

Bra mat åt alla

Strategi för livsmedel



**Sveriges
Konsumenter**

Sveriges Konsumenters livsmedelsstrategi

Beslutad i september 2014

Bakgrund

Våra äldsta förfäder skaffade mat genom att jaga, fiska, äta bär, rötter och annat som naturen gav. Allt eftersom århundradena gick började människorna tillreda sin mat och bedriva jordbruk. Fram till 1950-talet köptes färska råvaror och det var oftast kvinnorna som lagade maten. Inget fick förfaras, allt skulle ätas upp. Stor arbetsinsats, planering och hushållning var nödvändigt för att kunna mätta en familj under hela året.

Effektiviseringen av jordbruket, industrialisering och utvecklad handel har lett till ett stabilare utbud av livsmedel, lägre priser samt förbättrade löner och arbetsvillkor. Konsumenterna fick råd att köpa färdiglagat. Fabrikstillverkad, ofta konserverad, frystorkad och djupfrost mat blev allt populärare. Men med denna hantering ändrades också matens sammansättning. Konserveringsmedel, konsistensgivare och färgämnen blev nödvändiga för att maten skulle hålla sig och se aptitlig ut.

I dag utgör livsmedelsreklam en stor andel av det totala reklamutbudet. Vi har fått en aldrig sinande ström av matprogram på TV, varje år ges ett stort antal kokböcker ut, det kommer nya matbloggar och det finns mängder av matrecept i tidningar och på nätet. Mat finns överallt. Men informationen i butikerna har inte utvecklats i samma takt. Det kan vara svårt att hitta fakta om matens innehåll och ursprung, texterna på förpackningarna är ofta svårlästa. För människor med allergier och intoleranser kan detta vara livsviktig information. Butikspersonalen saknar dessutom ofta kunskap och kan därmed inte svara på kundernas frågor.

Parallellt med den stora exponeringen av och tillgången till mat ökar överviktsproblemen och hälsoklyftorna mellan olika delar av befolkningen. På framträdande plats i butikerna exponeras snacks, läsk och godis – med fett, socker och tomma kalorier.

Kostnaden för livsmedel i Sverige är inte längre en lika stor andel av hushållens genomsnittliga disponibla inkomst – runt 12 procent mot cirka 19 procent för tjugo år sedan. Handelns fokusering på lågpris ger oss billig mat. Men hur blir det med kvaliteten? Långt driven prispress bidrar ofta till hög miljöbelastning, dålig djurhållning med hög antibiotikaförbrukning och olidliga arbetsförhållanden. Det uppmuntrar också till fusk och oacceptabla konkurrensförhållanden.

En stor del av maten konsumeras på restauranger, liksom i offentliga institutioner som skolor, äldreomsorg och sjukhus. Även här brister det i information om innehåll och ursprung.

Inom EU har säker mat fått ett allt större fokus. Innehållsdeklaration, tillsatser, antibiotika till djur, GMO, hälsolöften – många frågor beslutas i huvudsak på EU-nivå. Samtidigt varierar insatserna för säker mat stort mellan medlemsländerna.

Livsmedel har under många år varit en central, prioriterad fråga för Sveriges Konsumenter. Denna strategi är ett komplement till Handlingsplanen fram till 2020 och ska ge upplysning om aktuella ståndpunkter, vägledning inför kommande policyarbete samt inför planering av verksamheten. Strategin har beslutats av styrelsen efter dialog med och inspel från medlemsorganisationerna.

Vision

Sveriges Konsumenter vill att alla konsumenter ska ha tillgång till bra mat. Det innebär mat som är SÄKER, PRISVÄRD och HÅLLBART PRODUCERAD.

Med hållbart menar vi att hänsyn ska tas till miljö-, klimat-, hälso-, sociala-, ekonomiska- och djuretiska perspektiv. Produktionen ska hålla sig inom planetens gränser och göra det möjligt för dagens generationer att konsumera utan att äventyra framtida generationers möjligheter att tillfredsställa sina behov. Maten måste vara säker och så långt möjligt fri från skadliga bakterier, naturliga gifter och rester av bekämpningsmedel och läkemedel.

Ekologiska livsmedel visar på många sätt vägen för en hållbar produktion, men all produktion måste uppfylla höga krav på hållbar utveckling. Det innebär ett absolut minimum av kemiska bekämpningsmedel och antibiotika till djur. Det innebär kraftfulla åtgärder för att minska klimatbelastningen, gynna den biologiska mångfalden, minimera läckaget av kväve och fosfor till naturen och ersätta fossil energi med förnybar. Vidare måste arbetsmiljöförhållanden och djurens egenvärde respekteras.

Det ska vara lätt för konsumenterna att välja. I butiker och på restauranger vill vi se ett utbud av prisvärda livsmedel med tydlig och begriplig information om innehåll, näringsinformation och ursprung. Detta gäller dels allmän information, dels särskild; för personer med allergier och intoleranser mot födoämnen, samt veganer och vegetarianer. Informationen ska givetvis inte vara vilseledande.

Konsumenterna ska kunna lita på maten, till exempel att beteckningar och innehållsförteckningar är korrekta, att djur fötts upp, slaktats och transporterats i enlighet med goda djurskyddsnormer.

Alla har ett ansvar för att denna vision blir verklighet – politiker, myndigheter, handel, industri, jordbruk – och konsumenterna själva. Stärkt konsumentmakt är viktig men får inte bli ett tomt ord och en undanflykt från politik och näringsliv för att slippa ta ansvar.

BRA MAT ÅT ALLA, DET SKA VARA LÄTT ATT VÄLJA RÄTT

Så når vi dit

För att nå ”*Bra mat åt alla – Det ska vara lätt att välja rätt*” ska Sveriges Konsumenter arbeta nationellt, på EU-nivå och globalt. Vi ska öka vårt politiska inflytande. Vi ska uppvakta och ha dialog med relevanta beslutsfattare. Vi ska proaktivt bjuda in politiker, näringsliv och andra makthavare till debatter och seminarier, samt samarbeta med dem i till exempel olika utspel.

Sveriges Konsumenter ska särskilt fokusera på att förändra handelns påverkan på våra köpmönster till att gå i en mer hållbar riktning, genom att utmana deras metoder att välja utbud, exponera, prissätta och marknadsföra. Handeln bör främja försäljning av ekologiska varor och se till att personalen är kunnig och välinformerad om matens innehåll och ursprung. Vi ska få fler politiker såväl nationellt som på EU-nivå att ställa sig bakom de krav vi driver och få fler att följa oss i våra kommunikationskanaler, bland annat via sociala medier och vårt nyhetsbrev.

Sveriges Konsumenter ska dessutom ha täta kontakter med andra konsumentinriktade organisationer och tillsammans med dem driva kampanjer kring livsmedelsfrågor, göra utspel och bjuda in till debatter och seminarier. Dessutom ska vi aktivt driva att det ska vara lätt att välja bra mat i arbetet inom den europeiska och globala konsumentrörelsen.

Sveriges Konsumenter ska i möjligaste mån bidra till att höja den allmänna kunskapsnivån om livsmedel. Vi ska uppmuntra hållbara levnadsvanor och en hälsosam livsstil. Vi ska arbeta för att göra det lätt för konsumenten att välja hållbart producerade livsmedel. Vi ska arbeta för ett brett utbud av mat som är prisvärd och av god kvalitet. Bra mat som är hållbart producerad ska vara tillgänglig för alla, oavsett ekonomiska förutsättningar.

Sveriges Konsumenter ska utveckla sitt arbete i EU och vara bättre på att tidigt påverka politiska processer i EU. Vi ska bli bättre på att utnyttja europeiska nätverk och ha en fortsatt stark roll i BEUC samt i övriga centrala och strategiskt viktiga organ och organisationer för konsumentinflytande.

Våra krav nationellt

1. Konsumenterna ska redan i den obligatoriska skolan få kunskaper om råvaror, livsmedelsproduktion, hushållning och kvalitet. Antalet timmar i hem- och konsumentkunskap ska utökas.

2. Konsumenterna ska få relevant, trovärdig och lättillgänglig information om livsmedel, bland annat fullständig innehållsdeklaration och ursprungsmärkning. Inte minst ska informationen om färdigmat på restauranger, livsmedelsbutiker och matsalar i vård, omsorg och skola förbättras.

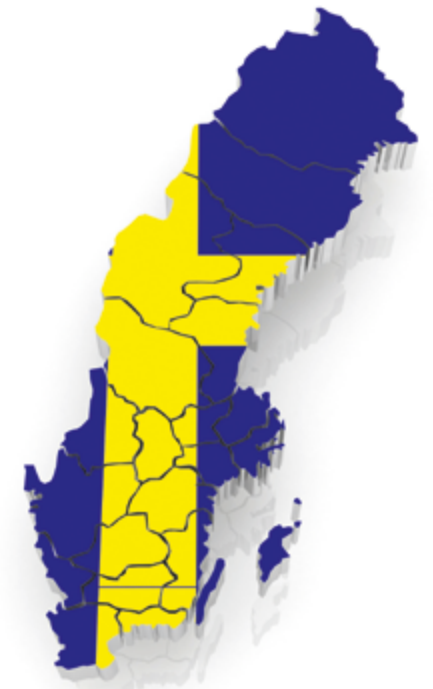
3. Handeln ska ta ett betydligt större ansvar för en hållbar utveckling och en hållbar livsstil hos sina kunder genom utbud, exponering och marknadsföring.

4. Produktion av hälsosam, hållbart producerad mat som produceras utifrån höga etiska krav och djurskydds krav ska främjas genom lagstiftning, nationella ekonomiska stöd samt skattemässiga justeringar.

5. Dagens köttproduktion ska ifrågasättas och förändras. Hälsa, klimat, biologisk mångfald och djurskydd ska vara utgångspunkter för en förändring av vår köttkonsumtion.

6. Övergång till en mer hållbar konsumtion av kött och vegetarisk kost ska stimuleras genom exempelvis undervisning i skolorna och kampanjer.

7. En effektivare och likvärdig livsmedelskontroll ska skapas genom att ansvaret överförs från kommunerna till staten. Därmed behandlas livsmedels- och djurskyddskontrollen lika. System och rutiner ska utformas så att kontrollen blir effektiv. Fusk och slarv ska också förebyggas genom hårdare sanktioner.



8. Konkurrensen inom dagligvaruhandeln ska ökas genom politiska åtgärder, samtidigt som marknadskoncentrationen ska minska. Studier bör genomföras om hur dominerande aktörer påverkar tillgänglighet och priser. Butiksdöden måste hejdas genom glesbygdsstöd så att mindre orter kan behålla sin livsmedelsbutik och de kringtjänster många handlare tillhandahåller.

9. Möjligheterna att ställa miljö-, etiska-, djurskydds- och hälsokrav i offentlig upphandling för till exempel skolor, sjukhus och äldreomsorg ska stärkas. Det ska också säkerställas att kollektivavtal finns och att arbetsmiljön är god hos entreprenören.

10. Ekologisk produktion ska stimuleras genom politiska åtgärder, bland annat genom underlättande att ställa och få igenom hållbarhetskrav i offentlig upphandling.

11. Åtgärder för hushållning och minskat matsvinn ska uppmuntras, såväl i hemmen som i offentlig verksamhet och på restauranger. Politiska initiativ krävs för en bättre resurshållning. Biologisk återvinning av matavfall ska vara en skyldighet för alla kommuner.

12. Reklam för ohälsosam mat och dryck till barn bör förbjudas. Den bidrar till en ohälsosam livsstil och motverkar vuxnas försök att ge barnen sunda matvanor. Förbud ska även försöka genomdrivas på EU-nivå, då TV-reklam ibland sänds från annat land riktat mot barn.



Våra krav på EU-nivå och globalt

1. Fullständig innehållsmärkning och ursprungsmärkning av livsmedel i EU är nödvändigt för konsumenternas möjlighet att göra aktiva val. Konsumenten har rätt att veta vad hen äter och utsatta konsumentgrupper, exempelvis personer med allergi och födoämnesintolerans, har särskilda krav på tillförlitlig innehållsdeklaration. Informationskravet ska utvidgas till att även omfatta restauranger och storkök.

Ursprungsmärkningen måste utvidgas till att gälla kött, fisk, fågel och mjölkprodukter. För kött ska märkningen visa var djuret är fött, uppfött och slaktat. Ursprungsmärkning ska också gälla sammansatt produkter som korv och färdigrätter.

2. Den europeiska jordbrukspolitiken, CAP, måste förändras. Ett modernt jordbruksstöd med utgångspunkt i ett hållbart jordbruk är den enda försvarbara användningen av skattemedel till jordbruk.

3. EU:s sanering av otillbörliga hälsopåståenden måste bidra till att konsumenterna får korrekt och relevant information. Marknadsföring av livsmedel utifrån ett hälsoperspektiv får inte vara vilseledande och inte heller ta fokus från betydelsen av en balanserad och omväxlande kost.

4. Information om genmodifierade organismer (GMO) i livsmedel ska förbättras, och det gäller även kött från djur som fått GMO-foder. Dagens tillämpning av genteknik på grödor är inte lösningen i en långsiktigt hållbar livsmedelsproduktion och ger vissa företag en oerättigad dominerande roll.

5. Användning av antibiotika i djurhållning i tillväxtfrämjande syfte måste stoppas. Endast veterinärmedicinskt motiverad användning av antibiotika ska vara tillåten och aldrig i generellt förbyggande syfte. Tvingande åtgärdsprogram måste genomföras i EU:s medlemsländer för att förbättra djurhållningen.

6. Säkerställ att EU:s krav på säkra och hållbart producerade livsmedel bibehålls i ett eventuellt frihandelsavtal med USA (TTIP).



Sveriges Konsumenter är en oberoende, partipolitiskt obunden paraplyorganisation med 28 medlemsorganisationer. Målet är ökad konsumentmakt och att politiker, näringsliv och myndigheter alltid ska ha konsumenternas bästa för ögonen. Sveriges Konsumenter arbetar med påverkan och opinionsbildning, både nationellt och internationellt, och ger ut tidningen Råd & Rön och nyhetsbrevet KonsumentMakt.

Mer information på:

www.sverigeskonsumenter.se
www.radron.se

Postadress:

Sveriges Konsumenter
Box 38001
100 64 Stockholm

Besöksadress: Hornsgatan 172

Tel: 08-674 43 00

E-post: info@sverigeskonsumenter.se

**Sveriges
Konsumenter**