

2016-06-18  
Dnr N2015/2191/J

Näringsdepartementet  
Anneke Svantesson  
103 33 Stockholm

n.registrator@regeringskanslie.se  
anneke.svantesson@regeringskansliet.se

## **Föreningen Medveten Konsumtions remissyttrande över SOU 2015:15**

### **"Attraktiv, innovativ och hållbar – strategi för en konkurrenskraftig jordbruks- och trädgårdsnäring"**

Föreningen Medveten Konsumtion (MK) är en konsumentförening som verkar för ökad kunskap om konsumtionens effekter på miljön och de som arbetar inom industrin. Genom föreningen får konsumenter ökade kunskaper inom miljö, klimat och etisk handel.

I den nära dialog med konsumenter som föreningen driver framkommer tydligt att allt fler konsumenter idag vill konsumera mer hållbart och göra aktiva val där de vet vad de bidrar till. Samtidigt ska det vara "lätt att göra rätt" och detta är något en svensk livsmedelsstrategi måste främja.

En framtida svensk livsmedelsstrategi har stor betydelse för konsumenterna och MK välkomnar att regeringen lägger vision och strategi om en hållbar, innovativ och attraktiv jordbruks- och trädgårdsnäring. Konkurrenskraftutredningen innehåller viktiga fakta och ger förslag till ett antal konstruktiva åtgärder som kan förbättra svenskt lantbruks konkurrenskraft. MK anser dock att Konkurrenskraftutredningen inte har låtit konsumenterna representeras i tillräcklig utsträckning. Både miljö – och konsumentorganisationer har haft ett alldeles för begränsat inflytande.

Konsumenter har visat att de betalar mer för svenska livsmedel. MK anser att konkurrenskraften ska stärkas genom att bevara och utveckla svenska mervärden. En bred folkopinion har vid flera tillfällen tydligt kommunicerat att den svenska djurskydds nivån inte bör sänkas. Inte minst har detta skett genom samarbete mellan flertalet konsumentföreträdande organisationer. Detta är något en långsiktig strategi måste ta fasta på för att främja innovationskraft och konkurrenskraft som bidrar till en hållbar utveckling.

MK medhåller Naturskyddsföreningen om att "konkurrenskraftsutredningen inte i tillräcklig omfattning utgår från alla tre dimensionerna av hållbar utveckling. Utan hållbart brukande av naturresurserna kan inte en långsiktig konkurrenskraft skapas."

#### 4.3 Djurskydd

Att konsumenter i Sverige har högst andel inom EU av de som tänker på djurvälstånd när man handlar mat i EU (EU-barometern 2007) är något som måste tas i beaktande och främjas. Även aktuella konsumentstudier från Svenskt Kött och LRF Mjölks styrker att svenska konsumenter värderar djurs välfärd högt.

Att sänka svensk lagstiftning till EU:s nivå och införa frivilliga kontrollprogram strider mot flertalet konsumentstudier som bekräftar att svenska konsumenter vill att samhället sätter en miniminivå i form av lagstiftning. Då det är av vikt att konsumenter har möjlighet att göra aktiva val och veta vad de bidrar till skulle en sådan förändring behöva kommuniceras tydligt till alla konsumenter. Med tanke på svenska konsumenters stora engagemang för djurvälstånd bör man ställa sig frågan vad en sänkning skulle resultera i utifrån konsumentens perspektiv och i slutändan även konkurrenskraften.

#### 5.5

MK stödjer förslaget och förordar en utökad ursprungsmärkning för att konsumenterna ska kunna göra informerade val.

#### 7.3

Ekologisk mat måste få större förutsättningar att växa, att det finns en efterfrågan från konsumenterna är tydligt.

Vad gäller kemiska bekämpningsmedel är det viktigt att försiktighetsprincipen tillämpas, hur en ökad tillgänglighet av den kemiska bekämpningsmedel gynnar detta ställer vi oss frågande till.

#### Övrig punkt

Att köttkonsumtionen behöver minska är obestridligt. Vegetabilier får ökad vikt som alternativ till kött och i beskrivning av svensk matproduktion bör detta tas upp och ges mer utrymme.



Alexander Clemenson

Generalsekreterare Föreningen Medveten Konsumtion Sverige

Mobil: 073-634 90 66

E-post: alexander.clemenson@medvetenkonsumtion.org