



SVERIGES KONSUMENTRÅD
THE SWEDISH CONSUMERS' ASSOCIATION

2006-02-24
Er ref.: Jo2205/13

Jorbruksdepartementet
Naturresurs och sameenheten
Andreas Mattison
103 33 Stockholm

Förslag till rådsförordning om ekologiskt jordbruk och ekologiska livsmedel (Jo2005/13)

Sveriges Konsumentråd har givits tillfälle att kommentera förslaget till ny rådsförordning om ekologiskt jordbruk och ekologiska livsmedel.

1. Bakgrund och grundläggande problematik.

Förordningen är produkten av ett svenskt initiativ taget under det svenska ordförandeskapet 2001 att arbeta fram en handlingsplan för ekologiska livsmedel och ekologiskt jordbruk. Av de samråd som sedan följde framgick de viktigaste momenten i en sådan satsning. Dessa inkluderade bland annat behovet av att fastställa principerna för ekologiskt jordbruk, lösa problemet med de många märkningar och normer som finns på den inre marknaden samt behovet av att förbättra importbestämmelserna.

Resultatet och produkten av detta samråd är således den aktuella förordningen. I motiven till förordningen förklaras att ”*genom att man definierar och sammanför mål, principer och grundläggande regler för märkning, kontroll, import och produktion i en enklare, tydligare och öppnare rådsförordning förenklas de befintliga rättsliga ramarna för ekologisk produktion.*” Med andra ord syftar förordningen till att definiera vad som inom den europeiska gemenskapen menas med ”ekologiskt”, samt att skapa en reglering kring detta begrepp som leder till att marknaden inom Europa för sådana produkter stärks. Detta grundläggande motiv till förordningens tillkomst, att stärka ekologiska produkters ställning på den europeiska marknaden som helhet, är något som Sveriges Konsumentråd stödjer.

Samtidigt finns det vissa frågetecken kring de effekter detta kan komma få för svenska konsumenter. På den svenska marknaden finns idag redan en fungerande ekologisk märkning (KRAV). Denna märkning ställer dessutom i flera avseenden högre krav på ekologiska produkter än den nu föreslagna europeiska regleringen. Även om en harmoniserad europeisk reglering i det långa perspektivet kan få positiva effekter för

samtliga konsumenter inom Europa, svenska konsumenter inkluderat, finns det en risk för försämring i ett kortare perspektiv. En konkurrenssituation får inte leda till att svenska konsumenter berövas de många positiva effekter som följer av dagens fungerande svenska märkning.

Vid sidan om denna grundläggande problematik med den nya förordningen, finns det även ett antal oklarheter och problem som bör klargöras och lösas. Dessa, samt ytterligare kommentarer kring de positiva inslagen i förordningen, presenteras separat nedan.

2. Artikel 1, Syfte och tillämpningsområde

Sveriges Konsumentråd menar att besluta att utesluta restauranger och liknande livsmedelsservice från förordningens tillämpningsområde är särskilt olycklig. Det finns ingen logisk förklaring till varför konsumenter i dessa situationer skulle ha ett mindre behov eller intresse att få information kring matens ekologiska ursprung. Tvärtom är medvetna val något som konsumenter inte bara gör i matvarubutikerna, utan även på restauranger och i personalmatsalar.

3. Artikel 2, Definitioner

De definitioner som återfinns i förordningens artikel 2 är generellt sett bra. Däremot saknar vi ett antal begrepp som bör klargöras närmare och då lämpligen i definitionsartikeln. Särskilt påtaglig är denna brist i förhållande till begreppet ”*naturliga ämnen*”, så som detta framkommer i artikel 4. Utan att närmare precisera vad som åsyftas, menar artikel 4 både att ”*naturliga ämnen ska ha företräde*”, samt att kemiskt syntetiserade ämnen endast får användas under förutsättning att ”*naturliga ämnen inte är kommersiellt tillgängliga*”. Med tanke på denna artikels principiellt mycket viktiga betydelse är det särskilt olyckligt att dessa begrepp inte definieras närmare i förordningen.

4. Artikel 16, Mindre restriktiva produktionsregler

I artikeln räknas ett antal situationer upp där avsteg skall kunna göras från de produktionsregler som fastställs i kapitel 1, 2 och 3. Sveriges Konsumentråd menar att detta förslag som utgångspunkt är positivt då det tar hänsyn till geografiska skillnader som tidigare kan ha varit förbisedda. Detta förutsätter emellertid att dessa undantag inte utnyttjas på ett sätt som gör att konsumenterna blir vilseledda eller att informationen blir förvirrande.

Alla produkter går knappast, utan stor svårighet, att producera ekologiskt. Men då skall de heller inte klassas som ekologiska. Undantagen kan endast accepteras så länge de inte leder till att produkter som egentligen inte är ekologiska, ändå klassas som sådana.

5. Artikel 17 - 20, Märkning

Sveriges Konsumentråd menar att de artiklar som återfinns under avdelning IV, ”*Märkning*”, lider av oklarheter och brister i flera avseenden.

Till att börja med är upplägget och sambandet mellan artikel 17 och 18 inte helt enkelt att förstå. Särskilt artikel 17 är svårförståelig med sin formulering av vad som både är tillåtet och vad som är förbjudet. I vår mening hade det varit tillräckligt att föreskriva att termen ”*ekologisk*”, eller härledningar av denna, är reserverad för produkter som uppfyller förordningens föreskrifter.

Vidare vill vi även påpeka de oklarheter som finns i artikel 17 vad gäller förbudet mot att använda begreppet ”*ekologisk*” i märkning och marknadsföring. Visserligen är märkning definierat i artikel 2, men vissa oklarheter kvarstår. Är det till exempel förbjudet att informera om de ekologiska produktionsmetoder som har utnyttjats vid produktionen av en annars icke-ekologisk mjölk, genom informationstext på förpackningens baksida? I detta avseende är den definition som finns i artikel 2 klart bristfällig. Artikeln bör klarare fastslå vad som skall anses som förbjudet och inte.

I detta sammanhang är det också olyckligt att förordningen inte lämnar utrymme för ingrediensuttalanden. Det faktum att det under nuvarande reglering är

förbudet att säga att exempelvis en rätt innehåller ekologisk potatis, menar vi är högst olycklig.

Slutligen finns det ett antal tveksamheter kring det förbud mot märkning och reklampåståenden som återfinns i artikel 20. Till en början vill vi klargöra att artikeln under inga omständigheter får innebära att ett företag eller organisation hindras att profilera eller marknadsföra sig själva med hjälp av eventuella ekologiska fördelar som dess märkning innebär. Dessutom förefaller motiven och fördelarna kring detta förbud vara högst oklara. De resonemang som återfinns både under punkt 27 och 31 i motiveringsdelen upplever vi som både oklara, svårförståeliga och ogenomtänkta.

Vi vill även uttala vissa tveksamheter kring förbudets natur i övrigt. Som skrivelsen av den aktuella artikeln står just nu, innebär den ett förbud mot att överhuvudtaget yttra åsikter kring ekologisk eller liknande. Vilsedande marknadsföring skall givetvis beivras i enlighet med den tillämpliga marknadslagstiftningen, men det finns en grundläggande skillnad mellan ett sådant beivrande, och ett förbud mot att överhuvudtaget yttra sin åsikt. Av grundläggande skäl måste detta även gälla oavsett om det man påstår är sant eller inte.

6. Avdelning VI, Handel med tredjeländer.

Denna avdelning av den nya regleringen innehåller en klar förbättring jämfört med den tidigare förordningen. Reglerna förefaller genomgående ha både klargjorts, förenklats och förstärkts och Sveriges Konsumentråd stödjer därför denna del av förordningen till fullo.

7. Artikel 24, Certifiering.

Även om förordningen innehåller en relativt detaljerad reglering kring de olika kontrollorganen och den certifiering som dessa skall utföra, menar Sveriges Konsumentråd att det är anmärkningsvärt att det överhuvudtaget inte nämns någonting om vad kostnaden för denna certifiering kommer att vara. Vi anser det vara tillräckligt att klargöra att vi förutsätter att denna kostnad kommer att sättas mycket lågt, så att konsumenterna i slutändan inte drabbas genom högre priser.

8. Artikel 31, Förvaltningskommitté för ekologisk produktion

Denna del av förordningen upplever vi vara mycket oklar. Det är en mycket omfattande mängd frågor som skall avgöras av denna föreslagna *förvaltningskommitté* och därför är det också särskilt olyckligt att dess sammansättning, organisation och dylikt överhuvudtaget inte preciseras i förordningen.

9. Budgetkonsekvenser

I punkt 36 av motiven till förordningen förklaras i all korthet att det aktuella förslaget inte kommer få några direkta konsekvenser för gemenskapens budget. Sveriges Konsumentråd menar att förslaget i detta sammanhang bör uppmärksamma de omfattande investeringar i informationsåtgärder som måste göras om den nya regleringen skall få genomslag.

I handläggningen av detta remissvar har Jonas Adolfsson, juridisk utredare, Jens Henriksson, internationell sekreterare, samt undertecknad deltagit.

Stockholm dag som ovan

Jan Bertoft
generalsekreterare