



Hållbarhet - basen i en lyckad livsmedelsstrategi

Här presenteras Naturskyddsforeningens första inspel till den nationella livsmedelsstrategin. Naturskyddsforeningen anser att ett levande, svenskt, konkurrenskraftigt jordbruk behövs och är centralt för såväl landsbygdsutveckling som flera av miljö kvalitetsmålen. Men för att detta ska kunna bli verklighet är det nödvändigt att lantbruket stöttas och styrs för att kunna möta både befintliga och kommande miljö- och klimatutmaningar.

Planetens gränser, m a o ekosystemens bärkraft, sätter ramarna för det som jordbruket behöver anpassas till. Och läget är akut; förlusten av biologisk mångfald, klimatpåverkan och hög växtnäringstillförsel till kretsloppen belastar planeten mer än vad den tål. Om man till detta lägger spridningen av miljögifter och att "peak oil" nåtts eller är på väg att nås, så innebär det att framtida livsmedelsproduktion behöver byggas på andra resurser än olja och drastiskt minska dagens ekologiska fotavtryck.¹

Det är hela samhällets ansvar att driva lantbrukets anpassning till att bli allt mer hållbart. Det kan omöjligt vara den enskilda lantbrukaren eller de medvetna konsumenterna som ska ansvara för att anpassa lantbruket till nödvändiga förändringar. På samma sätt som staten kan stödja/stimulera kommuner i klimatfrågor kan kommuner och landsting stöttas i att skydda åkermarken från bebyggelse, upphandla miljömärkt och upplåta sin egen mark till odling på ett hållbart sätt.

- Naturskyddsforeningen ser positivt på framtagandet av en svensk livsmedelsstrategi.
- Livsmedelsstrategin måste på ett tydligt sätt utgå från ekosystemens bärkraft och inom dessa ramar hantera ekonomisk och social hållbarhet för att kunna bli accepterad i hela kedjan från konsument till producent.
- Livsmedelsstrategins långsiktiga mål ska vara tydligt och mätbart. Dessutom måste strategin ha tidsatta, stegvisa delmål med angivna åtgärder för att nå delmålen.
- Livsmedelsstrategin behöver utreda vilka politiska styrmedel som kan stötta och driva på utvecklingen av hållbar teknik och ekologiska metoder inom hela livsmedelskedjan.
- Miljöskatter är ett bra sätt att stimulera utvecklingen av nya miljöinnovationer. Ett område där sådana behövs är växtskydd. En förbättrad bekämpningsmedelsskatt bör ingå i livsmedelsstrategins förslag. En differentiering av skatten efter den aktiva substansens faroklassning ger ett flexiblare sätt för lantbrukare och industri att uppnå miljöpolitiska mål utan regleringar.

¹ http://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/rapporter/hundra_procent_ekologiskt.pdf

- Livsmedelsstrategin skulle gynnas av att ha ett "vision statement". Det vill säga en kort formulering om vad som gör att svensk livsmedelsproduktion kommer bli det goda exemplet. Att jämföra med nollvisionen i trafiken. Med mycket mark, god tillgång på vatten och hög kompetens i livsmedelskedjan lämpar det sig väl att ett "vision statement" handlar om ren produktion i samklang med naturen. För att en sådan vision ska vara trovärdig krävs tydliga satsningar på mervärden för miljö- och djurskydd.

Konkurrenskraft

Konkurrenskraft kan uppnås på marknaden av lågt pris eller genom kända mervärden. Sverige har, jämfört med många importländer, kortare odlingssäsong, dyrare byggnader och högre löner, vilket gör att svenska livsmedel inte enkelt kan konkurrera med lägsta pris.² Därför kommer det vara avgörande för den svenska produktionen att bygga och marknadsföra olika sorters mervärden, d.v.s. fördelar som finns med att välja svenskt livsmedel jämfört med importerade.

Just nu är fokus i den allmänna debatten om lantbrukets framtid, inkl livsmedelsstrategin, att lantbrukets konkurrenskraft ska stärkas genom att villkor och regler för svenska företag ska vara i paritet med konkurrentländerna. Naturskyddsföreningen efterlyser en mer genomgripande analys av att borttagande av miljö- och djurskyddsregler skapar konkurrenskraft. Vi menar att man genom att sänka dagens regler urholkar de mervärden som gör att konsumenten väljer svenskproducerade livsmedel.

Det finns exempel där svenska lantbrukare har eller har haft ökad konkurrenskraft på grund av ett högre miljö- och djurskydd. Ett av de mervärden som finns för svensk mjölkproduktion är kravet på betesdrift. Betesdriften är ett mycket uppskattat värde av svenska konsumenter och används flitigt i reklamen för svenska mejeriprodukter. Betesdriften har utöver nyttan för det öppna landskapet en viktig djurvälståndaspekt. En fördjupad analys av djurvälståndaspekten som kan rekommenderas är Veterinärförbundets "*Litteraturgenomgång om sommarbete för mjölkkor – hälsotillstånd, fertilitet, mjölkavkastning och ekonomi.*"³ Ett sätt att värdera betesdriftens mervärde från svenska konsumenter är att jämföra med Danmark där betesdrift inte är ett allmänt krav vilket gör att försäljningen av ekologisk mjölk är betydligt högre p.g.a. att ekokorna får vara ute och beta.

² <http://www.slu.se/sv/centrumbildningar-och-projekt/framtidens-lantbruk-nyheter/2014/12/inlagg-til-en-svensk-livsmedelsstrategi/>

³ Litteraturgenomgång, Sommarbete för mjölkkor – hälsotillstånd, fertilitet, mjölkavkastning, ekonomi
<http://www.svf.se/Documents/F%c3%b6rbundet/F%c3%b6rstasidesartiklar/sommarbete%20SvVetTidn%208-9%20-15.pdf>

En stark konkurrensfördel som Sverige nyligen avskaffade var förbudet av stråförkortningsmedel i spannmål, förutom råg. Förbudet bidrog till kraftigt ökad efterfrågan på både ekologisk och konventionell havre från danska konsumenter som inte ville köpa havre innehållande stråförkortningsmedel med kända risker för fertilitetsproblem.⁴

- Naturskyddsföreningen anser att producera anonym mat utan mervärden inte kommer att öka det svenska lantbrukets konkurrenskraft och riskerar samtidigt öka samhällets kostnader för t.ex. miljöskador.
- Föreslagna åtgärder i Livsmedelsstrategin för ökad konkurrenskraft måste analyseras ur ekonomisk, ekologisk och social hållbarhet.
- Livsmedelsstrategin behöver fokusera på att stimulera mervärden för att skapa konkurrenskraft i den svenska produktionen.
- Det behöver utvecklas nya företagsstrukturer som gör att marknaden kan anpassas till att få ut ett merpris och att mer av konsumentpriset når producenten. För att uppnå detta behövs bland annat förbättrad infrastruktur för slakt och mejerier i hela landet.
- Sverige ses som ett föregångsland när det gäller utveckling av regler för miljö- och djurskydd. Därför behöver livsmedelsstrategin bidra till att svenska mervärden definieras och marknadsförs vid exportsatsningar.
- Om en ”svensk märkning” ska fungera på marknaden krävs att den har ett innehåll; att det finns reella mervärden i de svenska produkterna. Med tydliga mervärden kan en märkning av svensk mat bli en framgångsfaktor för ökad konkurrenskraft.
- Ökad kunskap om livsmedelsproduktion och svenska mervärden i bl a skolan behövs.

Akuta lönsamhetsproblem i vissa produktionsgrenar

Det finns idag ett akut behov av ökad lönsamhet i vissa produktionsgrenar. Det finns flera orsaker till att lönsamheten är svag i t ex mjölkproduktionen bl a Rysslands importstopp, slopandet av mjölkkvoter samt höga kostnader för insatsmedel, arbetskraft och investeringar. Det är givetvis angeläget att åtgärda detta och bygga upp en lönsam, svensk mjölkproduktion. Det finns en överhängande risk att kortsiktiga lösningar genomförs på bekostnad av viktiga svenska mervärden, t ex lösningar som sänkt dieselskatt och försämrat miljö- och djurskydd.

- Livsmedelsstrategin får inte driva fram ett kortsiktigt lönsamt lantbruk som riskerar öka samhällets miljö- och hälsokostnader.

⁴ <http://www.atl.nu/lantbruk/svensk-havre-ska-gora-danskarna-nojda> samt:
<http://www.atl.nu/lantbruk/svenska-ekologiska-havregryn-slar-ut-danska>

- Kortsiktiga lönsamhetsproblem inom olika produktionsinriktningar kan inte legitimera nedmontering av svenska mervärden och riskera det höga förtroende som branschen har när det gäller miljö och djurvälstånd.
- Borttagandet av viktiga miljö- och djurvälståndsregler riskerar att hindra utvecklingen av tekniker och metoder för anpassning till klimatförändringar och miljörestriktioner.
- Livsmedelsstrategin bör se över hur omställningsstöd kan utformas för att öka lönsamheten i företaget genom övergång till hållbarare produktionsmetoder eller övergång till annan produktion som kan erbjuda en långsiktig och hållbar lönsamhet för företaget.
- Som en tillfällig och kortsiktig lösning kan det vara rimligt att utforma ersättningsformer som en ”ko-peng” eller djurvälståndsbidrag som kombineras med omställningsstöd.
- I utformningen av en framtida mjölk- och köttproduktion måste man ta med i bedömningen att dagens konsumtion av animalier inte är långsiktigt hållbar ur klimatperspektiv. Det handlar inte bara om en minskad produktion i volym utan även att hitta bra metoder att kombinera mjölk och köttproduktion för att minska klimatpåverkan. Med mindre volymer blir det än mer viktigt med tydliga mervärden som genererar bra lönsamhet i primärproduktionen.

Ekologisk produktion, lönsam innovationsmotor för hela lantbruket

Lantbruket som helhet har ett stort behov av anpassning och utveckling av gröna innovationer för att möta klimat- och miljörestriktioner. Den utveckling som sker inom den ekologiska odlingen är därför en samhällsekonomisk resurs som rustar hela lantbruket med smarta tekniker och metoder.⁵

Ekologisk produktion är ett tydligt mervärde för en växande grupp konsumenter samtidigt som produktionen har flera nyttor till samhället; det gynnar miljön, håller landsbygden levande, förnygrar lantbruket, främjar aktivt brukande och ökar lönsamheten i lantbruket. Detta tillsammans med att det finns en kraftigt ökande efterfrågan på ekologiska produkter som idag inte möts av ökad svensk ekologisk produktion gör att samhällsvinsten av att satsa på att utveckla den ekologiska marknaden är stor.⁶

Sverige har bra naturliga förutsättningarna för ekologisk odling genom god tillgång på mark och vatten, få skadeinsekter, stark hemmamarknad och modern sektor med god kompetens och utvecklade institutioner. Därför har det svenska lantbruket tydliga konkurrensfördelar vid omställning till ekologisk produktion gentemot andra länder. Ekologiska varor ger även företagen goda möjligheter till export, vilket kan bidra till ökad lönsamhet i hela livsmedelskedjan.

⁵ <https://www.yumpu.com/sv/document/view/21356725/ekologisk-produktion-pdf-62-kb-regeringen/5>

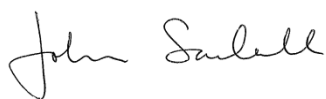
⁶ http://www.naturskyddsforeningen.se/sites/default/files/dokument-media/nyttor_med_eko_0.pdf

- Livsmedelsstrategin bör lyfta fram den ekologiska produktionen som en innovationsmotor för utvecklingen av ett svenskt hållbart lantbruk.
- Livsmedelsstrategin bör utforma ett tydligt och långsiktigt stimulanspaket som gör att allt fler lantbrukare ställer om till ekologisk produktion. Stimulanspaketet behöver ha strategier för hur det ekologiska lantbruket ska utvecklas, hur tillväxten på marknaden ska mötas med svenskt ekologiskt, hur omläggningen ska öka och exporten ta fart.
- Stimulanspaketet för mer ekologiskt bör ta sin utgångspunkt i att analysera andra länders satsningar på ekologisk produktion. Hur ser Sveriges satsningar ut på ekologisk produktion jämfört med några vanliga importländer vad gäller arealersättningar, strategiska satsningar, främjande av ekologisk konsumtion, produktions- och konsumtionsmål, ekologisk forskning och utveckling, exportssatsningar etc?
- Stimulanspaketet bör ha målsättningar för:
 1. Nya höjda mål för ekologisk produktion och offentlig konsumtion
 2. Ökad kunskapsutveckling inom ekologisk produktion. Kunskapsutveckling nås via forskning, utbildning och kvalificerad rådgivning och fungerar som redskap för att stimulera omläggningen till ekologisk produktion.
 3. Mer statliga pengar till växtförädling och husdjursavel för att anpassa arter till produktionsmetoder med låg miljöpåverkan och hög djurvälstånd.
 4. Stärkt finansiering av organisationer som Ekologiska Lantbrukarna och Organic Sweden. Idag saknas tillräckliga marknadsorienterade verksamheter för att klara av det ökande behovet av kontakt mellan konsument, livsmedelsföretag och livsmedelsproducent.

Vad är Naturskyddsföreningens roll?

Naturskyddsföreningen är en växande förening med 221 000 medlemmar. Genom opinionsbildning arbetar föreningen aktivt med att sprida fakta om de svenska mervärdena, t ex genom kampanjer för ekologisk produktion och kött från djur som betat svenska hagar. Att bidra till en hållbar utveckling av jordbruk är ett av föreningens prioriterade områden och bidrar därför med att öka kunskapen och värdet av svenska mervärden.

Vänligen



Johanna Sandahl
Ordförande Naturskyddsföreningen