

## Gör det enklare att välja mat!

Vi, en lång rad aktörer som arbetar med frågor som rör maten, har samlats kring ett uppdrag för konsumenternas rätt att enklare kunna hitta och välja den mat som de vill ha. Det ska de kunna göra i butiken, men också på restaurangen, i matsalar och andra platser där de äter färdiglagad mat. Vi vill arbeta för en hållbar konsumtion och produktion av livsmedel. Vårt mål är mat som är bra för människor, djur och natur.

Tänk dig att du går in i en matbutik. Du vill handla det som är bra för din hälsa, miljön, och djuren. Tänk dig att du direkt hittar tydliga skyltar som visar var varorna finns samt begriplig information om innehållet. Tänk dig också att det finns enkla och kortfattade beskrivningar över hur och var råvaran har odlats, hur djuren har haft det och hur långt maten har transporterats. Hittar du ändå inte det du söker, så kan välinformerad butikspersonal guida dig rätt. Eller tänk dig att du besöker en restaurang och det redan på menyn står var köttfärsen till lasagnen kommer ifrån. Vill du ändå veta mer kan du fråga servitören, som givetvis vet mer om matens ursprung eller näringsinnehåll. Men du kanske vet allt redan? Du har ju laddat ner en faktpäckad konsumentguide från nätet innan du gick till din matbutik eller kvartersrestaurang!

### Enkla val i stället för kval

Låter det som en saga? Javisst. Men det borde vara verklighet. En majoritet av konsumenterna bryr sig om vad de äter. De väljer livsmedel inte bara utifrån smak och pris. De vill också veta var och hur maten har producerats och vad den innehåller. Nästan nio av tio konsumenter (86%) vill veta livsmedlens ursprung och hur djuret har fötts upp. Närmare sex av tio (56%) tänker ofta på kvaliteten och på hur maten producerats när de handlar. (Temo 2004). Allt fler betonar också hur maten påverkar hälsan och miljön. De vill ha nyttiga och säkra livsmedel med tydliga innehållsdeklarationer, både när de handlar och när de äter ute på restaurang. Det är viktigt att kvaliteten på livsmedlen är hög, och priset rimligt, i såväl butik, restaurang och storhushåll. Men priset är inte det enda som avgör. Många är beredda att betala mer för en viss kvalitet eller för att maten framställts på ett godtagbart sätt. Att köpa billigt blir ibland att köpa dyrt, när kvaliteten inte är den man tänkt sig.

*Det finns hinder för att konsumenterna ska kunna välja enligt sina värderingar.*

Ofta saknas information om kvaliteten och hur maten producerats. Personalen i butiken, på restaurangen eller i skolmatsalen vet inte alltid var maten kommer ifrån, hur den har odlats eller vad den innehåller. Många konsumenter vill också själva ha bättre kunskap, men tiden räcker inte alltid till för att skaffa sig den. (Temo 2004)

### Uppdrag för bättre valmöjligheter

Vi vill göra det möjligt för konsumenterna att välja i matbutiker, matsalar och på restauranger. Vi representerar olika aktörer som berörs av maten - från ideella organisationer, landsting och forskare till producenter. Vi vill tillsammans bidra till att främja produkter av god kvalitet som producerats, transporterats och lagats med hänsyn till människor, djur och natur. Vi vill stödja en hållbar livsmedelsproduktion och -konsumtion.

### Vi anser att några av de viktigaste problemen är:

- **Prisfokuseringen** - En stor del av mediedebatten och marknadsföringen styrs av pris. Vi vill betona kvaliteten - vad vi får för våra pengar
- **Otydlig märkning** - Informationen måste vara enkel och lättillgänglig. Konsumenterna har rätt att veta livsmedlens ursprung och hur de har producerats.
- **Svårt att hitta** - Konsumenterna upplever ofta att de inte kan hitta till exempel varor av en viss kvalitet. Utbudet och tillgängligheten i butikerna kan förbättras.
- **Kunskapsbrist** - Konsumenterna har rätt till ökad kunskap för att kunna göra medvetna val.

## Hur löser vi detta?

Dessa problem kan lösas, vissa på kort, andra på lång sikt. Vi kan i våra organisationer jobba för att underlätta konsumenternas val - det tjänar vi alla på, för vi är ju också konsumenterna.

### På kort sikt vill vi se:

- Information om produkterna, såväl i butiker som på restauranger och gärna på internet.
- Tydlig märkning och information på produkterna; deras ursprung, hur de har framställts med mera.
- Specialutbildning av butiks- och restaurangpersonal.
- Premiering av goda exempel inom handel och restaurang/storhushåll, exempelvis tio i topp-listor på restauranger som erbjuder ekologisk mat, eller butiker som har särskilda avdelningar för allergiker.

På lång sikt vill vi att:

- Kunskap om livsmedlens kvalitet når dagens och morgondagens konsumenter så att dessa kan göra medvetna val.
- Aktörer i hela livsmedelskedjan tar ansvar för att ge konsumenterna möjlighet att skaffa sig denna kunskap.

När vi alla hjälps åt, kan vi tillsammans bidra till att det blir enklare för alla att välja mat, som inte bara är bra för magen och plånboken utan också för världen.

### Februari 2005, undertecknat av:

Artur Granstedt, Biodynamiska Forskningsinstitutet  
Cecilia Hansen, Ceba Foods/Oatly  
Ulrika Geber, Centrum för Uthålligt Lantbruk, CUL  
Per-Anders Svärd, Djurens Rätt  
Sven Stensson, Djurskyddet, Sverige  
Inger Källander, Ekologiska Lantbrukarna  
Birgitta Tornérhielm, Framtiden i våra händer  
Robert Henriksson, Gröna näringsriksorganisation  
Åke Clason, Hushållningssällskapens förbund  
Ulla Hultén, Konsumentföreningen Väst  
Herbert Lundström, Konsumentrådet i Väst  
Lena Söderberg, KRAV  
Caroline Trapp, Lantbrukarnas Riksförbund, LRF  
Anna Jonsson, Miljöförbundet Jordens Vänner  
Ingrid Lodén, Riksförbundet Hem och Samhälle  
Rune Andersson, SLU  
John Gerhard, Stiftelsen Biodynamiska produkter  
Per Lindahl, Svensk Fågel  
Ella Nilsson, Svensk Köttinformation  
Christer Eliasson, Svensk Mjölk  
Mikael Karlsson, Svenska Naturskyddsföreningen  
Per-Olof Björnsson, Svenska Ägg  
Sören Persson, Svenskt Sigill  
Lars Hultström, Sveriges Grisproducenter  
Bengt Ingerstam, Sveriges Konsumenter i samverkan  
Jan Bertoft, Sveriges Konsumentråd  
Hans Gustafsson, Sveriges Nötköttproducenter  
Pia Lindeskog, Tillämpad Näringslära, Stockholms Läns Landsting  
Johan Beck-Friis, Veterinärer för svenska mervärden  
Lars Kristoferson, Världsnaturfonden, WWF

### Kontaktperson

Gunnela Ståhle, projektledare 08-787 53 28, 070-561 36 21, [gunnela.stahle@lrf.se](mailto:gunnela.stahle@lrf.se)