontaktpersoner



Hannah Mattsson

Presskontakt

Head of PR

Marknad

hannah@candypeople.com