

Lokal mat – vad är det?

Rapport från projektet ”Branschöverenskommelse om lokal mat”



Ingela Hallberg och Madeleine Granvik, SLU maj 2013



Sveriges
lantbruksuniversitet



Europeiska jordbruksfonden för
landsbygdsutveckling: Europa
investerar i landsbygdsområden

Innehåll

| | |
|---|----|
| Gemensamma definitioner efterlystes | 2 |
| Vad behövde göras? | 3 |
| Branschriktlinje eller branschöverenskommelse? | 3 |
| Hur används begrepp som "lokal mat" och "närproducerad mat" idag? | 4 |
| Är det skillnad på hur begreppen används i Sverige och i andra länder? | 6 |
| Har olika aktörer olika syn på begreppen? | 7 |
| Kan <u>gemensamma</u> definitioner av begrepp som "lokal mat" lösa problemet? | 10 |
| Fördelar och nackdelar med gemensamma definitioner | 12 |
| Erfarenheter av gemensamma ansträngningar | 13 |
| Från branschöverenskommelse till branschdeklaration | 14 |
| Förslag till branschdeklaration | 15 |
| Fortsättning? | 16 |
| Formalia | 16 |
| Kontaktuppgifter | 16 |
| Bilagor | 16 |
| Referenser | 17 |

Lokal mat – vad är det?

Rapport från projektet "Branschöverenskommelse om lokal mat", Ingela Hallberg och Madeleine Granvik, SLU i maj 2013

Många konsumenter är intresserade av mat med lokal identitet, men ibland känner de sig lurade. De ställer sig frågor som: Vad är det jag får när jag handlat lokalproducerat, närproducerat eller "mat från regionen"? Vad menas med lokal mat och kan jag lita på informationen?

Det övergripande syftet med detta projekt är att bidra till nöjdare och tryggare konsumenter. Projektet tar vid efter Jordbruksverket rapport från sommaren 2010 "Hållbar konsumtion av jordbruksvaror – vad får du som konsument när du köper närproducerat?"(1). Genom enkätundersökningar och en tät kommunikation med intressenter i hela livsmedelskedjan har det skapats klarhet i vad begrepp som "närproducerad mat" står för och ett förslag till branschdeklaration har arbetats fram. Nu lämnar vi som projektägare bollen vidare och hoppas att både branschorganisationer, företag och konsumenter kommer att fortsätta arbetet för att öka kunskapen i alla led om matproduktion i allmänhet och lokalproducerat i synnerhet. Vi hoppas också att kontakterna med aktörer i andra länder ska öka. Inom EU diskuteras ett förslag till riktlinjer för "mat från korta livsmedelskedjor", Short Food Supply Chains (SFSC).

Konsumenterna är förvirrade av hur olika begrepp som beskriver matens ursprung används idag. Begreppsfloran är stor och begreppen har olika innebörd för olika personer. Lokal mat, närproducerad mat och regional mat efterfrågas av många konsumenter och livsmedelskedjans aktörer erbjuder därför kunderna denna typ av mat. Ibland är priset högre på den lokala maten än på den "vanliga" mat. Många konsumenter känner sig ofta lurade av livsmedelskedjans aktörer, vilket framgår av en Sifo-undersökning som Livsmedelsverket lät genomföra år 2009(2). Otillfredsställelsen och osäkerheten hos konsumenterna kan slå tillbaka på hela branschen och bör därför minimeras. De fyra stora branschorganisationerna i livsmedelskedjan; LRF, Livsmedelsföretagen (Li), Svensk Dagligvaruhandel och Visita (tidigare Sveriges hotell- och restaurangföretagare, SHR) ville därför tillsammans ta fram en branschöverenskommelse om betydelse och användning av de mest centrala begreppen i sammanhanget. Projektet, som var efterfrågat också av konsumentorganisationer, hade som mål att genomlysade de begrepp och definitioner som används och att föreslå en branschöverenskommelse.

Vad har genomförts i projektet?

Projektägare var Sveriges Lantbruksuniversitet och arbetet genomfördes av anställda i LivsmedelsSverige, Institutionen för livsmedelsvetenskap och vid Institutionen för Stad och Land. I projektets regi har två enkätundersökningar (svensk och internationell) genomförts. Resultatet av dessa redovisas nedan och det ligger till grund för förslaget till branschdeklaration som projektet utmynnat i.

Det bildades en särskild referensgrupp för projektet med företrädare från livsmedelsbranschen, konsumentorganisationer, myndigheter och forskare. Referensgruppen har varit aktiv och haft en tät dialog med projektledningen under hela projekttiden. Gruppen har deltagit i seminarier och varit projektledningen behjälplig på många sätt. Kommunikationen med intressenter också utanför referensgruppen har varit intensiv och av stor betydelse för projektets utveckling. Två seminarier har genomförts där förslag till enkätundersökningarna och branschdeklarationen diskuterats. Projektet har vid fyra tillfällen presenterats och diskuterats med ett nationellt nätverk för aktörer inom "regional mat" som LivsmedelsSverige varit huvudansvarig för. Genom projektledningens medverkan i andra konferenser, bl.a. Framtidsbygd i Stockholm, samt en nordisk forskarkonferens i regi av NJF (Nordiska Jordbruksforskarens förening) och kommunikation via media har projektet och projektresultaten diskuterats i vida kretsar och synats ur många synvinklar.

Gemensamma definitioner efterlystes

Utifrån tidigare genomförda marknadsundersökningar under ledning av LivsmedelsSverige med ekonomiskt stöd av Jordbruksverket (3,4,5), vet vi att många av aktörerna i livsmedelskedjan; producenter, handlare, grossister och krögare har olika bilder av begrepp som lokal och regional mat, och att olika organisationer och företagare använder olika definitioner. Skillnaderna i definitionernas innehåll kan vara stora från den ena aktören till den andra. Med det som bakgrund är det lätt att förstå att konsumenterna inte alltid vet vad det är de erbjuds.

Att definitioner saknas framgår också av Marknadsdomstolens utslag 2010-03-23 där Lantmännen Doggy AB fälldes bl.a. för att ha använt begreppet "näraproducerat" på ett vilseledande sätt. Marknadsdomstolens mening var att det "inte anses förenligt med hur en genomsnittskonsument uppfattar begreppet "näraproducerad" att påstå att en produkt är näraproducerad när den endast produceras på en plats i Västra Götaland men säljs över hela landet. Att använda påståendet "Näraproducerat" på sätt som skett är därför ovederhäftigt och vilseledande." Marknadsdomstolen fastslog att näraproducerat inte kan anses vara det samma som svenskproducerat och att begreppet i övrigt inte finns definierat.

Det saknades således både definitioner och en gemensam branschöverenskommelse att luta sig mot i syfte att underlätta kommunikationen mellan marknads aktörer.

Vad behövde göras?

Jordbruksverkets rapport 2010:19, "Hållbar konsumtion av jordbruksvaror - vad får du som konsument när du köper närproducerat?" (2) var alltså en given utgångspunkt för detta projekt. I rapporten finns en sammanställning som beskriver användningen av olika begrepp som lokalproducerad och regional mat hos några organisationer och företag. Sammanställningen var av mer slumpmässig karaktär, därför fanns ett behov av att genomföra en mer systematisk undersökning. Viktiga frågor att reda ut var vilka begrepp som används av branschorganisationer, företag, myndigheter, intresseorganisationer och forskare i Sverige och hur dessa begrepp definieras. Ett av projektets mål var därför att:

- genomföra en systematisk insamling och sammanställning av information från branschorganisationerna, medlemsföretag, myndigheter, intresseorganisationer och forskning i Sverige.

Som komplettering till en systematisk undersökning i Sverige behövde bilden som ges i Jordbruksverkets rapport om användningen av begreppen hos aktörer i andra länder också kompletteras. Stickprov från USA, Storbritannien och Italien är intressant eftersom man i dessa länder har lång erfarenhet av denna typ av produktion och konsumtion. Dessutom är det intressant att se hur våra nordiska grannländer Danmark, Norge och Finland använder begreppen.

Ett ytterligare mål för projektet var därför att:

- genomföra en stickprovsundersökning från branschorganisationer, företag, myndigheter och forskning i USA, Storbritannien, Italien, Danmark, Norge och Finland.

Branschriktlinje eller branschöverenskommelse

I Jordbruksverkets rapport drogs vidare slutsatsen att det är branschen som rimligen bör komma överens om dessa definitioner. Det är inte en fråga för myndigheterna. En kontakt med Ulla Nordström, statsinspektör på Rådgivningsenheten på Livsmedelsverket, och med ansvar för frågor om nationella branschriktlinjer har lett till samma slutsats. Benämningar av typen "lokal mat" handlar om att definiera mervärden och har ingen direkt koppling till lagstiftningens krav. Syftet med de nationella branschriktlinjerna är att underlätta arbetet med hur företagen kan göra för att leva upp till lagstiftningens krav och därför är det i fallet med "lokal mat" inte aktuellt att fastställa sådana riktlinjer. Däremot ligger det även i Livsmedelsverkets intresse att underlätta för konsumenten att hitta vad man söker i butiken och Ulla Nordström har medverkat som representant för Livsmedelsverket i t.ex. det inledande arbetet med att sätta ramarna för hur en branschöverenskommelse kan se ut och hur arbetet kan genomföras.

I LivsmedelsSveriges ledningsgrupp ingår fyra branschorganisationer samt därutöver Livsmedelsverket, Sveriges konsumenter och 9 universitet/högskolor. Frågan om att arbeta fram en branschöverenskommelse lyftes i ledningsgruppen för LivsmedelsSverige under hösten 2010. Gruppen

ställdes sig mycket positiv till projektidén och därmed kunde en del av de resurser som branschorganisationerna bidrar med till LivsmedelsSverige användas som medfinansiering av projektet.

Hur används begrepp som "lokal mat" och "närproducerad mat" idag?

Genom enkätundersökningen i Sverige ville vi få kunskap om:

- det är ett problem att begrepp som "lokal mat" och "närproducerad mat" betyder olika saker för olika personer
- det finns en gemensam syn, en minsta gemensamma nämnare, på innebörden av lokal mat/närproducerad mat
- vilka begrepp som används mest och hur de definieras
- företag, organisationer och andra aktörer arbetar med "lokal mat"

Enkäten omfattade 6 huvudfrågor och skickades ut runt årsskiftet 2011 och 2012 till 350 olika personer och organisationer. De som inte svarat fick en påminnelse och sammanlagt inkom 101 svar (30 % svarsfrekvens). Utformningen av enkäten och följebrevet, samt urvalet av adresser skedde i samarbete med organisationerna i projektets referensgrupp. Även i LivsmedelsSveriges nationella nätverk diskuterades upplägget och innehållet av enkäten vid ett par videokonferenser under hösten 2011. I samband med Elmia Närproducerat i oktober 2011 arrangerades ett seminarium där projektet och den kommande enkätundersökningen stod på agendan. Enkätundersökningens innehåll och utformning har med andra ord växt fram i en kontinuerlig dialog med en lång rad intressenter. Huvudansvaret för den svenska undersökningen hade Ingela Hallberg.

De tillfrågade var allt från primärproducenter till intresseorganisationer och forskare. I rutan nedan finns alla grupper och antalet svar redovisat.

| | |
|---|----|
| 1 Småskaliga livsmedelsföretag | 9 |
| 2 primärproducenter | 11 |
| 3 krögare, restauranger offentliga och privata | 20 |
| 4 Större livsmedelsföretag | 7 |
| 5 Branschorganisationer | 5 |
| 6 Intresseorganisationer, ekonomiska föreningar | 12 |
| 7 Lokala, regionala, nationella projekt | 4 |
| 8 Myndigheter | 8 |
| 9 Forskare | 10 |
| 10 grossister, gårdsbutiker, dagligvaruhandel | 11 |
| 11 Övriga | 4 |

Sammanfattningsvis framkom att:

- 50% av de tillfrågade upplever att det är ett problem att begrepp som lokal mat och närproducerad mat betyder olika saker för olika personer
- 80% av de tillfrågade instämmer i att "den grundläggande innebörden av lokal mat/närproducerad mat är att maten produceras och konsumeras lokalt"
- Vanligaste begreppen i användning är "lokalproducerad mat"(42%) och "närproducerad mat"(44%)
- Det är också vanligt att använda gårdsnamn, ursprungsart/region i marknadsföringen(29%)
- Många aktörer (50%) har en egen utarbetad definition eller ett koncept som de arbetar efter gällande lokal mat
- Spännvidden är stor när det gäller det geografiska avståndet i olika definitioner, från 2 km till 500 km kallas lokal/närproducerad av olika aktörer

Resultatet överraskade i flera avseenden. Vi hade väntat oss att flera skulle svara att det är ett problem med att olika tolkningar görs av begreppen. Vid en närmare analys av svaren förstod vi att frågan tolkats på olika sätt. Många har kommenterat sitt svar och en del av dem som svarat ja, d.v.s. att det är ett problem med olika tolkningar av begreppen, menar att begrepp som lokal mat är närmast värdelösa eftersom i stort sett alla har sin egen tolkning av begreppen och att detta utnyttjas i marknadsföringen. Flera betonar att man kommit fram till att det är betydligt bättre att ange ursprunget med hjälp av gårdsnamn, region etc. En del av dem som svarat nej på frågan, d.v.s. att det inte är ett problem att begreppen tolkas olika av olika personer/organisationer, framhåller att det är bra att inte låsa fast sig i definitioner och att alla ansträngningar för att lyfta fram den lokala maten är bra. Ett par av de större livsmedelsföretagen som besvarat nej på frågan menar att de har löst problemet och att de har en bra bild av vad konsumenterna menar med lokal mat och att de ger kunderna vad de vill ha.

Det var också intressant att se att hela 80% av de svarande instämde i påståendet att: "Den grundläggande innebörden av lokalmat/närproducerad mat är att maten produceras och konsumeras lokalt." Vid första anblicken såg vi utifrån detta stora möjligheter att gå vidare med tanken att hitta en gemensam definition av t.ex. begreppet "lokal mat".

Det visade sig att hälften av alla företag och organisationer som svarade på enkäten har definierat vad de menar med "lokal mat". Det framkommer tydligt att många aktörer lagt ner ett stort arbete på att utveckla och använda ett koncept för lokal mat i kommunikationen med kunderna. Enkätensvaren visar också att spännvidden i de olika definitioner som används är mycket stor. När det gäller det geografiska avståndet spänner det från 2 km till 500 km. Många anger också att de använder som riktlinje måttet maximalt 25 mils radie från bonde till konsument, som tagits fram av organisationen Bondens egen marknad.

Mycket intressant var också att få bekräftat vilka begrepp som används mest. "Lokal mat" var inte särskilt vanligt (13%) utan istället används mest frekvent begreppen "lokalproducerad mat"(42 %) och "närproducerad mat" (44 %) som sätter i fokus var produktionen sker. Det kan tyckas klargörande, men

det innebär också att innebörden av "produktion" behöver tydliggöras. Till detta återkommer vi i nästa avsnitt. Många angav också att de använder gårdsnamn, region eller kommun som ursprungsangivelse.

I vår enkätundersökning har vi alltså funnit att många aktörer har definierat begreppen de använder för att marknadsföra lokalproducerad mat och att de aktivt arbetar med koncept för detta. Detta framkom inte i Jordbruksverkets rapport från år 2010, där man tvärtemot hävdar att ytterst få aktörer i Sverige definierar begreppen. Detta kan vara ett tecken på att lokal mat är något som har ökat i intresset hos både konsumenter och producenter och att företagen under de allra senaste åren ökat sina marknadsinsatser på området.

Är det skillnad på hur begreppen används i Sverige och i andra länder?

Den internationella enkätundersökningen bestod i princip av samma frågor som den svenska. Den skickades till 450 olika personer via mail i USA, Storbritannien, Italien, Norge, Danmark och Finland. Huvudansvaret för den internationella undersökningen hade Madeleine Granvik.

Det visade sig mycket svårt att få in svar och efter idoga försök och påminnelser via mail valdes att istället samarbeta med ett par forskare och genom deras nätverk och kontakter försöka få in svar. Forskarna var Sofie Joosse vid Uppsala universitet och Alan Hunt vid universitetet i Newcastle, Storbritannien. Sammanlagt har 61 svar inkommit: från Storbritannien (23 st), USA (22st) och enstaka från Holland, Italien, Ungern, Österrike, Spanien och Lettland. Enkäten har besvarats av personer som representerar företag, branschorganisationer, myndigheter och forskningen.

| | |
|------------------------------|----|
| 1. Forskare | 23 |
| 2. Intresseorganisationer | 17 |
| 3. Företag/primärproducenter | 8 |
| 4. Branschorganisationer | 6 |
| 5. Konsulter | 4 |
| 6. Myndigheter | 3 |

Sammanfattningsvis framkom att:

- 64% anser att det är ett problem att begrepp som lokal mat betyder olika saker för olika aktörer
- 70% instämmer i påståendet att lokal mat är mat som produceras och konsumeras inom ett viss begränsat område
- 34 % har definierat de begrepp de använder i geografisk mening; antal km, kommun, region etc.
- Mest frekvent i användning var begreppen "localfood" och "locallygrownfood".

Intressant att notera var att det inte finns något begrepp i andra länder som motsvarar vårt svenska begrepp "närproducerat". Man kan fråga sig om man därmed i andra länder lägger mindre vikt vid den

kulturella och sociala närheten när det gäller maten och i stället lägger störst vikt på det geografiska avståndet?

Även i dessa länder är spännvidden stor när det gäller vilket geografiskt avstånd som räknas som lokalt. Svaren angav allt från "närmast relevanta producent" till 640 km.

Många använder också begreppet "regional mat", 38 %. I Sverige var det enbart 16 % som uppgav att de använde detta begrepp.

Motiven för att erbjuda och handla lokal mat skiljer sig åt mellan olika världsdelar, länder och politiska sammanhang. Det framkom både i enkäten och i den vetenskapliga litteraturgenomgången.

Ett exempel är att idag har ca 7 miljoner hushåll i USA mycket låg livsmedelssäkerhet. Man ser där en potential i utvecklandet av lokala livsmedelssystem för att förbättra livsmedelsförsörjningen för denna grupp. Urban odling och bondens egen marknad ingår i livsmedelsförsörjningsprogram och ger konsumenten möjlighet att få tillgång till livsmedel av hög kvalitet och till rimligt pris. Denna aspekt finns inte på dagordningen i Sverige. I USA finns inte heller en allmänt accepterad definition av lokal mat, men en definition som antagits av den amerikanska kongressen (2008 Farm Act) menar att den totala sträckan en produkt kan transporteras för att anses vara en lokalt eller regionalt producerad livsmedelsprodukt är högst 400 miles (640 km) från dess ursprung, eller inom den stat vilken den är producerad.

Avstånd som uppfattas som lokalt kan variera beroende på storlek av kommun och region och befolkningstäthet. Detta kan relateras till termen "flexibel lokalism" som menar att definitioner av "lokalt" förändras, beroende på förutsättningar och förmåga att kunna leverera inom begränsade avstånd.

Har olika aktörer olika syn på begreppen?

Enkätundersökningarna och den vetenskapliga litteraturgenomgången visar att det finns en mångfald av begrepp, perspektiv och argument för lokal mat hos olika aktörer. Motiven och argumenten för lokal mat bygger inte alltid på fakta utan snarare på enskilda individers/organisationers föreställningar om vad lokal mat är. Vissa motiv och argument kan vara kontroversiella utifrån vad forskning visar, se nedan.

Något som blev tydligt bl.a. i seminariet på Ultuna var att ordet "produktion" betyder olika saker för olika aktörer. Det förklarar att så många som 80 % av de svarande i Sverige och 70 % i övriga länder instämmer i påståendet att den grundläggande innebörden av t.ex. begreppet "näroproducerad mat" är att maten producerats och konsumerats lokalt.

För en lantbrukare (primärproducent) är det självklart att tolka in att det är produktionen av råvaran som avses i påståendet och man hävdar bestämt att även konsumenterna i första hand ser till var råvaran är producerad när de handlar lokal mat. Representerar man livsmedelsindustrin, antingen den

är småskalig eller storskalig, tänker man i första hand på förädlingsledet när begreppet livsmedelsproduktion/produktion används. För dem är en lokalproducerad vara en vara som producerats i en anläggning nära konsumenten, i första hand med lokala eller svenska råvaror, men även importerade råvaror kan vara aktuella. För dem som arbetar inom restauranger och storkök är begreppet "produktion" förknippat med produktionen av mat i tillagningsköket. Som en krögare uttrycket det: ".....maten är tillagad här i vårt kök alltså är den självklart lokalproducerad". Livsmedelsverket arbetar med begreppet "mat lagad från grunden" i storkök för att tillmötesgå gästernas önskemål om mat med tydligt ursprung.

I diskussionerna har framförts att det måste vara konsumenternas tolkning av begreppen som ska gälla. Flera aktörer har hänvisat till en undersökning gjord av Svenska dagbladet. I undersökningen ställdes frågan "Är det okej att kalla mat närproducerad även om råvarorna kommer från utlandet?". Av de totalt 2 202 personer som deltog i undersökningen svarade 95 % "Nej, råvarorna bör vara lokala".

I projektet Lokalproducerat i Väst beskriver man konsumenternas syn på närproducerad mat enligt följande:

"Närproducerat står för hälsosam, färsk, smakrik mat av hög kvalitet utan tillsatser. Det är ekologiskt hållbar, småskaligproduktion med korta transporter dvs miljövänligt."

Med alla dessa förväntningar på den lokala maten blir det en mycket stor utmaning att klargöra vad som är vad!

Vi har sett att en del myndigheter trycker på redlighetsprincipen. Konsumenterna ska få korrekt information och inte bli förda bakom ljuset. Konsumenternas intresse för lokal mat får inte missbrukas av kommersiella intressen. Lokala och regionala myndigheter betonar betydelsen av den lokalproducerade maten för det lokala näringslivet, bygdens överlevnad och möjligheter till arbetstillfällen.

Några studier av svenska kommuner visar att det finns ett ökat intresse för närodlad mat. Granviks studie från 2009 (7) visar att av 218 deltagande kommuner var det 12 % som hade en *policy* om närodlade livsmedel, 38 % hade genom *upphandlingsförfaranden* underlättat för närodlare att kunna svara på anbud. 31 % av kommunerna hade genomfört *kommunikationsinsatser* riktade mot närproducenter för att uppmana till samarbete och för att få dem att svara på anbud i högre grad. Och gällande *logistik* var det 8 % som hade satsat på samdistribution och 7 % som höll på att utveckla det.

En annan studie av Granvik där 161 kommuner deltog (8) visar att 74 % arbetar för att på något/några sätt stimulera lokal mat. En tredje studie från 2012 (9) visar att de främsta motiven till varför svenska kommuner stödjer lokal mat är att de vill:

- stödja en hållbar utveckling
- bidra till en mindre klimatpåverkan genom minskade transporter
- gynna den lokala ekonomin, ge arbetstillfällen
- bidrar till öppna landskap och en levande landsbygd

Det finns åtskilliga argument för varför konsumenter väljer att köpa lokal mat. Nedan finns exempel på en del av dessa argument. En del argument sett utifrån forskningsrön håller rent sakligt/vetenskapligt andra håller inte med den kunskap vi har idag. Men oavsett vad forskning visar så är många konsumenter intresserade av lokal mat och av olika skäl.

Argument för och emot "lokal mat"/osäkra respektive mer säkra argument

Osäkra argument

-Bättre för miljön/klimatet

Morgan, 2010; Brenton et al., 2009;

Edwards-Jones, 2009; McWilliams, 2007;

Saunders et. al. 2006

-Mindre utsläpp från transporter

Pirog et al, 2001; Jones, 2002;

Blanke och Burdick, 2005; Coley et al, 2009

-Bättre djuretik

Hinrich, 2003

-Hälsosammare

Conner and Levine, 2007; Thompson et al., 2008;

Vogt and Kaiser,2008; Lea, 2005

Mer säkra argument

-Gynnar närlandsbygden:

-ger arbetstillfällen

-gynnar närproducenter

-ger öppna landskap

Roseland, M. &Soots, L . 2007; Martinez, S. 2010; Roininen et al., 2006

- Större möjlighet till direktkontakt mellan producent och konsument

Hinrichs, 2000; Marsden et al. 2000, 2003

-Naturligt färska varor

Lea, 2005

-Lättare att spåra sjukdomar

-Bidrar till stad-land interaktioner, utveckling av lokala system

Granvik, 2012; Berg& Granvik, 2009;

Roseland, M. &Soots, L . 2007

-Bidrar till en säkrare livsmedelsförsörjning Nord et al. 2009; McCullum et al.

2005; Halweil, 2002

Kan gemensamma definitioner av begrepp som "lokal mat" lösa problemet?

Vår tanke från början var att försöka hitta definitioner av begrepp som lokal mat, närproducerad mat och regional mat som alla aktörer kan enas om och använda. Det var också vad många av oss hade i tankarna inför seminariet den 31 maj 2012 på SLU, Ultuna. Vi tänkte i termerna av en branschöverenskommelse där de begrepp som används mest skulle definieras och konsensus uppnås mellan alla aktörer i hela livsmedelskedjan.

I seminariet på Ultuna deltog ett 20-tal representanter för samtliga led i livsmedelskedjan, från bonde till konsument, samt representanter för myndigheter och forskare.

Deltagarna påmindes inledningsvis om det övergripande syftet med projektet: att bidra till nöjdare och tryggare konsumenter. Resultatet av enkätundersökningarna och litteraturgenomgången presenterades. Under seminariet diskuterades och fördes fram olika tankar om vad som kan göras för att uppnå syftet utifrån vad som framkommit i enkätundersökningarna, litteraturstudierna och dialogen med olika intressenter.

En utgångspunkt för diskussionerna var också att den information som konsumenterna har att tillgå idag i stor utsträckning handlar om var man kan hitta den lokalproducerade maten. Bondens egen marknad, Eldrimner, KRAV och Hushållningssällskapen är exempel på organisationer som tillhandahåller kartor eller listor över var den lokala maten kan köpas. Det finns också faktamaterial för konsumenter och för skolelever som argumenterar för att man ska välja lokalproducerad mat med tanke på miljön, hälsan och det lokala näringslivet. Samma förhållande tycks gälla i flera andra länder. Det finns guider på hemsidor och i tryckt form som t.ex. talar om var det finns gårdsbutiker och lokala marknader. Det finns också faktamaterial som framhåller vikten av att välja mat efter säsong och som förklarar vilka fördelar den lokalproducerade maten har för den enskilda konsumenten och för samhället i stort.

Under seminariet blev det tydligt att de olika aktörerna i livsmedelskedjan har olika syn på begreppen produktion och råvara. Ett förslag som flera ställde sig bakom var att gå vidare med ytterligare enkätundersökningar bland konsumenter för att få en tydlig bild av vad dessa lägger i begreppen. Är det viktiga för konsumenterna att råvarorna är lokala och associerar de i första hand till råvarorna när de möter begreppet lokalproducerat? Eller är det förädlingen och tillagningen som i första hand ska ske lokalt och därmed underordnat var råvarorna kommer ifrån?

Representanterna för lantbruket betonade att deras intresse ligger i att främja och stärka lantbrukarna och öka deras möjligheter att få ett mervärde för sina produkter. Företrädarna för foodservice-sektorn tryckte på att det inte alls är självklart att detta är vad konsumenterna efterfrågar i första hand, utan att det är minst lika viktigt hur och var maten tillagas. Företrädaren för Livsmedelsverket framhöll att konsumenterna ofta vill ha "mat lagad från grunden" och att det inte är självklart vad som menas med en "livsmedelsråvara". I vissa sammanhang kan det t.ex. vara styckningsdetaljerna i slakteriet som är råvaran och i andra kan det vara en skinka som är preparerad med salt och vatten.

I diskussionerna belystes möjligheterna att hitta minsta gemensamma nämnare bland alla de definitioner och koncept kring "lokalproducerad mat" som redan används av olika aktörer. Kan man

hitta en geografisk gräns som alla accepterar? Ska den i så fall gälla råvaruproduktionen, förädlingen eller tillagningen? Några deltagare, framförallt konsumentföreträdarna, framhöll att många konsumenter tar för givet att den lokalproducerade maten också ska vara ekologisk och ville undersöka möjligheterna att få med även den aspekten i en branschöverenskommelse.

Flera deltagare framförde att det är många aspekter som konsumenterna lägger in begreppet och som en överenskommelse behöver förhålla sig till:

| |
|--|
| Vad behöver konsumenterna veta för att kunna göra aktiva val i enlighet med vad de tycker är viktigt? Varifrån råvaran kommer Var livsmedlet har producerats och hur det har producerats Varifrån insatsmedlen kommer Var produkten har förädlats Hur långt produkten har transporterats Vem avsändaren är Ekologiskt eller inte Andra miljöaspekter Småskaligt eller inte Andra kvalitetskrav Tillsatser Livsmedlets historia |
|--|

Detta tankespår utmynnade i ett förslag som innebar att råd och riktlinjer tas fram för:

- Livsmedelsproducenter
- Restaurang
- Livsmedelsbutik

Och att dessa innefattar rekommendationer om vilka begrepp som bör användas och hur olika produktgrupper ska hanteras samt vilken tilläggsinformation som bör finnas på produkterna.

Men också ett annat tankespår kom fram i samma diskussion. Varför inte ”vända på steken” och istället för att hitta de minsta gemensamma nämnarna bejaka de definitioner och koncept som redan finns? Företagen vill inte ha fler regler att följa och många företag och organisationer har redan lagt ner ett stort jobb på att utveckla och förankra sina koncept. Konsumenterna behöver dessutom oavsett vilken väg man väljer få tillgång till bra information och lära sig mer om livsmedelsproduktionen för att kunna göra medvetna matval. Om företagen/organisationerna är tydliga i sin information och redovisar vad de menar med att maten de erbjuder t.ex. är ”närproducerad” kan konsumenten göra sina val utan att bli lurade. Att få in all relevant information på matvarans etikett kan vara svårt, men det finns goda möjligheter att informera på annat sätt i butiker, på hemsidor, menyer m.m.

Denna tanke om att ”vända på steken” och istället för att arbeta fram gemensamma definitioner av begreppen bejaka de definitioner som redan finns fick så småningom fotfäste i seminariegruppen.

Förslaget förutsätter att man kommer överens om att innebörden av begreppen som används ska vara synliga och lättillgängliga för konsumenten och att konsumenterna behöver stimuleras att lära sig mer om livsmedelsproduktionen i hela livsmedelskedjan.

Vid seminariet kom vi således fram till att:

- Gå vidare med att ta fram ett förslag till ett första steg till en branschöverenskommelse (vi bytte namn till "branschdeklaration" för att tydliggöra den nya vändningen)
- Innebörden av branschdeklarationen ska vara att företag som använder begrepp som "lokalproducerad mat", "närproducerad" m.fl. också själva ska definiera vad de avser med begreppet
- På varor/ i försäljningssituationen ska det tydliggöras om man avser att råvarorna är lokalt producerade eller om det är förädling eller tillagning som sker lokalt, eller både och
- Det behövs en konsumentguide som bygger på bilden om argument för lokal mat och dess koppling till forskningen.

Fördelar och nackdelar med gemensamma definitioner

Det har blivit närmast självklart att efterfråga gemensamma definitioner av begrepp som lokalproducerad mat och det kan låta som en både rimlig och enkel åtgärd för att råda bot på den begreppsförvirring som råder. Vid närmare eftertanke ser många att det krävs ett mycket stort arbete för att både ta fram och förankra gemensamma definitioner och i kölvattnet där av också ett gemensamt certifieringssystem.

När förslaget om branschdeklaration presenterades på den Nordiska forskarkonferensen fick vi just denna diskussion. Flera forskare hade redan innan vårt förslag presenterats efterlyst gemensamma definitioner av begreppen för att säkerställa att man t.ex. inom forskningen pratar om samma saker. Men efter en stunds diskussion fick förslaget om att bejaka och synliggöra redan existerande definitioner och begrepp många lovord. Förslaget presenterades också på en videokonferens i september 2012 med LivsmedelsSveriges nationella nätverket. Vid detta möte deltog representanter från 14 olika orter över hela landet och från företag, myndigheter, intresseorganisationer och forskningen. Förslaget väckte direkt ett positivt intresse och det kom många argument till stöd för en branschdeklaration.

Fördelar men gemensamma definitioner:

- En gemensam och förankrad definition skulle göra allt enklare för såväl producenter, intresseorganisationer som konsumenter på så sätt att alla pratar om samma sak

Nackdelar:

- Stort arbete att ta fram ett gemensamt system
- Stort arbete att förankra det hos alla intressenter

- Går mot strävan hos myndigheter och organisationer att förenkla regelsystemet
- Underminerar det arbete som organisationer och företag redan lagt ner på att arbeta fram sina koncept för lokal mat

Erfarenheter av gemensamma ansträngningar

Trenden med lokal mat har växt fram sakta men säkert under de senaste 10 åren. Handelskedjorna med t.ex. ICA:s "torget-lösning" och COOP med "mat från regionen" lanserades runt 2005 och för några år sedan dök lokala bönder och producenter upp i tv-rutan tillsammans med kockar. Nu finns flera program med mat-resor genom Sverige. Handelns agerande finns beskrivet i vår rapport: De lokala matproducenterna och dagligvaruhandeln. Kartläggning - hinder - möjligheter – förslag (4).

Det finns många goda exempel på företag och organisationer som arbetat mycket med att på olika sätt marknadsföra mat med lokal identitet. Några exempel från respondenterna i den svenska enkätundersökningen är: Engelholmsglass (IP certifierade), Hejdeknäcke (eko, spannmål från Gotland), Warbro kvarn (eko, spannmål från Sörmland), Kärrbo Prästgård (Västmanland, din lokala bonde), Lammet & grisen, Skebo herrgård, Siaglass, Norrmejerier, Leksandsbröd, Östgötamat, Mårdskog och Lindkvist (regional grossist), Närodlat Mälardalen, LRF och Svenskt Sigill.

Produkter från Östgötamat är producerade med i första hand länets råvaror i andra hand svenska råvaror. Slutproduktionen (livsmedelsförädlingen och tillagningen) ska vara i länet eller i länets direkta anslutning.

Sigill Kvalitetssystem erbjuder certifiering av särskilt geografiskt ursprung, till exempel "Österlen", "Jämtland" eller "Siljansbygden". Definitionen av begreppet utgörs av de krav som ska uppfyllas av produkter som märks med Svenskt Sigill med tillägg "ursprungskontrollerad".

På Norrmejerier framhåller man att företaget är rakt igenom norrländskt och ägs av norrländska bönder. Alla produkter som säljs under varumärket Norrmejerier baseras på mjölkråvara som kommer från norrländska gårdar och den förädlas på mejerier här i Norrland (och säljs endast i Norrland). Det är lokalproducerat för företaget och för företagets kunder. Norrmejerier kommunicerar och använder begreppet "lokalproducerat".

Arla beskriver att råvaran, d.v.s. mjölken kommer från svenska kor, förädling sker i Sverige och försäljning sker i främst i Sverige. Arla menar att det är svårt att vara tydlig i kommunikationen med kunderna när vissa konsumenter menar att lokal mat kommer från ett område inom en radie på 10 mil från bostaden och andra ser svensk mat som lokal. Från Arlas håll menar man också att det är förvirrande för konsumenterna när olika företag har olika definitioner för lokal mat. Arla tydliggör för konsumenten om utbudet är "Lokalt Svenskt", lokalt region t.ex. landskap, Mälardalen eller lokalt ort, t.ex. Kalmar.

Det finns exempel från andra länder där man arbetat fram noggranna system som innefattar många av de aspekter som olika konsumenter lägger in i begrepp om lokal mat. I Österrike har man jobbat fram

ett system med poäng som visar hur lokal en producent är. Systemet beskrivs i detalj i EU kommissionens rapport "Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics" (6). Producenterna får höga poäng om en stor del av råvarorna kommer från den egna gården, producenten har genomgått vissa utbildningar och marknadsföringen är genomtänkt. Det blir extrapoäng för t.ex. ekologisk produktion, GMO-fri produktion, om djuren är friska och förädlingen är småskalig.

Inom EU är "short food supply chains" (SFSC) ett etablerat begrepp. I den nämnda rapporten föreslås att ett ramverk inom SFSC utvecklas och erbjuds länderna i EU att använda. Man menar att detta kan ge producenterna mervärden och tydligheten på marknaden för denna typ av produkter ökar.

Från branschöverenskommelse till branschdeklaration

Förslaget till branschdeklaration bygger alltså på att bejaka de definitioner som olika producenter och organisationer redan tagit fram och att uppmuntra konsumenterna att själva ta ställning och skaffa sig ökade kunskaper när de väljer sin lokala mat. Detta mot bakgrund av att:

- Många producenter har egna definitioner av begreppen som de redan använder
- Att fenomenet med "lokal mat" rymmer väldigt många aspekter
- Konsumenterna ofta har en egen bild av vad de önskar och menar med "lokal mat".

Förslaget kommuniceras som beskrivits ovan under hösten 2012 i flera olika sammanhang (NJF konferens och nationella nätverket). Referensgruppen för projektet och de som svarat på enkäten i Sverige kontaktades i första hand, men även andra aktörer fick tillfälle att kommentera förslaget exempelvis via hemsidan "Regionalmat.se" och "LivsmedelsSverige.se".

Förutom förslaget om en branschdeklaration föreslås också att en guide tas fram som synliggör de argument och aspekter som är viktiga för konsumenterna när de väljer lokal mat. Fakta och vetenskapliga aspekter på argumenten behöver presenteras och fördjupas. Flera olika konsumentorganisationer har tillfrågats om intresset för att samarbeta kring en sådan guide och att arrangera studieaktiviteter med den som grund.

Förslag till branschdeklaration

Förslaget till branschdeklaration har följande utformning:

Logotype för den organisation som administrerar deklARATIONEN

Branschdeklaration om lokalproducerad mat

Undertecknade företag och organisationer förbinder sig att följa och verka för att rekommendationerna i denna branschdeklaration följs. Syftet är att öka tydligheten och öppenheten i relationen med konsumenter som vill köpa och äta lokalproducerad mat. Även begrepp som närproducerad mat, lokal mat, närodlat, regional mat m.fl. omfattas av deklARATIONEN.

BranschdeklARATIONEN bejakar alla de definitioner som olika producenter och organisationer tagit fram och använder för mat med lokal identitet. Genom undertecknandet av denna deklARATIONEN visar företaget/organisationen att man strävar efter att vara tydlig och lättillgänglig med sin egen definition av använt begrepp.

DeklARATIONEN handlar inte om att använda en gemensam definition.

Genom undertecknandet av deklARATIONEN visar företag och organisationer sina avsikter att

1/ vara tydliga och öppna i sin kommunikation med konsumenterna

2/ arbeta för att motverka aktörer som använder begreppen på ett vilseledande sätt.

Vidare tar undertecknade företag/organisationer ansvar för att konsumenterna på ett enkelt sätt ska kunna få information om vad företaget lägger i det valda begreppet.

På ett kortfattat, tydligt och lättillgängligt sätt ska i första hand redovisas:

- Var huvudingredienserna i produkten kommer ifrån
- Hur råvarorna har producerats (t.ex. ekologiskt eller inte)
- Var råvarorna har förädlats
- Hur de har förädlats (t.ex. hantverksmässigt, småskaligt, storskaligt)
- Var maten har tillagats

Aktörernas definition bör i första hand finnas på företagens/organisationens hemsida, men också gärna exempelvis på produkten, vid butikshyllan eller i anslutning till menyn på restaurangen.

Namn och företag/organisation

ort

datum

Fortsättning?

Genom projektet finns nu bättre kunskap när det gäller användningen av begrepp som närproducerad mat både nationellt och internationellt. Projektet har också arbetat fram och förankrat ett förslag till branschdeklaration. Dessutom pågår en dialog mellan LRF och SLU om att gå vidare med arbetet att förankra resultatet hos berörda organisationer och att ta fram en konsumentguide.

Livsmedelsföretagen, Li, har i sin 13e upplaga av handbok för märkning av färdigförpackade livsmedel tagit fasta på projektets resultat och rekommenderar sina medlemsföretag att vara tydliga när de säljer sina produkter som lokal mat: Företag som själva väljer att marknadsföra sina produkter som *lokalproducerade* eller *närproducerade* bör vara tydliga med vad de menar. Information om på vilket sätt ett livsmedel definieras som *lokalproducerat* eller *närproducerat* kan exempelvis lämnas på företagets hemsida.

Formalia

Projektet pågick under tiden maj 2011 till mars 2013 och finansierades till stor del av Landsbygdprogrammet på Jordbruksverket. Formellt heter projektet "Kompetensutveckling för ökad matproduktion på landsbygden" och har journalnummer 2011-681 hos SJV.

Deltagare i referensgruppen var representanter för: SLU, Örebro universitet, LRF, Li, Visita, SJV, SLV, Svensk dagligvaruhandel, Sveriges konsumenter och Lunds universitet.

LivsmedelsSverige var en branschövergripande organisation och ett kunskapsnätverk med bl.a. hemsidorna livsmedelssverige.se och regionalmat.se. LivsmedelsSverige ägdes formellt av SLU, Sveriges lantbruksuniversitet och lades ned den sista december 2012.

Kontaktuppgifter

Ingela Hallberg, SLU, 018-672456, ingela.hallberg@slu.se

Madeleine Granvik, SLU, 018-671950, madeleine.granvik@slu.se

BILAGOR

Svenska enkäten, inkl. sammanställning av resultatet

Internationella enkäten, inkl. sammanställning av resultatet

Referenser

- 1/ SJV rapport 2010:19, "Hållbar konsumtion av jordbruksvaror - vad får du som konsument när du köper närproducerat?"
- 2/ "Två av fem känner sig lurade när de handlar mat", pressmeddelande från SLV 2010-04-12
- 3/ "Lokal och regional mat. En studie om konsumenters, producenters och handelns inställning och erfarenhet av lokal och regional mat", SLU och Ipsos- Eureka 2004
- 4/ "De lokala matproducenterna och dagligvaruhandeln. Kartläggning – hinder och möjligheter – förslag", Ingela Hallberg, SLU m.fl. 2008
- 5/ "Finns förutsättningar för mat med lokalt och regional ursprung på restauranger? – en marknadsundersökning av producenters, grossisters, krögares och konsumenters syn", CMA 2010
- 6/ "Short Food Supply Chains and Local Food Systems in the EU. A State of Play of their Socio-Economic Characteristics", Moya Kneafsy m.fl. EU Kommissionen 2013
http://www.coag.org/rep_ficheros_web/7ffb4a4e1d0d74778f29adfcfedd8446.pdf
- 7/ Granvik, M. (2012) *The Localisation of Food Systems - An Emerging Issue for Swedish Municipal Authorities. International Planning Studies*, 17:2, 113-124.
- 8/ Granvik, M., (2012). *Landsbygdsutveckling och stad-land interaktioner i kommunal fysisk planering*. PLAN-gruppen, Sveriges Landsbygdsnätverk
- 9/ Jacobsson, T. 2012 *Att stimulera närodlade livsmedel i svenska kommuner - Hur kan arbetet inom kommunal planering stimulera närodlade livsmedel?* Examensarbete Landskaparkitetprogrammet, SLU.