

2015-06-17
Dnr N2015/2191/J

Näringsdepartementet
103 33 STOCKHOLM

Remissyttrande över SOU 2015:15 "Attraktiv, innovativ och hållbar - strategi för en konkurrenskraftig jordbruks- och trädgårdsnäring"

Sveriges Konsumenter har beretts tillfälle att yttra sig över ovanstående betänkande. Våra utgångspunkter i detta är konsumentperspektivet och våra mål i Handlingsplan 2020 om trygga, kunniga, medvetna och väl representerade konsumenter. Vi har också utgått från vår livsmedelsstrategi "Bra mat åt alla – Det ska vara lätt att välja rätt". Visionen i den är att alla konsumenter ska ha tillgång till bra mat, vilket innebär mat som är säker, prisvärde och hållbart producerad.

Vi välkomnar arbetet om en svensk livsmedelsstrategi, där Konkurrenskraftsutredningen är en del av underlaget. Konsumenterna är en förutsättning för en fungerande livsmedelsstrategi. De kan få en sådan att fungera – eller inte fungera. Även om Konkurrenskraftutredningen bidrar med konstruktiva förslag har den ett tydligt producentperspektiv. En framtida svensk livsmedelsstrategi har stor betydelse från konsumenterna och det är därför fundamentalt att dessa står i centrum. Det handlar om förtroende för livsmedel producerade i Sverige, att de levererar ett reellt mervärde, att de är hållbart producerade och att informationen är pålitlig. Därför viktigt att det finns starkt konsumentfokus i arbetet, liksom att miljö-, hälso- och djurskyddsaspekter tydligt involveras i det fortsatta arbetet med en svensk livsmedelsstrategi.

Det är uppenbart att konsumenterna i allt högre utsträckning *vill* konsumera medvetet och hållbart. En ökande insikt och kunskap om sambandet mellan det vi köper och miljö, arbetsvillkor, djurskydd etc. Boomen av ekologiska produkter är en signal, det stora stödet för ursprungsmärkning hos konsumenterna en annan, de allt fler köttersättningsprodukterna ytterligare en. Medvetenheten om "det egentliga priset för lågpriset" breder ut sig och det måste en strategi ta fasta på. Viktigt att en *långsiktig* strategi tar vara på det så att det skapas innovationskraft, konkurrenskraft som bidrar

till en hållbar utveckling. Konkurrenskraften ska stärkas genom att bevara och utveckla svenska mervärden d v s värdeskapande. Svenska konsumenter betalar i dag mer för svenska livsmedel och denna möjlighet bör ges ökat fokus.

Mer detaljerade synpunkter:

(2.1)

EUs jordbruksstöd (CAP) måste tydligt måste inriktas på hållbar jordbruksproduktion och ha ett tydligare konsumentperspektiv genom successivt stärkta kriterier. *Ett stöd till kollektiva nyttigheter som miljöåtgärder, biologisk mångfald och ekologisk produktion med utgångspunkt i ett hållbart jordbruk är den enda försvarbara användningen av skattemedel till jordbruk.*

(4.3 m fl)

Svenskt djurskydd måste värnas. Många studier (svenska och EU-studier) visar att svenska konsumenter bryr sig mycket om djurskydd (högst engagemang i EU). Vi och våra medlemsorganisationer i djurskyddsrorelsen är mycket bekymrade över utredningens ansatser att den svenska djurskyddslagen ska sänkas till EU-nivå ("bättre balans mellan djurskydd och konkurrenskraft"). Vägen att lyfta EU-nivån till det vi har i Sverige är mycket lång och komplicerad med starka motkrafter. Att därför ensidigt anpassa sig neråt kan få förödande konsekvenser för konsumenternas förtroende. Ett starkt djurskydd är ett mervärde som konsumenterna är beredda att betala mer för. Samtidigt är djurskyddet framför allt ett politiskt ansvar då det är levande kännande varelser. Det får inte överlämnas till konsumenterna att ta ansvar för att djur inte far illa. Ett starkt argument för ett gott djurskydd är att detta bidrar till en god djurhälsa och därmed ett minskat behov av antibiotikabehandling. Därmed minskar risken för antibiotikaresistens, som är ett globalt hot mot folk – och djurhälsa.

(5.4)

Konkurrensen i livsmedelskedjan måste granskas mer, inte bara inom detaljhandeln utan inom industrin, exempelvis inom mejeriindustrin, som domineras av stora aktörer.

(5.5)

Ursprungsmärkningen måste utökas, här stödjer Sveriges Konsumenter utredningens förslag. Här finns ett stort folkligt stöd, visar en undersökning som gjorts i Sverige och tre andra EU-länder av europeiska konsumentorganisationen BEUC. 6 av 10 svenskar tycker att produktens ursprung är bland de viktigaste faktorerna när de väljer mat, (tillsammans med smak, pris och kvalitet). Kött - 83 procent anger det som viktigt. Mjölk (79 procent), mjölkprodukter (77 procent), fisk (75 procent) samt färsk frukt och grönsaker (74 procent).

Offentlig upphandling har en central roll som inte nog kan betonas. Här har det redan innan det nya upphandlingsdirektivet 2014, funnits möjlighet att ställa djurskydds – och miljökrav vid upphandling av livsmedel genom Miljöstyrningsrådets kriterier. Här måste politikerna ta sitt ansvar. De senaste uppgifterna tyder på minskad andel svenskt kött i den offentliga upphandlingen vilket är oroande.

(7.3)

Miljömålen måste vara en naturlig del av arbetet. Ekologisk mat måste få större förutsättningar att växa, efterfrågan finns uppenbarligen. Vi är också bekymrade över miljökonsekvenserna av konkurrenskraftsutredningens förslag, inte minst avsnittet om kemiska bekämpningsmedel. Här delar vi miljörorelsens kritik och anser det viktigt att försiktighetsprincipen tillämpas, liksom att "cocktail effekter" och hormonstörande ämnen beaktas. Utredarens förslår ökad tillgänglighet av kemiska

miljöbelastningen och att såväl konventionella som ekologiska odlare gynnas av förslagen.

Vad utredningen förbisett:

Vegetabilier kommer att få ökad betydelse, inte minst som en källa för protein. Det är oomtvistligt att köttkonsumtionen behöver minska. Vi behöver äta mindre men bättre kött och använda alternativ till kött. Här har utredningen förbisett den växtbaserade mat trend som finns där ex försäljning av havremjolk och bönor missas i beskrivningen av svensk matproduktion.

Folkhälsan har en stark koppling till en ny livsmedelsstrategi. *Vilken* mat är det som ska produceras? Fetma och övervikt är mycket stora problem som måste adresseras. Vi har ingen folkhälsostategi för mat, trots att det behövs. Folkhälsopolitiken får inte krocka med en livsmedelsstrategi. Här måste också hänsynen till dem med allergier och intoleranser. Ju bättre rutiner och förutsättningar det exempelvis finns kring att så, skörda och leverera ren havre direkt i den primära produktionen - desto närmre kan vi komma ett ökat utbud av [naturligt] glutenfria produkter på marknaden.

I övrigt uppmanar vi regeringen att noga studera inkomna remissyttrande från våra medlemsorganisationer samt i övrigt från dem som företräder konsument-, miljö- och djurskyddsintressen.

Stockholm dag som ovan



Örjan Brinkman
Ordförande