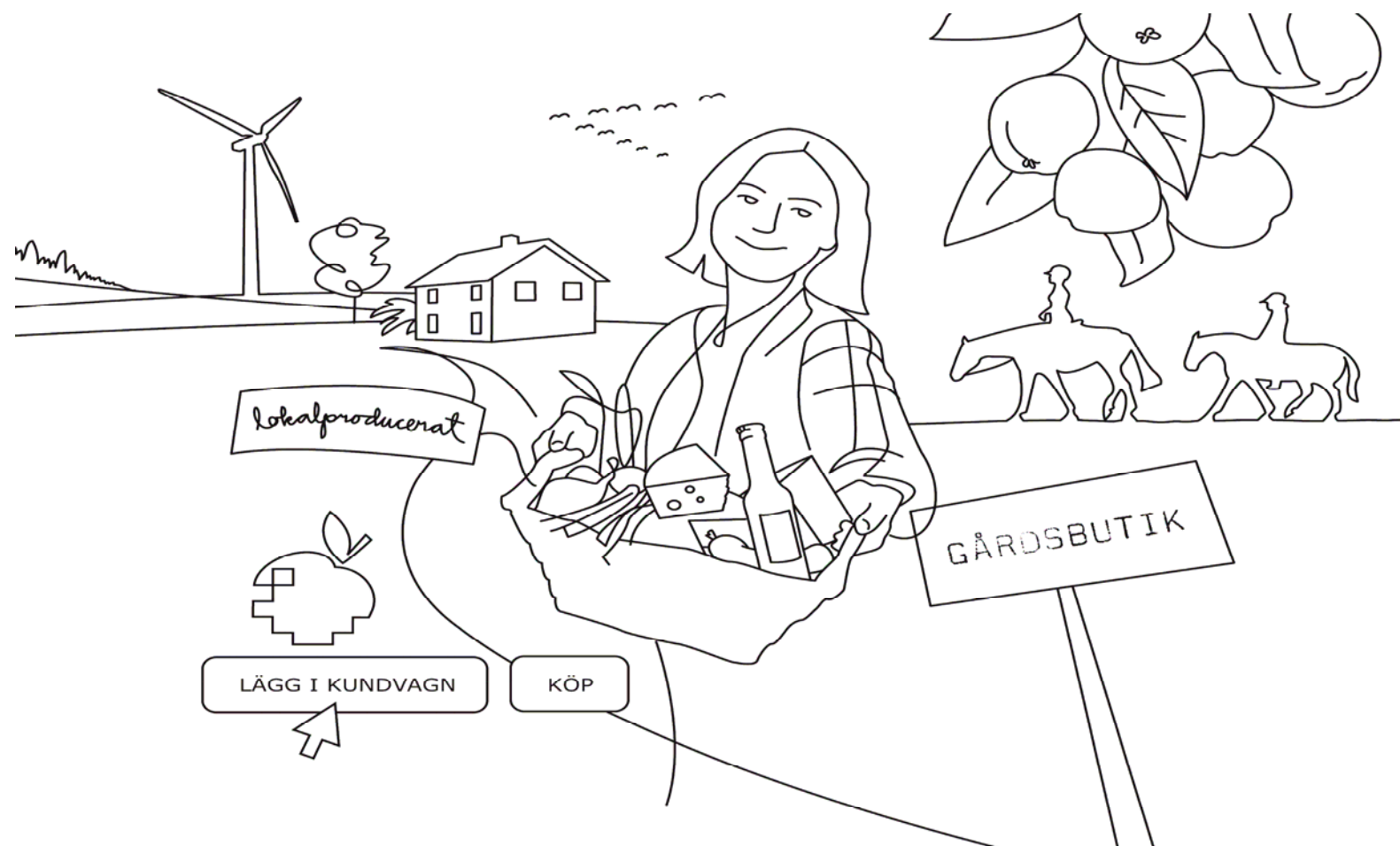


# Hållbar konsumtion av jordbruksvaror

– vad får du som konsument när du köper närproducerat?



- Konsumenter köper närproducerade livsmedel av olika anledningar; närhet, småskalighet, klimathänsyn, kvalitet, smak, tydlig avsändare med mera.
- Det finns ingen enhetlig definition av närproducerat. Det innebär att begreppet ibland kan användas vilseledande av producenter och handel.
- Det är inte självklart att närproducerade livsmedel gynnar kollektiva nyttigheter mer än livsmedel producerade på mer avlägsna platser eller producerade på annat vis.

Denna rapport är en del av Jordbruksverkets projekt om ekologiskt, ekonomiskt och socialt hållbar konsumtion av jordbruksvaror. Syftet med projektet är att sprida information om de effekter som konsumtion av jordbruksvaror har på miljö, klimat och samhälle och därigenom underlätta för konsumenten att göra medvetna val.

Projektet om ekologiskt, ekonomiskt och socialt hållbar konsumtion av jordbruksvaror vilar på regeringens övergripande mål om en hållbar utveckling. Detta mål omfattar också jordbrukssektorn där politikens ledord är bruka utan att förbruka.

Regeringens vision om ett hållbart samhälle anger att politikens mål är att främja:

”solidaritet och rättvisa i alla länder, mellan länder och mellan generationer. Utgångspunkten är att vi människor inte får leva idag på ett sätt som förstör våra barns eller framtida generationers möjligheter att leva ett gott liv”.

(Ur Regeringens skrivelse 2005/06:126, sid 7)

Författare  
Anna Wretling Clarin

# Sammanfattning

Vad får du som konsument när du köper ett närproducerat livsmedel? Det är en fråga som inte är enkel att svara på. Betydelsen av närproducerat skiljer sig nämligen från producent till producent, bland konsumenter och inte minst mellan olika aktörer såsom livsmedelskedjor, organisationer och företag. Det är ett begrepp som saknar en tydlig definition och man kan utan vidare säga att det råder en viss begreppsförvirring.

Det finns flera anledningar till varför konsumenter köper närproducerade livsmedel. Vissa köper närproducerat därför att livsmedlet har producerats i närheten där de bor, livsmedlet har en tydlig avsändare eller därför att det är småskaligt producerat. Andra konsumenter köper närproducerat därför att de anser att livsmedlet har producerats miljö- och klimativänligt, att det smakar bättre eller håller en högre kvalitet än andra livsmedel. Konsumenter köper närproducerat utifrån egna värderingar och det är på så sätt upp till varje konsument att avgöra vad ett närproducerat livsmedel är.

Eftersom det inte finns någon gemensam definition eller bestämmelser om hur ett närproducerat livsmedel bör vara producerat eller vilka krav det bör uppfylla så behöver livsmedlet inte heller inkludera de värderingar konsumenter lägger i begreppet. Med andra ord är det inte säkert att konsumenten får vad man tror man betalar för. Det finns inget som garanterar att ett närproducerat livsmedel är miljö- och klimatsmart, gynnar konsumenternas nära hembygd, är småskaligt producerat eller håller bättre kvalitet än livsmedel producerade på annat vis. Närproducerat är ett diffust begrepp och andra märkningar kan vara ett sätt att undanröja denna otydlighet.

Att begreppet närproducerat används av olika producenter på olika sätt utan någon gemensam definition kan lätt medföra att begreppet blir vilseledande. Det är säkert frestande för producenter och handel att använda begreppet därför att de vet att denna typ av mat efterfrågas och för att locka till sig kunder. Detta medför i slutändan att det blir upp till konsumenterna att göra bedömningen om det är närproducerat eller inte för varje livsmedel de köper, utifrån de värden som den enskilde konsumenten själv lägger i begreppet.

De olika politiska satsningarna och stöden inom landsbygdsprogrammet tyder på att det finns en politisk vilja att stödja marknaden för svensk mat. Att stödja det småskaliga, närproducerade, det lokala och regionala anses vara ett sätt att värna vårt jordbruk i en allt mer konkurrensutsatt sektor och därigenom också få ett antal kollektiva nyttigheter. Sambanden mellan närproducerade livsmedel och kollektiva nyttigheter är dock inte självklara och flera målsättningar kan kollidera. Det är inte självklart att närproducerade livsmedel gynnar kollektiva nyttigheter såsom minskade växthusgasutsläpp och ökad sysselsättning på landsbygden.

Om närproducerat är en trend som är här för att stanna vet vi inte, men det har fått ett ökat intresse från en del konsumenter. Trots att trender brukar avlösa varandra så finns det plats för flera trender samtidigt i vårt samhälle, den ena trenden behöver inte utesluta den andra. Därför kan närproducerade livsmedel, ekologiskt respektive småskaligt producerad mat vara olika trender som lockar till sig olika typer av konsumenter.

# Innehåll

<b>1</b>	<b>Inledning.....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>Närproducerade livsmedel.....</b>	<b>2</b>
2.1	Vilka aktörer använder begreppet?.....	2
2.2	Hur definieras närproducerat? .....	4
2.2.1	Är närproducerat ett svenskt begrepp? .....	5
<b>3</b>	<b>Lokalt, regionalt, småskaligt och ursprungsmärkt .....</b>	<b>8</b>
3.1	Lokal och regional mat .....	8
3.2	Småskalig livsmedelsproduktion .....	10
3.3	Ursprungsmärkning .....	11
<b>4</b>	<b>Vad förväntar sig konsumenten av ett närproducerat livsmedel?.....</b>	<b>13</b>
4.1	Ett mer miljö- och klimatsmart livsmedel? .....	14
4.2	Ett livsmedel som gynnar din hembygd? .....	15
4.3	Ett livsmedel som är småskaligt producerat? .....	16
4.4	Ett livsmedel med bättre kvalitet? .....	17
<b>5</b>	<b>Närproducerat som samhällsnytta.....</b>	<b>19</b>
<b>6</b>	<b>Hur ser marknaden ut?.....</b>	<b>21</b>
<b>7</b>	<b>Vad är ett närproducerat livsmedel?.....</b>	<b>25</b>
<b>8</b>	<b>Källförteckning .....</b>	<b>28</b>

# 1 Inledning

Den senaste tidens klimatdebatt har givit nytt bränsle till diskussionen om hur vi äter rätt. Som konsumenter har vi också blivit mer medvetna om vad vi äter. Intresset för lokal och regional mat ökar bland konsumenter såväl i Sverige som i många andra länder samtidigt som producenter och handel ser nya marknadsmöjligheter i denna trend. Konsumenter vill veta hur maten har producerats och av vem. Runt om i landet växer små mejerier, slakterier och gårdsbutiker fram, prenumerationslådor från lokala producenter blir allt vanligare i hushållen och marknadsplatserna där producent och konsument möts blir fler och fler. Intresset för närproducerade livsmedel syns också i livsmedelsbutikerna. Det finns undersökningar som visar att konsumenter tycker det är allt viktigare att köpa mat som har producerats energisnålt, småskaligt och med minsta möjliga klimat- och miljöpåverkan. Maten ska också vara hälsosam, svensk, närodlat och dessutom gärna gynna hembygden och på så sätt hålla landsbygden levande. Djuruomsorgen och djurhälsan ska vara god och livsmedelssäkerheten hög. Konsumenternas förväntningar är hälsosam, god och färsk mat på tallriken.

Det saknas en tydlig definition av begreppet närproducerat trots att begreppet används dagligdags. För en del konsumenter innebär det dock sådana livsmedel som odlas i närheten där man bor. Förutom den geografiska produktionsplatsen finns det andra faktorer som är viktiga för konsumenten och dessa värderingar skiljer sig från konsument till konsument. Samtidigt som det finns en osäkerhet bland konsumenter om vad egentligen begreppet närproducerat innebär så används det flitigt av olika aktörer i diverse sammanhang, såväl av myndigheter, företag, organisationer, handeln samt i media.

Syftet med den här rapporten är att diskutera kring hur olika aktörer definierar och använder begreppet närproducerat och att ställa begreppet i relation till andra uttryck såsom lokal och regional mat, småskaligt och ursprungsmärkt. Dessutom ska rapporten resonera kring värdet av närproducerade livsmedel för konsument och samhälle. Syftet med den här rapporten är att reda i begreppet närproducerat, inte att fokusera på olika konsumtionstrender. Målet är att ge en bild av vad konsumenter kan förvänta sig när de köper närproducerade livsmedel.

## 2 Närproducerade livsmedel

En grupp konsumenter söker alternativ till mat som har rest över hela jordklotet, besprutats inför transporten samt mat som lagrats i månader. Närproducerat anses vara ett sådant alternativ och intresset för denna typ av mat ökar.

### 2.1 Vilka aktörer använder begreppet?

Regeringen tog under 2007 en livsmedelsstrategi<sup>1</sup> för hela Sverige med syfte att stärka livsmedelsbranschens konkurrenskraft så att livsmedelsindustrin i Sverige ska kunna konkurrera på likvärdiga villkor med övriga Europa. Regeringens strategi för att stärka sektorn omfattar alla inom livsmedelssektorn, från det lilla till det stora företaget. En satsning inom strategin är inriktad på innovation samt kompetensökning inom livsmedelssektorn och på mat med mervärde (till exempel ekologiskt, *närproducerat* eller småskaligt producerat). Både regering och riksdag kom tidigt fram till slutsatsen att det finns ett intresse för småskalig lokal och regional livsmedelsproduktion både bland konsumenter och inom livsmedelsbranschen.<sup>2</sup>

I en statlig utredning från 2005<sup>3</sup>, *Bilen, biffen och bostaden*, föreslås en rad åtgärder för hur en ekologiskt, socialt och ekonomiskt hållbar konsumtion ska uppnås. En av de åtgärder som föreslås är att öka andelen ekologisk och *närproducerad* mat i både den privata och offentliga sektorn.

LRF (Lantbrukarnas riksförbund) har tillsammans med Svenskt Sigill skapat ett projekt, *Mat och klimat*<sup>4</sup>, med syftet att inspirera konsumenter och lantbrukare att göra smarta klimatval. Enligt projektet är ett generellt smart klimatval att äta *närproducerat*. LRF menar att intresset för lokal mat från det svenska lantbruket aldrig har varit större och undersökningar visar att större möjligheter att kunna handla svenskt och närproducerat skulle ge nöjdare konsumenter.<sup>5</sup>

Samtidigt som konsumenternas efterfrågan på närproducerade livsmedel ökar så ser fler producenter nya marknadsmöjligheter i denna trend. Milkos lansering av landskapsmjölk är ett exempel på hur branschen anammat den nya trenden. Milkos landskapsmjölk garanterar att mjölkråvaran kommer från det landskapet som förpackningen anger, till exempel från Dalarna eller Värmland. Dessutom får konsumenterna därigenom information ifrån vilka gårdar mjölken kommer.<sup>6</sup> *Sju Gårdar*

---

<sup>1</sup> Regeringskansliet, *En livsmedelsstrategi för hela Sverige*

<sup>2</sup> Riksdagens miljö- och jordbruksutskott, *Uppföljning av statens insatser för småskalig livsmedelsproduktion*

<sup>3</sup> Stefan Edman, *Bilen, biffen och bostaden: Hållbara laster- smartare konsumtion*

<sup>4</sup> *Mat och klimat*

<sup>5</sup> Riksdagens miljö- och jordbruksutskott, *Uppföljning av statens insatser för småskalig livsmedelsproduktion*

<sup>6</sup> Milko

i Uppland, satsar på ekologiska och närproducerade mjölkprodukter. Mjölkgårdarna har gått samman och levererar mejeriprodukter till butiker i Uppland.<sup>7</sup> Hjordnäramejeriet är ytterligare ett exempel på mjölkproducenter som gått samman och levererar ekologisk och småskaligt producerad mjölk. Mjölken är enligt mejeriet spårbar.<sup>8</sup> Bonnakött är en producentförening som säljer kött från landskapsvårdande och ekologiska djur i Småland. Varumärket Bonnakött garanterar att djuren är lokalt uppfödda och får gå ute och röra sig fritt under hela betessäsongen. Dessutom garanteras att allt kött som säljs under varumärket är identifierbart samt att köttet är lokalt producerat och slaktat.<sup>9</sup> Det finns fler exempel på den här typen av verksamhet och det är tydligt att allt fler lokala producenter ser nya utvecklingsmöjligheter i att sälja direkt till kund från den egna gården eller via andra kanaler. Ofta går flera producenter samman och bildar nätverk med gemensam marknadsföring och distribution.

En undersökning som gjorts av LRF<sup>10</sup> visar att cirka 60 procent av lantbrukarna i undersökningen vill att mer av deras produktion ska säljas lokalt eller regionalt som närproducerat. Undersökningen visar att intresset för att sälja närproducerade livsmedel varierar mycket, bland annat beroende på produktionsgren, lantbrukarens ålder, gårdens storlek och geografisk plats. Intresset för närproducerat är störst bland lantbrukarna i norra Sverige, till exempel Jämtland, Gävleborg och Västerbottens län. Av trädgårdsproducenterna vill cirka 90 procent sälja mer av sina produkter till de lokala och regionala marknaderna, 80 procent av får- och lammproducenterna, 70 procent av fjäderfäproducenterna och cirka 60 procent av mjölkproducenterna. Lägst intresse finns enligt undersökningen bland växtodlings- och grisproducenter. Dessutom är intresset för närproducerat större på mindre gårdar och bland yngre lantbrukare.

Under 2009 hölls ”Elmia närproducerat”, en mässa vars syfte var att skapa en mötesplats för aktörer där nya kontakter och nätverk kan bidra till en positiv utveckling för den svenska landsbygden. Mässans mål var att bidra till kompetensutveckling och framsteg inom närproducerade livsmedel.<sup>11</sup>

Enligt organisationen Livsmedelssverige<sup>12</sup> satsar handeln mer på närproducerade livsmedel. Konsumenternas efterfrågan har möjliggjort ett större sortiment av lokalt och småskaligt tillverkade livsmedel. För handeln är detta av stort intresse ur profilsynpunkt och ett sätt att få fler kunder. Handelskedjorna (Axfood, Bergendahls gruppen AB, ICA och Coop) ser således ett mervärde med att erbjuda kunderna lokal och regional mat.<sup>13</sup>

---

<sup>7</sup> Sju Gårdar

<sup>8</sup> Hjordnära

<sup>9</sup> Bonnakött

<sup>10</sup> LRF, LRF Konsult och Swedbank, *Lantbruksbarometern 2008*

<sup>11</sup> Jordbruksverket, *konkurrenskraftigt livsmedelsföretagande*

<sup>12</sup> Livsmedelssverige, *De lokala matproducenterna och dagligvaruhandeln*

<sup>13</sup> Livsmedelssverige, *De lokala matproducenterna och dagligvaruhandeln* och Ipsos-Eureka, *lokal och regional mat*

Att handeln intresserar sig mer för närproducerade livsmedel är projektet Mat från Regionen ett bra exempel på. Det är en lokal organisation inom Coop i Sverige som driver projektet. Syftet är att ge kunder möjlighet att välja lokal, närproducerad och regional mat och samtidigt bidra till ökad sysselsättning och ekonomisk utveckling i regionen. För att få fart på försäljningen och underlätta för konsumenterna att känna igen den närproducerade maten har projektet tagit fram en egen märkning.<sup>14</sup>

Förutom att närproducerat nämns i sammanhang som har med konsument och livsmedel att göra så har även debatten tagit fart vad gäller mat till våra djur. Ekologiska Lantbrukarna uppmanar till exempel alla Sveriges lantbrukare att välja närodlat foder till djuren istället för importerat.<sup>15</sup> Lantmännen Doggy AB genomförde under våren 2009 en marknadsföringskampanj för hundfoder där råvaror med kvalitet betonades såsom svenskt kött och svenskt närproducerat fullkornsvete. Importerat foder framställdes som ett osmart miljöval. Mars Sverige AB<sup>16</sup>, som tillverkar och saluför produkter inom konfektyr, livsmedel och djurfoder, reagerade på reklamen med följden att reklamfilmen blev ett ärende hos Marknadsdomstolen. En av anledningarna var just att företaget Mars ansåg att reklamen gav sken av att Doggyprodukterna var närproducerade trots att tillverkningen endast sker på ett ställe i Sverige. Därmed ansåg företaget att fodret inte kan kallas närproducerat i hela Sverige. Marknadsdomstolens dom i ärendet blev att Lantmännen förbjöds att använda denna typ av reklam.<sup>17</sup>

## 2.2 Hur definieras närproducerat?

Det finns ytterst få aktörer i Sverige som definierar närproducerat och om de gör det så skiljer sig definitionen dem emellan. En av de aktörer som definierar närproducerat är Livsmedelssverige.<sup>18</sup> Inom organisationens projekt Miljösmart Mat definieras närproducerat som *mat där såväl produktion, förädling och distribution till konsumenter sker inom ett visst avgränsat område*. Närproducerat kan vara småskaligt producerat, men det behöver inte vara så. Organisationen anger också att livsmedlet kan vara tillverkat långt från konsumenten, det finns således ingen avståndsmässig definition. Den ideella föreningen Bondens egen Marknad<sup>19</sup> har för sitt ändamål definierat närproducerade livsmedel som *livsmedel som producerats inom en radie på 250 km från marknaden*. En av reglerna med marknadsplatsen är att lantbrukaren ska ha odlat eller fött upp allt som säljs på marknaden. Även huvudingrediensen i förädlad mat som sylt, saft eller korv måste komma från lantbrukarens egen gård.

Hur långt får det maximalt vara från butik till livsmedlets ursprung för att det kan kallas närproducerat? Den frågan ställde företaget YouGov i en marknadsundersökning som

---

<sup>14</sup> Livsmedelssverige, *De lokala matproducenterna och dagligvaruhandeln*

<sup>15</sup> Ekologiska Lantbrukarna

<sup>16</sup> Moderbolaget Mars Inc är ett amerikanskt bolag

<sup>17</sup> Marknadsdomstolen

<sup>18</sup> Livsmedelssverige

<sup>19</sup> Bondens Egen Marknad



genomfördes nyligen. 18 procent av de tillfrågade svarade max fem mil, 30 procent svarade tio mil och ytterligare 27 procent kunde sträcka sig till 20 mil.<sup>20</sup>

Enligt en färsk Sifundersökning<sup>21</sup> på uppdrag från Livsmedelsverket anser cirka 90 procent av de tillfrågade konsumenterna att det är viktigt att veta var maten kommer ifrån, till exempel från vilket land eller region. Vad konsumenter definierar som närproducerat skiljer sig från konsument till konsument beroende på bland annat perspektiv och bostadsort. Enligt Coops konsumentundersökning<sup>22</sup> anser de flesta tillfrågade att närproducerade livsmedel först och främst är livsmedel som härstammar från regionen där de bor. Vad som i undersökningen avses med region framgår dock inte. Vissa konsumenter tycker dock att närproducerat likväl kan vara livsmedel producerade inom samma kommun eller i Sverige, se tabell 1. Man kan till exempel säga att närodlat är svenskt i jämförelse med mat från Sydamerika eller södra Europa.

**Tabell 1. Vad som räknas som närproducerat avseende tillverkningsområde enligt Coops konsumentundersökning (medlemspanelen), %**

Min region	78 %
Min kommun	47 %
Sverige	45 %
Norden	9 %
Europa	5 %

Källa: Coop-rapporten 2009

I en undersökning om ”lokal och regional mat”<sup>23</sup> framkom att den egenskap som konsumenter främst förknippar med lokal mat, att maten är producerad i närheten där de bor, inte kom i första rummet när konsumenter fritt värderar egenskaper hos livsmedel. Att livsmedlet smakar bra, är färskt och håller hög kvalitet är betydligt viktigare. Konsumenter anser även att närproducerade livsmedel ger ett mervärde i form av trygghet, det vill säga att livsmedlet är säkrare samt att det väcker associationer om en bättre livsstil.<sup>24</sup> Det är således inte enbart den geografiska produktionsplatsen som är viktig för konsumenter utan även en mängd andra kriterier, se avsnitt 4.

### 2.2.1 Är närproducerat ett svenskt begrepp?

Närproducerat tycks vara ett begrepp som håller sig inom Sveriges gränser. I de andra länderna inom EU, som studerats i rapporten, lyfts istället den lokala och regionala

---

<sup>20</sup> YouGove

<sup>21</sup> Livsmedelsverket

<sup>22</sup> Coop-rapporten 2009, Uppgifterna i Coop-rapporten bygger på resultaten från tre webbaserade medlemspaneler som genomfördes på Coops webbplats under 2009

<sup>23</sup> Ipsos-Eureka, *Lokal och regional mat*

<sup>24</sup> Jordbruksverket, Rapport 2008:16

maten ”local food or regional food” fram. Definitionen av lokal mat är dock generellt densamma som för närproducerad mat, se avsnitt 3.1. Att maten ska vara säker, hålla hög kvalitet och märkas ordentligt är däremot konsumentkrav som finns i alla länder.

I **Storbritannien** finns det liksom i Sverige en stor efterfrågan på lokal mat. Inom departementet för mat, miljö och landsbygdsfrågor (Defra) har man till exempel tittat närmre på begreppet lokal mat. Departementet har i en skrift<sup>25</sup> konstaterat att det inte bara finns en definition av lokal mat utan flera. Den som dock används i störst utsträckning definierar lokal mat som den mat som produceras, förädlas, handlas med och säljs inom ett geografiskt område på cirka 48 km.<sup>26</sup> FARMA (The National Farmers Retail & Market Association)<sup>27</sup> är en sammanslutning av jordbrukare i Storbritannien som bland annat arbetar med att lyfta fram lokal mat genom att till exempel anordna marknadsplatser där producent och konsument möts. Organisationen har likväl definierat lokal mat utifrån ett idealt avstånd på 48 km. Inom departementet håller man nu på att dra upp riktlinjer för maten år 2030.<sup>28</sup> I dessa riktlinjer lyfter departementet fram konsumenten som den viktigaste faktorn för utveckling. Det konstateras att om producenter och handlare följer konsumenternas vilja får vi mat som är lokal, hälsosam och miljövänlig.

I **Frankrike** värnar man om traditionella regionala specialiteter och varje region har för regionen egna lokala råvaror. I Frankrike är traditionen med marknader där producent och konsument möts och där lokal och regional mat säljs en gammal företeelse och där finns sedan länge ett alternativ till livsmedel producerade på annat vis, på stora livsmedelsindustrier. Trots att livsmedelsproduktionen i Frankrike är Europas största och att sektorn är landets primära industrisektor<sup>29</sup> så lever den lokala och regionala maten sida vid sida med den massproducerade maten.

I **Danmark** finns en stor efterfrågan bland konsumenter efter danska livsmedel, liksom svenska efterfrågas i Sverige. Skillnaden är att i Danmark kallar man det inte närproducerat och begreppet ”lokalproduceret mad” är inte heller ett begrepp som används i större utsträckning. Det växer fram nya gårdsbutiker i Danmark, till exempel inom mejeri och slakteri.<sup>30</sup> Samtidigt som marknaden för danska livsmedel vinner marknadsandelar talar man mer om livsmedlets nationella identitet än om att det är lokalt- eller närproducerat. Däremot finns det en stor efterfrågan på ekologiska livsmedel och just ekologiskt anses vara ett alternativ till den massproducerade maten. Det kan vara på så vis att Danmarks storlek kanske har betydelse för att närproducerad mat inte har en lika stor innebörd i Danmark som i Sverige.

---

<sup>25</sup> Defra, *Local Food – a snapshot of the sector*

<sup>26</sup> 30 miles är lika med 48 svenska kilometer (30 miles x 1.609344)

<sup>27</sup> Certified Farmers Market (FARMA)

<sup>28</sup> Äkta Vara

<sup>29</sup> Ministère de L'alimentation, de L'agriculture et de la Peche, *Key issues for the french agrifood sector*

<sup>30</sup> Danske Gårdbutikker

**Slow Food**<sup>31</sup> är en världsomspännande rörelse där matkultur i vid bemärkelse står i centrum. Rörelsen startade 1986 i Italien som ett försök att rädda de lokala mattraditionerna och den småskaliga produktionen från dagens allt mer jäktade matvanor och snabbmatsfenomen. Internationellt arbetar rörelsen för ekologisk produktion, bevarandet av lokala och regionala matkulturer och utvecklingen av ett jordbruk som varken utarmar jorden eller människorna som brukar den. Rörelsen arbetar även för bevarandet av traditionella grödor, grönsaker, frukt, djurslag samt lokala och regionala producerade råvaror tillredda enligt traditionella metoder.

---

<sup>31</sup> Slow Food

## 3 Lokalt, regionalt, småskaligt och ursprungsmärkt

Det finns ingen enhetlig definition av eller inga bestämmelser om ett närproducerat livsmedel ska vara lokal eller regional mat, småskaligt producerat eller innehålla enbart svenska råvaror.

### 3.1 Lokal och regional mat

I en undersökning om ”lokal och regional mat”<sup>32</sup> framkom att konsumenter inte gör någon skillnad mellan definitionen av lokal och regional mat. Båda begreppen används i betydelsen mat som kan vara svensk, närproducerad, småskalig, hälsosam, miljövänlig, djurvänlig, traditionell med mera beroende på den enskilde konsumentens förväntningar. Däremot skiljer vissa producenter mellan lokal och regional mat. Lokal mat definieras av vissa producenter, som livsmedel där råvarorna kommer ifrån närområdet och där även förädling och konsumtion sker. Den lokala maten kan vara såväl en standardprodukt som en mer specialiserad vara, men den ska vara framställd av mindre, oberoende producenter. Regional mat är ofta en unik produkt producerad av råvaror från en viss trakt, men som kan säljas var som helst i världen. Långt ifrån alla producenter är dock eniga om den här definitionen.

Livsmedelssveriges<sup>33</sup> definition av lokal mat är densamma som för närproducerad, se avsnitt 2.2. När man talar om lokal och närproducerad mat är det ofta det geografiska avståndet mellan producent och konsument som står i fokus. Maten ska ha producerats nära konsumenterna. Däremot definieras regional mat som *mat som kommer från ett specifikt och definierat geografiskt område, med en tydlig avsändare*. Det specifika med regional mat är enligt organisationen kopplingen till en viss region. Det kan vara råvaror som produceras i regionen och som genom speciella förutsättningar som jordmån och klimat, får specifika kvaliteter. Det kan också vara produktionsmetoderna och förädlingsprocesserna som är unika för regionen. Regionen kan vara en del av ett land, ett område som sträcker sig över flera landsgränser eller till och med ett land i sig. Exempel på svensk regional mat är västerbottenost, öländska kroppkakor och skånsk spettekaka. Regional mat kopplas till regionala smaker, tillagningsmetoder eller kulturella traditioner. Enligt Livsmedelssverige är den viktiga skillnaden mellan lokal och regional mat att regional mat inte nödvändigtvis konsumeras i samma område där tillverkningen sker. Regional mat kan på så vis också vara närproducerad, men det behöver inte vara så.

Projektet Mat från Regionen<sup>34</sup> definierar lokalt som *produkter tillverkade på den plats där produktionen sker, något som också inkluderar en närliggande ort*. Ett regionalproducerat livsmedel kan enligt projektet komma från ett större geografiskt

---

<sup>32</sup> Ipsos-Eureka, *lokal och regional mat*

<sup>33</sup> Livsmedelssverige, *De lokala matproducenterna och dagligvaruhandeln*

<sup>34</sup> Coop

område än ett lokalproducerat. Det kan till exempel vara ett län eller flera närliggande län med en naturlig koppling.

Detta ger en tydlig indikation på att betydelsen av lokal och regional mat varierar mellan olika konsumenter, producenter och organisationer. Det är inte ovanligt att egna definitioner görs av begreppet. Det är dessutom få aktörer som definierar begreppen och det finns inte heller någon konsensus i Sverige eller i världen om vilket avstånd i kilometer som gäller för produktion, förädling, distribution och konsumtion.

Inom Europa finns ett nätverk med medlemsregioner vars mål är att utveckla regionerna genom att främja lokal och regional mat. Ett av syftena med att stödja en ökad produktion och användning av regional mat är att utveckla det småskaliga affärslivet och turismen i regionerna. De svenska regionerna som är med i nätverket är Blekinge, Gotland, Skåne, Småland, Västernorrland, Öland och Östergötland.<sup>35</sup>

Inom EU arbetar man med regional mat. EU ger med sina geografiska beteckningar (GU)<sup>36</sup> producenter inom en viss region rätt att kalla sina produkter vid vissa namn. Den grundläggande idén är att produkten får vissa önskvärda egenskaper just för att den är producerad i regionen. Märkningen har som syfte att stimulera framtagandet av regionala livsmedel och skydda livsmedlets regionala ursprung och traditionella tillverkningsmetoder mot plagiat. Att värna om regional mat anses bidra till landsbygdsutveckling genom bland annat ökad sysselsättning. Det finns tre olika kvalitetsmärkningar som är gemensamma inom EU:

- *Skyddad ursprungsbeteckning (SUB)* innebär att råvarorna och tillverkningsmetoderna för ett specifikt livsmedel är beroende av den region eller det område där livsmedlet tillverkas. Råvaran måste komma från det området där förädlingen sker och bygga på ett traditionellt recept, exempelvis parmaskinka och parmesanost. Ingen svensk produkt har denna märkning.
- *Skyddad geografisk beteckning (SGB)* innebär att ett livsmedel tillverkas enligt en metod som förknippas med en viss region som har samma namn. Förädlingen ska ske inom regionen, men råvarorna kan komma utifrån. Exempel på produkter med denna märkning är skånsk spettekaka och sveciaost.
- *Garanterad traditionell specialitet (GTS)* innebär att livsmedlet tillverkas på ett traditionellt sätt och har vissa egenskaper som skiljer det från liknande produkter. Produktionen är till skillnad från den för SUB och SGB inte knuten till vissa regioner i EU utan kan ske i hela unionen. Det är receptet som är skyddat. Exempel på denna typ av produkter är svensk falukorv och hushållsost.

---

<sup>35</sup> European network of Regional Culture Heritage

<sup>36</sup> Livsmedelsverket



Figur 1. EUs märkningar för skyddade geografiska beteckningar och traditionella specialiteter

Källa: Kommissionen

## 3.2 Småskalig livsmedelsproduktion

Vad som räknas som småskalig produktion eller vad som inte räknas hit är inte enkelt att sätta fingret på. Definitionen om vad småskalig matproduktion är varierar beroende på vem du frågar. Intresset för lokal och närproducerad mat gynnar de företag som bedriver småskalig livsmedelsförädling. Det finns drygt 3 000 företag inom livsmedelsindustrin spridda över hela landet, varav cirka 1 300 är enmansföretag utan anställda. Småföretagen dominerar och endast 650 företag har fler än 10 anställda.<sup>37</sup> De småskaliga företagen är verksamma inom flera olika områden som till exempel slakt, styckning, bageri, fiskeri, mejeri- och rennäring.

Vad är då småskalig livsmedelsproduktion? Begreppet småskalig används ofta när man pratar om livsmedelsförädling, men det är sällan begreppet definieras närmre utan det är snarare sammanhanget som bestämmer definitionen. Man kan utgå från flera olika kriterier, till exempel företagets omsättning, antalet anställda, hanterad råvara och antal slaktade djur/djurenheter.<sup>38</sup> Enligt Livsmedelsverket avser till exempel småskalig verksamhet inom mjölk- och mejerisektorn en anläggning där produkter tillverkas från högst två miljoner liter mjölk per år. Om den småskaliga verksamheten inriktas på köttprodukter ska anläggningen leverera högst 7,5 ton färdiga produkter per vecka<sup>39</sup>.

Småskalig livsmedelsproduktion kan också definieras utifrån hur många anställda som företaget har. Enligt EUs definition av små- och medelstora företag kan antalet anställda uppgå till allt från en till 250 anställda. Företag som har färre än 50 anställda definieras dock som små. Regeringen har definierat ett småskaligt företag som ett företag med färre än 50 anställda. Flera aktörer anser dock att inom livsmedelsområdet kan företag med uppemot 50 anställda uppfattas som stora. Även företag med tio anställda kan i vissa delar av livsmedelsområdet betraktas som ganska stora.<sup>40</sup>

---

<sup>37</sup> Livsmedelsföretagen (Li)

<sup>38</sup> Jordbruksverket/Livsmedelverket, *Åtgärder för att främja och underlätta för småskalig livsmedelsförädling*

<sup>39</sup> Riksdagens Miljö- och jordbruksutskott, *Förutsättningar för småskalig livsmedelsproduktion – en uppföljning*

<sup>40</sup> Riksdagens Miljö- och jordbruksutskott, *Förutsättningar för småskalig livsmedelsproduktion – en uppföljning* och Regeringens skrivelse, *Småskalig livsmedelsförädling*

Projektet Regional Mat<sup>41</sup> lyfter till exempel fram att småskalig livsmedelsproduktion avser både produktion och förädling av livsmedel i såväl mindre som medelstora företag. Produkterna marknadsförs med en tydlig avsändare och produktionen sker på ett genuint sätt. I andra fall förknippas småskalig livsmedelsproduktion med lokala råvaror. Ibland framhålls även att verksamheten bedrivs på landsbygden. Cirka 32 procent av de småskaliga företagen finns på landsbygden, 26 procent i mindre tätorter och 42 procent i tätorter med mer än 10 000 invånare.<sup>42</sup> Ibland betonas att produktionen ska vara hantverksmässig och bygga på lokal tradition. Eldrimner<sup>43</sup> som är ett nationellt centrum för småskaligt mathantverk har definierat småskaligt mathantverk som en varsam förädling av i huvudsak lokala råvaror, i liten skala och ofta knuten till gården. Småskaligt mathantverk skapar unika produkter med smak, kvalitet och identitet som industrin inte kan ta fram.

Det unika med småskaliga producenter är att de ofta själva sköter flera led i livsmedelskedjan. De producerar råvarorna, lagrar, förädlar, förpackar, distribuerar och marknadsför sina produkter. I det storskaliga systemet däremot svarar oftast olika aktörer för respektive led i kedjan. Jordbrukaren säljer till exempel sin spannmål för lagring till en privat uppköpare eller till lantbrukskooperationen. Sedan går den vidare till kvarnen som mal mjöl. Därifrån säljs den vidare till bagerier och så småningom når brödet, ofta med hjälp av bageriets egna bilar, konsumenten i butik eller restaurang.<sup>44</sup> Eftersom de småskaliga producenterna förpackar, distribuerar och marknadsför sina produkter på egen hand så är dessa livsmedel ofta märkta med en tydlig avsändare.

### 3.3 Ursprungsmärkning

En färsk Sifoundersökning visar att mer än 70 procent av Sveriges konsumenter efterfrågar svensk mat.<sup>45</sup> Det finns dock ingen svensk generell ursprungsmärkning av livsmedel. De livsmedel som i butiken är märkta med *ursprungsland Sverige* är märkta på så vis därför att EU gemensamt har beslutat detta. Inom EU finns det krav på ursprungsmärkning<sup>46</sup> för vissa livsmedel, det vill säga märkningen ska visa var produkterna kommer ifrån. Nötkött, fisk och honung ska alltid märkas med ursprung. För andra livsmedel, inklusive annat kött än nötkött, gäller att ursprunget ska anges om det finns risk för att konsumenten kan vilseledas. En konsument får aldrig luras att tro att livsmedlet kommer ifrån ett annat land, en annan region än det faktiskt gör. Ibland måste därför producenten eller tillverkaren komplettera märkningen med ursprung.

---

<sup>41</sup> Regional mat

<sup>42</sup> Regeringens skrivelse, *Småskalig livsmedelsförädling* (statistik från år 2005)

<sup>43</sup> Eldrimner

<sup>44</sup> Livsmedelssverige, *De lokala matproducenterna och dagligvaruhandeln*

<sup>45</sup> LRF, *De flesta vill ha mat som är producerad nära*

<sup>46</sup> Livsmedelsverket

För nötkött<sup>47</sup> finns särskilda regler som gäller ursprungsmärkning. Om varan är märkt med ”ursprung Sverige” betyder det att djuret är fött, uppfött och slaktat i Sverige. Om importerat nötkött mals till köttfärs i Sverige får färsen inte märkas med en svensk flagga eller med märkning ”svensk köttfärs”. Fisk, skaldjur och blötdjur ska också märkas med ursprung.

EUs handelsnormer för färska frukter och grönsaker<sup>48</sup> är en sorts kvalitets- och produktbeskrivning. Krav på märkning finns för att de som handlar med frukt och grönsaker ska kunna identifiera och jämföra produkterna men också för att ge konsumenterna information om varorna. En konsument ska till exempel kunna jämföra priser på tomater av klass I från två olika säljare och veta att de i stort sett är jämförbara. För frukt och grönsaker är märkning som anger avsändare, förpackare, klass och ursprung obligatoriska, dessutom finns det ytterligare krav på märkning.

EU har också handelsnormer för ägg,<sup>49</sup> vilka ska tillgodose konsumenternas krav på spårbarhet. Äggen ska märkas med produktionssystem och en kod som gör det möjligt att identifiera produktionssystemet, ursprung och produktionsanläggningen.

De livsmedel som måste märkas med ursprung gör det lätt för konsument att få information om varifrån livsmedlet kommer. Däremot finns det massor av livsmedel i butikerna som inte behöver märkas. Det finns inget krav på märkning för livsmedel som är närproducerade, lokala eller regionala om de inte faller inom EUs bestämmelser. Om livsmedlet innehåller svenska råvaror eller om de är producerade i Sverige kan därför vara svårt för konsumenten att se. Det finns dock branschorganisationer som enats om en gemensam ursprungsmärkning trots att det egentligen inte finns några bestämmelser därom. Svensk Fågel är ett sådant exempel.<sup>50</sup> Även Svenskt Sigill<sup>51</sup> kvalitetsmärker mat och blommor. På så vis garanterar Svenskt Sigill att råvarorna som bär märket har producerats på svenska kontrollerade gårdar och odlingar som lever upp till höga krav på säkra livsmedel, god djuromsorg, miljöansvar och öppna landskap.

---

<sup>47</sup> Livsmedelsverket

<sup>48</sup> Jordbruksverket och Livsmedelsverket

<sup>49</sup> Jordbruksverket

<sup>50</sup> Svensk Fågel

<sup>51</sup> Svenskt Sigill



## 4 Vad förväntar sig konsumenten av ett närproducerat livsmedel?

Enligt Coops konsumentundersökning<sup>52</sup> anger cirka 90 procent av de tillfrågade konsumenterna att det är viktigt att köpa närproducerade livsmedel. Enligt undersökningen köper konsumenter närproducerat främst på grund av klimathänsyn, att närproducerat gynnar lokala producenter och att livsmedlet har en tydlig avsändare. Även kvalitet och smak betonas.

**Tabell 2. Anledningar till varför konsumenter väljer närproducerat enligt Coops konsumentundersökning (medlemspanelen), %**

Klimathänsyn (kortare transportsträckor)	85 %
Gynna lokala producenter	79 %
En tydlig avsändare	50 %
Bättre kvalitet	28 %
Bättre smak	24 %

*Källa: Coop-rapporten 2009*

I en studie gjord av LRF svarar 40 procent av de tillfrågade konsumenterna att det är viktigt att maten är regionalt eller lokalt producerad. De viktigaste orsakerna att köpa lokalt eller regionalt uppgavs vara för att främja kortare transporter, miljö, småskalig produktion och en levande landsbygd.<sup>53</sup> I en undersökning om lokal och regional mat<sup>54</sup> angav 80 procent av de tillfrågade konsumenterna att utmärkande för lokal och regional mat är att den bidrar till en levande landsbygd. När konsumenterna i undersökningen ombads uppge de tre främsta skälen till varför de köper lokal- eller regionalproducerad mat kom landsbygdsfrågor och miljön i främsta rum, se tabell 3.

---

<sup>52</sup> Coop-rapporten 2009. Uppgifterna i Coop-rapporten bygger på resultaten från tre webbaserade medlemspaneler som genomfördes på Coops webbplats under 2009

<sup>53</sup> Riksdagens miljö- och jordbruksutskott, *Uppföljning av statens insatser för småskalig livsmedelsproduktion*

<sup>54</sup> Ipsos-Eureka, *Lokal och regional mat*

**Tabell 3. De främsta skälen till varför konsumenter köper lokal- och regionalproducerad mat enligt Ipsos-Eurekas konsumentundersökning, andel som nämner**

---

Främja sysselsättningen	45 %
Miljön	43 %
Levande landsbygd	42 %
Stödja bönderna	37 %
Djuretik	27 %
Högre kvalitet	22 %
Smaken	18 %
Hälsosammare	11 %
Ekologi	10 %
Småskaligt producerad	8 %
Främja regional mattradition	7 %

---

Källa: Ipsos-Eureka

Enligt Ridderheimsrapporten<sup>55</sup> har debatten kring närproducerat fått en annan innebörd än tidigare. För cirka tre år sedan var det främst miljö- och klimataspekter som fick oss att äta lokal mat. I dag har denna trend förskjutits och den lokala och närproducerade maten ses nu som mer äkta och naturlig samtidigt som den dessutom stödjer de lokala producenterna. Småskalig produktion anses, enligt rapporten, till skillnad från storskalig som det äkta.

Flera konsumentundersökningar visar att det finns vissa gemensamma nämnare till varför konsumenter köper närproducerad och lokal mat. Att livsmedlet uppfattas vara mer miljö- och klimativänligt, gynnar hembygden, främjar sysselsättningen på landsbygden, håller högre kvalitet och produceras småskaligt är viktiga ingredienser. Eftersom det inte finns någon gemensam definition eller bestämmelser om hur ett närproducerat livsmedel bör vara producerat eller vilka krav det bör uppfylla så behöver livsmedlet inte heller inkludera de värderingar konsumenter lägger i begreppet.

## 4.1 Ett mer miljö- och klimatsmart livsmedel?

Vilka livsmedel man väljer att konsumera har stor betydelse för miljö och klimat. Genom att välja mellan olika livsmedel kan konsumenter påverka hur mycket växthusgaser som avges och vilken mängd växtnäring som förloras på vägen från jord till bord. Sveriges befolkning orsakar genom sin totala konsumtion av varor och tjänster utsläpp av växthusgaser motsvarande cirka 95 miljoner ton koldioxid, varav drygt en fjärdedel orsakas av livsmedelskonsumtionen.<sup>56</sup> I takt med diskussionerna om transporters negativa miljöpåverkan riktas konsumenternas blickar mot det närproducerade och mat som inte färdats så långt.

---

<sup>55</sup> Ridderheimsrapporten, *Future Premium Food*

<sup>56</sup> Naturvårdsverket, Rapport 5903

Att välja närodlat istället för importerat kan tyckas vara ett självklart val för att minska utsläppen av växthusgaser. Det är emellertid inte så enkelt och det hänger samman med att det är svårt att definiera vad ett närodlat livsmedel är. De långa och miljöskadliga transportererna är för många konsumenter det mest uppenbara miljöproblemet med den internationella livsmedelshandeln. Transporterna utgör dock nästan alltid en liten del av de totala utsläppen. Internationella och nationella godstransporter är ofta högeffektiva vilket innebär att den internationella handeln inte påverkar klimatet i så stor utsträckning som man skulle kunna tro. De totala utsläppen av växthusgaser för en produkt som konsumeras är summan av utsläppen längs hela livsmedelskedjan. Det innebär att en produkts totala klimatpåverkan beror på utsläppen i alla led, där även kedjan före jordbruket eller industrin har betydelse. En gris som är uppvuxen på närmaste gård kan till exempel vara uppfödd på soja från Brasilien och spannmål från en annan del av Sverige. Dessutom kan det vara en stor skillnad på hur effektivt jordbruket är. Om en viss typ av jordbruksproduktion ger upphov till mindre utsläpp när den produceras i andra länder än i Sverige kan det vara mer klimatsmart att köpa en importerad produkt trots att den har transporterats långt. Utländska produkter kan ibland transporteras långa sträckor från producent till butik med mindre växthusgasutsläpp än vad ett närproducerat alternativ ger upphov till. Det beror på hur livsmedlen transporteras. Därför är det i vissa fall förhastat att anta att det som är närproducerat alltid skulle vara bättre ur miljösynpunkt än det som importerats eller odlats på längre avstånd<sup>57</sup>.

Det finns konsumenter som i begreppet närproducerat lägger livsmedel som alltid producerats på ett miljövänligt och ekologiskt sätt. Om inte livsmedlet är märkt med EUs eller KRAVs symbol för ekologiskt så är det konventionellt producerat. Då finns det inga som helst garantier för att till exempel odlingen skett utan kemiska bekämpningsmedel och lättlösliga mineralgödselmedel eller att djurens foder har odlats på den egna gården. En undersökning om lokal och regional mat<sup>58</sup> visar att för Sveriges konsumenter är närproducerat just nu viktigare än ekologiskt när de väljer livsmedel i butik.

## 4.2 Ett livsmedel som gynnar din hembygd?

Det finns ingen konsensus i Sverige om vilket avstånd i kilometer som gäller för produktion, förädling, distribution och konsumtion för att ett livsmedel ska få kallas närproducerat. Bondens Egen Marknad har satt en kilometergräns och det verkar också vara den enda definition där avståndet är preciserat i nuläget. Med den definitionen kan Malmöbor köpa närproducerat från Göteborg och vice versa. Även vad olika konsumenter avståndsmässigt anser vara närproducerat varierar, se avsnitt 2.2. Den överensstämmelse som trots allt finns bland aktörer är att det geografiskt bör vara nära.

Det är också intressant i sammanhanget att resonera kring hur närproducerat ett livsmedel egentligen är. Råvaran kanske är svensk, men insatsvarorna kan komma från andra länder. Det är långt ifrån standard att insatsvarorna bakom ett närproducerat livsmedel kommer från gården eller i närheten. Inom köttproduktion kan man till

---

<sup>57</sup> Jordbruksverket, Rapport 2009:20

<sup>58</sup> Ipsos-Eureka, *Lokal och regional mat*

exempel vara beroende av foder som producerats på andra håll i Sverige eller utomlands. Lantbrukaren har kanske inte möjlighet att odla allt foder som djuren behöver på den egna gården. Spannmålsodlingen i sin tur kan vara beroende av mineralkväve från utlandet. Resultatet blir ett livsmedel producerat i din hembygd där djurhållningen är svensk, men en stor del av ursprungsenergin kommer från annat håll, oftast utlandet. En av reglerna med Bondens Egen Marknad är att lantbrukaren ska ha odlat eller fött upp allt som säljs på marknaden. Även huvudingrediensen i förädlad mat måste komma från lantbrukarens egen gård.<sup>59</sup> Det anges inte om resterande ingredienser också ska komma från lantbrukarens gård. De kan därför som svenska lika väl vara importerade. Det tycks inte finnas någon konsensus om huruvida alla insatsvaror som krävs för att producera ett närproducerat livsmedel också bör komma från gården eller i närheten av denna. Det är också ofta orealistiskt att alla insatsvaror ska vara närproducerade.

Trots att alla råvaror eller insatsvaror bakom ett närproducerat livsmedel kanske inte härstammar från hembygden så kan närproducerat ändå ha ett värde för konsumenter genom att det är just betesmarkerna i hemtrakterna som korna betat på. Vidare gynnar de betande korna den biologiska mångfalden och det nära landskapet.

Ökad spårbarhet, det vill säga att veta var maten kommer ifrån, hur den är producerad och förädlad, ger konsumenten en trygghet och en större möjlighet att kunna göra medvetna val. En av anledningarna till att konsumenter väljer närproducerad mat är just för att den oftast har en tydlig avsändare. Genom att avsändaren är tydlig skapar den mindre producenten trovärdighet bland konsumenter.<sup>60</sup> Det finns dock inga bestämmelser eller krav på att till exempel den småskaliga producenten ska märka sitt livsmedel med namn och tillverkningsort om inte livsmedlet faller inom EUs bestämmelser för ursprungsmärkning, se avsnitt 3.3. Om inte producenten ser ett egenintresse i att märka livsmedlen så är det konsumenten själv som får ta ansvar för att ta reda på var livsmedlet är producerat, av vem och hur.

### **4.3 Ett livsmedel som är småskaligt producerat?**

Många människor söker alternativ till den anonyma maten och därför väljer konsumenter närproducerat och småskaligt producerade livsmedel. Att småskalighet ofta associeras med närproducerat eller lokalt beror bland annat på att företaget är litet, produkterna är oftast märkta med en tydlig avsändare och att den småskaliga producenten själv sköter flera led i livsmedelskedjan. Det är emellertid sällan begreppet småskalig livsmedelsproduktion definieras. Som nämntes i avsnitt 3.2 kan man utgå från flera olika kriterier, till exempel företagets omsättning, antalet anställda, hanterad råvara och slaktat antal djur/djurenheter.<sup>61</sup> I andra fall associeras småskalig livsmedelsproduktion med lokala råvaror, produkter från regionen, en tydlig avsändare och genuin produktion.

---

<sup>59</sup> Bondens Egen Marknad

<sup>60</sup> Ipsos-Eureka, *Lokal och regional mat*

<sup>61</sup> Jordbruksverket och Livsmedelverket

Definitionerna av småskalig livsmedelsproduktion skiljer sig åt. Flertalet aktörer betonar att småskalig livsmedelsproduktion snarare handlar om att företagets produkter kommer från en viss region än att företagets storlek skulle vara avgörande. Företagets storlek eller omfattning är sålunda inte det primära, det vill säga småskalig produktion handlar inte enbart om de mycket små företagen. Eftersom definitionerna på småskalighet varierar, men att dock oftast det lilla företaget betonas, kan man dra slutsatsen att småskalig livsmedelsproduktion i alla fall inte handlar om massproducerade livsmedel utan livsmedlen är framställda på ett mer hantverksmässigt sätt. Till exempel kan nämnas att drygt hälften av de småskaliga livsmedelsföretagen inte har några anställda.<sup>62</sup>

Det finns exempel på att livsmedel uppfattas som närproducerade av konsumenter trots att produktionen sker storskaligt. Wapnö kan nämnas som ett sådant exempel. Wapnö är en stor mjölkgård med eget mejeri i Halland<sup>63</sup> som har över 50 anställda. Konsumenter i Halland köper mjölken och betraktar den som närproducerad. Här är det regionen som har stor betydelse för konsumentens val. Eldrimner<sup>64</sup> som är ett nationellt centrum för småskaligt mathantverk satsar på småskalig livsmedelsproduktion, men inte för den skull på närproducerat. Försäljningen av produkterna sker på större avstånd. Enligt Eldrimner är småskalig produktion en varsam förädling av i huvudsak lokala råvaror, i liten skala och i huvudsak knuten till gården. Därmed inte sagt att produkterna behöver säljas i närheten av där de producerats utan de kan likväl säljas över hela Sverige.

## 4.4 Ett livsmedel med bättre kvalitet?

Undersökningar visar att konsumenternas efterfrågan på livsmedel som är säkra, näringsriktiga och vällmakande har ökat i Sverige. Samtidigt har krav på livsmedlens produktionsmetoder fått en allt större betydelse för konsumenternas val. Även inom EU har intresset för matens kvalitet fått större fokus och det pågår flera olika projekt där målsättningen är att öka produktionen och konsumtionen av livsmedel med väldefinierad kvalitet.<sup>65</sup>

Enligt en undersökning<sup>66</sup> som genomförts av Livsmedelsföretagen anger cirka 75 procent av de tillfrågade konsumenterna att matens kvalitet är viktig. Det finns obligatoriska kvalitetskrav som är lagstadgade, till exempel att livsmedlen ska vara säkra att äta, att de är korrekt märkta med mera oavsett var de är producerade. Kvalitet är även ett begrepp som till stor del bestäms av betraktaren och som inte går att mäta. Kvalitet avser bland annat sådana egenskaper som till exempel färg, arom, smak eller textur. Begreppet omfattar också sådana kriterier som bestämmer konsumentens uppfattning om produktens kvalitet och som kan variera från konsument till konsument,

---

<sup>62</sup> Regeringens skrivelse, *Småskalig livsmedelsförädling* (statistik från år 2005)

<sup>63</sup> Wapnö

<sup>64</sup> Eldrimner

<sup>65</sup> Jordbruksverket, Rapport 2008:16

<sup>66</sup> Livsmedelsföretagen

till exempel miljövänliga produkter, närproducerad mat eller produkter fria från genetiskt modifierade organismer.<sup>67</sup>

Att diskutera huruvida närproducerade livsmedel håller en högre kvalitet än livsmedel producerade på annat vis är svårt. Som nämndes ovan så går inte kvalitet att mäta i vissa avseenden och det är därför upp till varje enskild konsument att värdera. Om man utgår från livsmedlens egenskaper och åldrande kan närproducerade livsmedel dock ha en fördel genom att avståndet till konsument oftast är kortare och att de därför kan konsumeras inom en kortare tidsrymd efter skörd eller slakt. Hur stor denna fördel är beror dels på hur snabbt livsmedlet åldras, men också på hur det hanteras. Att livsmedlet är färskt när det når konsumenten är beroende av både tid och temperatur. Närheten till konsumenten förkortar tiden, men om man inte hanterar temperaturen rätt kan dock ett livsmedel som inte producerats i närområdet vara färskare än det närproducerade. Dessutom har livsmedlets egenskaper stor betydelse. För produkter som exempelvis majs och mjöl med ett långsamt åldrande har varken tid eller temperatur någon större betydelse ur kvalitetssynpunkt, medan för andra livsmedel såsom frukt och grönsaker har de två faktorerna avgörande betydelse.<sup>68</sup>

Det inte så enkelt att säga att närproducerade livsmedel håller högre kvalitet, smakar bättre, är färskare och hälsosammare än livsmedel producerade längre bort från konsumenten. Det kan dock ha betydelse att färskheten uppnåtts på naturlig väg. I slutändan är det upp till konsumenten själv att göra den bedömningen genom att jämföra produkter som producerats och transporterats på olika sätt.

---

<sup>67</sup> Jordbruksverket, Rapport 2008:16

<sup>68</sup> Jordbruksverket, Rapport 2008:16

## 5 Närproducerat som samhällsnytta

Närproducerat är ett positivt värde laddat begrepp. Närproducerade livsmedel har ett värde för såväl konsumenter, producenter och handeln. Det är därutöver intressant att resonera kring om det finns någon samhällsekonomisk definierbar nytta med närproducerat, det vill säga att konsumenter efterfrågar närproducerat och att producenter väljer att satsa på denna typ av livsmedel. Att det är önskvärt att öka företagandet på landsbygden lyfts fram av regeringen på olika sätt och konkurrenskraftiga företag och ett diversifierat näringsliv anses vara en av förutsättningarna för hållbar landsbygdsutveckling. Livsmedelssektorn är den fjärde största industrin i Sverige och därför viktig för jobb och tillväxt i landet. Regeringen betonar att både små och stora företag behövs för att landsbygden ska fortsätta att utvecklas och för att bibehålla sysselsättningen på landsbygden. Statens uppgift är således att skapa goda förutsättningar för detta.<sup>69</sup> Regeringen har valt att satsa ytterligare på livsmedelssektorn genom matlandsvisionen som kom under 2008, visionen om Sverige som det nya matlandet i Europa. Visionen har fem fokusområden; offentlig mat, primärproduktion, förädlad mat, matturism och restaurangbranschen. En del av visionen är att mat och turism ska utvecklas i symbios eftersom matupplevelser utgör en viktig del av turistens upplevelser och bild av Sverige. Syftet med visionen är att skapa tillväxt och sysselsättning och ett mål är att antalet livsmedelsföretag ska öka med 20 procent till år 2020. Småskaliga företag är en viktig del för att nå målet.<sup>70</sup>

Närodlade livsmedel har lyfts fram i diskussionen om att stärka och utveckla jordbrukssektorn och regeringen betonar att det finns fördelar med denna typ av produktion. Ett exempel på att regeringen ser positivt på utvecklingen av närproducerade livsmedel är livsmedelsstrategin. Syftet med strategin<sup>71</sup> är att stärka livsmedelsbranschens konkurrenskraft, underlätta företagande och bidra till tillväxt i hela livsmedelskedjan för att på så sätt skapa fler arbetstillfällen. Satsningen inom strategin består av tre delar och den första satsningen är inriktad på innovation samt kompetensökning inom livsmedelssektorn och på mat med mervärde (till exempel ekologiskt, närproducerat eller småskaligt producerat). De andra två satsningarna består av att åstadkomma en dialog mellan regeringen och branschen för att diskutera satsningar och åtgärder som livsmedelsföretagen behöver samt att rikta åtgärder mot export av livsmedel och jordbruksprodukter.

Småskalig livsmedelsproduktion anses spela en allt viktigare roll för sysselsättningen och företagandet på landsbygden. Ett småskaligt företag enligt regeringen är ett företag med färre än 50 anställda och enligt konsumentundersökningar är småskaligheten just ett av de skäl till varför konsumenter väljer närproducerat, se avsnitt 4.

Förutom olika satsningar inom livsmedelssektorn så kan stöd lämnas för åtgärder inom ramen för Sveriges landsbygdsprogram 2007-2013.<sup>72</sup> Programmet har som övergripande

---

<sup>69</sup> Regeringens skrivelse, *Småskalig livsmedelsförädling*

<sup>70</sup> Regeringskansliet, *En livsmedelsstrategi för hela Sverige*

<sup>71</sup> Regeringskansliet, *En livsmedelsstrategi för hela Sverige*

<sup>72</sup> Regeringskansliet, *Landsbygdsprogrammet för Sverige 2007-2013*

mål att stödja en ekonomiskt, ekologiskt och socialt hållbar utveckling av landsbygden i Sverige. Programmets mål och inriktning är gemensamt för EU-länderna och här finns möjlighet att stödja utvecklingen av företagandet på landsbygden. En horisontell prioritering som ska vara vägledande för programmet är utveckling av livsmedelsproduktionen med olika mervärden. Den lokala, regionala och/eller småskaliga produktionen och förädlingen av livsmedel bidrar till att öka företagandet på landsbygden vilket är ett övergripande mål med hela programmet. De flesta av stöden riktar sig till mikroföretag där småskaliga livsmedelsföretag är en viktig grupp, till exempel förädling, diversifiering, affärs- och kompetensutveckling.<sup>73</sup>

De olika politiska satsningarna och stöden inom landsbygdsprogrammet tyder på att det finns en politisk vilja att tillgodose en potentiell utvecklingsmöjlighet och att stödja marknaden för svensk mat. Att stödja det småskaliga, närproducerade, det lokala och regionala är ett sätt att bevara vårt jordbruk i en allt mer konkurrensutsatt sektor. Jordbruksföretagen i dag ägnar sig i allt större utsträckning åt andra verksamheter än den traditionella växtodlingen eller djurhållningen av ekonomiska skäl. I takt med den pågående strukturomvandlingen inom jordbruket har övrigt näringsliv fått en allt större betydelse för möjligheterna till affärsutveckling, inkomst och sysselsättning. I dag dominerar därför andra näringar än just jordbruket landsbygdsbefolkningens försörjning.<sup>74</sup> En av dessa verksamheter är förädling av jordbruksprodukter. Utan flera ben för verksamheten att stå på skulle det bli svårt att överleva ekonomiskt för en stor del av jordbruksföretagen. Enligt LRF<sup>75</sup> utgjorde andra verksamheter (såsom entreprenad, turism, energi med flera) ungefär 20 procent av omsättningen på gårdsnivå under 2008 och denna andel ökar.

Det finns dock få studier som fokuserar på samhällsekonomiska aspekter av närproducerat och som visar att sådana livsmedel är bättre för samhället. Närproducerade livsmedel kan visserligen ge upphov till kollektiva nyttigheter om de är producerade på ett sådant vis att till exempel växthusgasutsläppen minskar. Det är dock inte självklart att det närproducerade livsmedlet gynnar kollektiva nyttigheter mer än sådana varor som är producerade på mer avlägsna platser utan det är oftast produktionssättet snarare än produktionsplatsen som är avgörande. Det är väsentligt för den biologiska mångfalden att naturbeten vårdas genom att kor betar dem men kanske kommer den närproducerade biffen från ett djur som mestadels fötts upp på stall. Ett annat exempel är att konsumtionen av närproducerade produkter kan skapa sysselsättning på landsbygden, vilket kan betraktas som en särskilt viktig samhällsnytta i avfolkningsområden. Att människor i storstadsområden väljer närproducerade livsmedel stimulerar emellertid inte nödvändigtvis sysselsättningen i glesbygd utan skapar kanske snarare arbetstillfällen i den storstadsnära landsbygden. Förutsatt att man antar att livsmedlen producerats avståndsmässigt nära. Sambanden mellan närproducerade livsmedel och kollektiva nyttigheter är således komplicerade. Resonemanget ovan visar dock att det finns en mängd politiska prioriteringar (inte mindre viktiga) till förmån för närproducerat.

---

<sup>73</sup> Mer information om stöden finns på Jordbruksverkets webbplats [www.jordbruksverket.se](http://www.jordbruksverket.se)

<sup>74</sup> Regeringskansliet, *Landsbygdsprogram för Sverige 2007-2013*

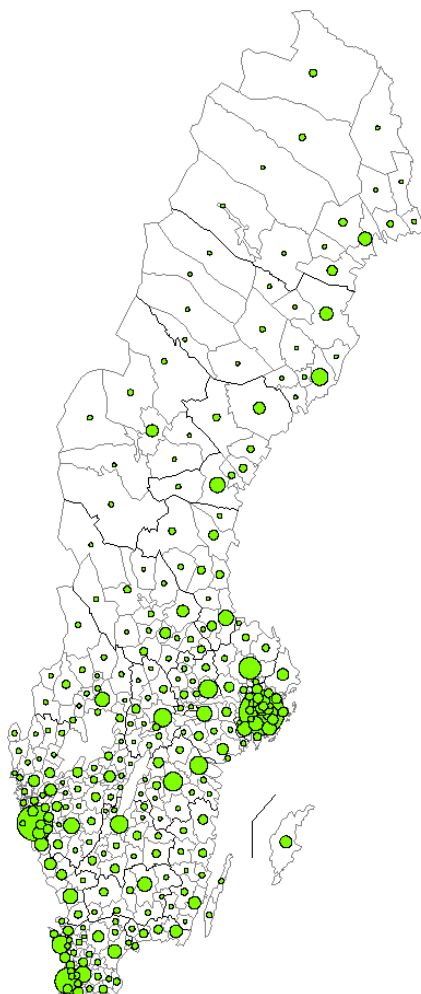
<sup>75</sup> LRF, *De gröna näringarnas affärer på gårdsnivå*



## 6 Hur ser marknaden ut?

Närhet är en gemensam nämnare när man talar om närproducerade livsmedel, likaså ofta småskalighet, se avsnitt 4. I sammanhanget är det därför intressant att diskutera var de småskaliga livsmedelsföretagen finns i förhållande till konsumenterna. Sverige har cirka nio miljoner invånare och cirka 85 procent av befolkningen bor i städer eller i områden runt om. Figur 2 visar var befolkningen i Sverige bor fördelat på kommuner. Det är kring de större städerna och i södra delen av landet där den största delen av befolkningen bor, befolkningstätheten tunnast ut norröver.

Figur 2. Sveriges befolkning fördelad på kommunnivå\*, 2009



\*Den minsta cirkeln representerar cirka 2 500 invånare och den största cirkeln representerar cirka 829 000 invånare.

Källa:SCB

De småskaliga företagen som finns utsatta på kartorna, se figur 3, är verksamma inom sektorerna mjölk- och mejeri, styckning av kött och charkuteri samt grönsaker, frukt och bär. På de tre kartorna är sammanlagt 490 företag utsatta varav 225 av dessa har en till nio anställda och resterande är enmansföretag.

De småskaliga företag som ägnar sig åt mjölk- och mejeriproduktion är koncentrerade nära städerna samt i de delar av landet där det geografiskt finns mjölkproduktion, i till exempel Västra Götaland och Skåne län. Enligt statistik från Svensk Mjök så ökar gårdsmejeriernas invägning av den totala mjölkinvägningen i landet. 2007 utgjorde gårdsmejeriernas andel mindre än en procent, år 2009 hade denna andel ökat till 1,7 procent.<sup>76</sup>

Även företagen verksamma inom styckning av kött samt charkuteritillverkning finns i närheten av de större städerna. Företagen verksamma inom sektorn frukt, bär och grönsaker är till skillnad från de andra två sektorerna lite mer utspridda på fler kommuner.

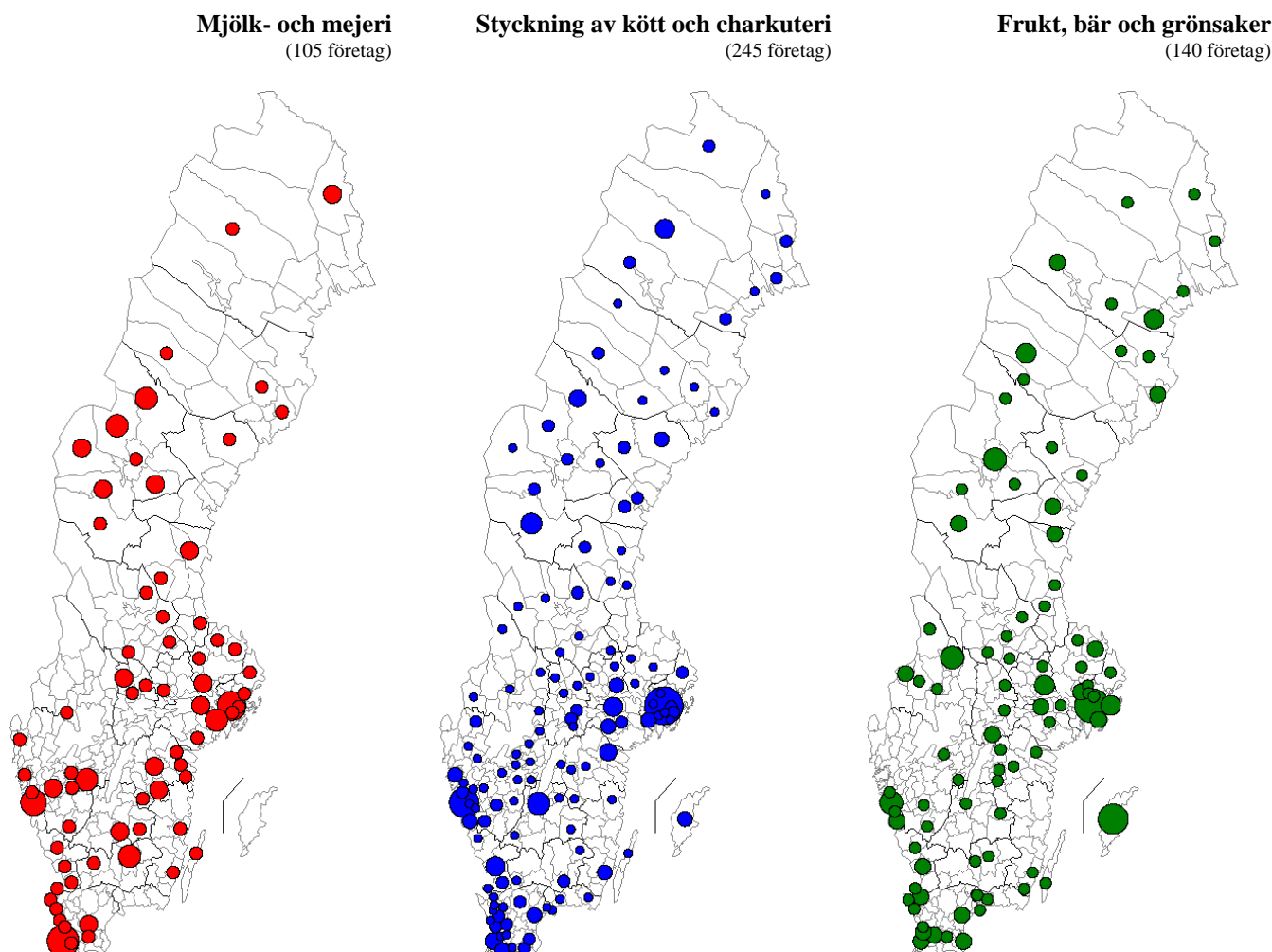
Även om ovan nämnda småskaliga företag finns representerade i de flesta kommuner i södra Sverige, så är det små företag det handlar om (alla småskaliga livsmedelsföretag finns inte heller med på kartorna). De flesta företag har inga anställda alls. De småskaliga företagen är främst lokaliserade till regioner nära storstadsregionerna. Studier<sup>77</sup> visar också att småskaliga företag är mindre exportorienterade än större företag och lokaliseringen av den småskaliga livsmedelsförädlingen är därför mer orienterad mot den lokala marknaden där efterfrågan och goda tillgänglighetsvillkor finns.

---

<sup>76</sup> Uppgifter från Svensk Mjök. Gårdsmejerierna avser i detta fall kategorin övriga mejerier, det vill säga de mejerier som inte är medlemmar i Svensk Mjök. För år 2008-2008 avses Wapnö, Östgöta mjök, Hjordnära, Emåmejeriet och Sju gårdar.

<sup>77</sup> Jordbruksverket, Rapport 2010:13

**Figur 3. Småskaliga livsmedelsföretag i Sverige med 0-9 anställda fördelat på kommunnivå inom sektorerna\* mjölk- och mejeri, styckning och charkuteri samt frukt, bär och grönsaker, 2009.**



\* Inom mjölk- och mejeri avses SNI-nummer 15511 osttillverkning, 15512 annan mejerivarutillverkning (utom ost) och 15520 glasstillverkning. Inom köttsektorn avses SNI-nummer 15112 styckning av kött och 15130 charkuteri- och annan köttvarutillverkning. Inom frukt, bär och grönsaker avses SNI-nummer 15320 juice- och safttillverkning samt annan beredning av hållbarhetsbehandling av frukt, bär och grönsaker.

Källa: SCB(raps)

De småskaliga livsmedelsföretagen skulle i nuläget inte kunna producera eller förädla livsmedel i den omfattning som motsvarar den totala efterfrågan av livsmedel inom landet. Samtidigt skulle det kunna innebära en stor potential för dessa företag att växa och för nya att ta plats på marknaden om efterfrågan på dessa produkter skulle öka. Trots att figur 3 visar att flertalet av företagen finns i närheten av städerna, så är det få småskaliga företag i jämförelse med antalet konsumenter som bor där. Om alla konsumenter skulle efterfråga livsmedel som producerats inom korta avstånd (några mil) ifrån där de bor skulle stora delar av vår livsmedelsproduktion och förädling behöva flytta närmre storstäderna.

Förflyttning av produktionen skulle få stora ekonomiska konsekvenser samt miljö-, konsument- och sysselsättningseffekter. En konsekvens är att landsbygdsutvecklingen skulle hämmas då företag flyttar närmre städerna, vilket påverkar sysselsättningen i glesbygd och bevarandet av det rika odlingslandskapet. Detta skulle inte bara skapa

utrymmesmässiga problem. Även markpriserna runt städerna skulle stiga vilket medför dyrare produkter. Ytterligare en konsekvens är kostnaderna för samhället i form av ineffektivitet. Att flytta produktionen ifrån de områden där den finns i dag till områden där odlingen eller djurhållningen kanske inte har samma förutsättningar vad gäller jordmån, arealer eller väderleksmässiga förhållanden skulle bli kostnadsineffektivt. Teoretiskt sett skulle intresset av närproducerat även kunna innebära att konsumenterna väljer att flytta närmre produktion och förädling. Utflyttning till landsbygden skulle kunna leda till positiva effekter vad gäller sysselsättning, ökat antal gårdsbutiker, lokala mejerier och slakterier, vandrarhem osv. och därigenom fungera som dragningskraft för turistnäringen och svensk mat.

Det finns ett ökat intresse för närproducerat och samtidigt bidrar det internationella varuutbytet till att vi importerar en större andel av de livsmedel som konsumeras. Att importen ökar behöver dock inte utesluta att konsumenter köper fler produkter från närområdet. Konsumtionstrender visar att konsumtionen av livsmedel har ökat, till exempel konsumtionen av kött och färska grönsaker.<sup>78</sup> Om man resonerar kring vad som skulle hända med vårt jordbruk och vår landsbygd om utvecklingen skulle gå i riktning mot att ingen efterfrågar närproducerat så skulle denna situation också kunna få konsekvenser. De småskaliga företagen på landsbygden skulle minska väsentligt i antal då livsmedelsproduktion ersätts med importerad mat. Fler anonyma livsmedel skulle cirkulera på marknaden och flertalet producenter skulle förbli anonyma för konsumenterna. Om ingen efterfrågade närproducerade livsmedel skulle några av konsekvenserna därmed kunna bli att landsbygdsutvecklingen stannar av, och natur- och kulturvärden i odlingslandskapet försvinner. Dessa är ett resultat av att jorden brukats i flera tusen år och redan i dag hotas de av den ökade specialiseringen och nedläggningen av jordbruk.

De båda scenarierna som beskrivs ovan är inte särskilt realistiska. De företag som i dag producerar livsmedel som säljs som närproducerade förser marknaden med några procent av den totala livsmedelskonsumtionen. Det kanske inte behövs fler sådana företag, men det beror givetvis på hur stor efterfrågan blir. I Frankrike har massproducerad mat sedan länge levt sida vid sida med den lokala och regionala maten. Det ena produktionssättet behöver inte utesluta det andra.

---

<sup>78</sup> Jordbruksverket, Statistikrapport 2009:2

## 7 Vad är ett närproducerat livsmedel?

Ja, vad är då ett närproducerat livsmedel? Det råder en begreppsförvirring bland konsumenter, producenter såväl som bland olika aktörer såsom livsmedelskedjor, organisationer och företag. Det är ett begrepp som saknar en tydlig definition. Det finns få aktörer som försöker att definiera närproducerat, men för de som gör det blir definitionen någorlunda gemensam på så vis att det avser *livsmedel som har producerats nära konsumenten*. Några exakta gränser när det gäller avstånd mellan producent och konsument, andel av råvaran som måste komma från trakten eller företagsstorlek finns däremot inte. De gör inte heller någon skillnad på om livsmedlet är lokalt och regionalt producerat, oftast anses närproducerat och lokal mat vara samma sak.

Konsumenter köper närproducerade livsmedel av olika anledningar och de skiljer sig från konsument till konsument; närhet, småskalighet, miljö- och klimathänsyn, kvalitet, smak, tydlig avsändare, gynna landsbygdsutveckling med mera. Många konsumenter tilltalas också av närproducerat därför att livsmedlet ofta har en historia och ses som ett alternativ till den massproducerade maten eller snabbmaten. Med tanke på detta kan man diskutera om det verkligen behövs en definition av begreppet. Varje konsument köper närproducerat av olika anledningar och för dem är det den egna definitionen av närproducerat som gäller. Frågan är snarare vad konsumenter behöver veta för att kunna göra aktiva val i enlighet med vad de tycker är viktigt. Exempel på sådan information är;

- 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

I en färsk Sifundersökning på uppdrag från Livsmedelsverket angav cirka 80 procent av de tillfrågade konsumenterna att det är viktigt att veta vem som har tillverkat livsmedlet. En anledning till att konsumenter väljer närproducerade livsmedel är just att avsändaren lättare kan göras tydlig, man vet oftast vem som har producerat livsmedlet och var. Närproducerade livsmedel ger därmed lantbrukaren en annan roll än tidigare. En stark trend handlar om att bonden och förädlaren har gått från att vara anonyma aktörer i ena änden av matkedjan till att få en mer framskjutande plats i konsumenternas medvetande. I en undersökning som Sifo gjort nyligen på uppdrag av LRF ansåg cirka 90 procent av de tillfrågade att all mat ska ursprungsmärkas. Konsumenten vill veta vem som har fött upp djuren, odlat potatisen, bakat brödet eller kokat sylten. Detta kan vi bland annat se bland flera av de mindre mejerier som har startat och som i sin marknadsföring använder personliga porträtt av de lantbrukare som levererar mjölken. Även de större mejerierna använder nu samma sätt att marknadsföra sin mjölk. För konsumenten ger vetskapen om vem som står bakom och att det är fullt möjligt att ta kontakt med personen en ökad känsla av trygghet.

I sammanhanget kan man resonera kring avsändarens roll och betydelse för den närproducerade maten. I avsaknad av en formell definition så är det den tydliga avsändaren som får stå som garant för den närproducerade och lokala maten. Genom att avsändaren är tydlig skapar den mindre producenten trovärdighet bland konsumenter. En avsändare med tydlig geografisk hemvist och ordentliga kontaktuppgifter ger ett tillförlitligt intryck. Att begreppet närproducerat används av producenter på olika sätt utan någon enhetlig definition kan lätt medföra att begreppet blir vilseledande. Det är säkert frestande för producenter och handel att använda sig av begreppet därför att de vet att denna typ av livsmedel efterfrågas och för att locka till sig kunder. För konsumenter innehåller innebörden av begreppet närproducerat ofta ytterligare aspekter än just avstånd mellan produktion och konsumtion. Därmed kan producenter och handlare använda närproducerat som försäljningsargument utan att de är uppboundna av vad olika konsumenter lägger i begreppet. Närproducerat har blivit ett begrepp utan någon gemensam innebörd. Detta medför i slutändan att det blir upp till konsument att göra bedömningen om det livsmedel de köper är närproducerat eller inte, utifrån de värden som den enskilde konsumenten själv lägger i begreppet.

Att konsumenter lägger olika värderingar i begreppet närproducerat gör begreppet diffust i sig. Det finns inget som garanterar att ett närproducerat livsmedel är miljö- och klimatsmart, gynnar konsumenternas nära hembygd, är småskaligt producerat eller håller bättre kvalitet än livsmedel producerade på annat vis. Närproducerat är ett diffust begrepp och annan märkning kan vara ett sätt att undanröja denna otydlighet. Om konsumenter till exempel vill ha ett miljö- och klimatsmart livsmedel så är det sådan märkning eller information som konsumenten ska leta efter. Närproducerat ersätter inte denna märkning. Det framstår därför inte som särskilt ändamålsenligt att definiera begreppet, snarare bör andra märkningar få ökat fokus.

Det är dock möjligt att det som en konsekvens av denna otydlighet kan komma att växa fram kvalitetssäkringskoncept kring närproducerade livsmedel med tydliga kriterier och kontrollsystem. Det finns redan sådana initiativ från branschen, till exempel Svenskt Sigill, Regional Matkultur och KRAV. Syftet med den här rapporten har inte varit att definiera begreppet närproducerat. Om det ändå finns ett behov av att definiera begreppet är det sannolikt inte en statlig angelägenhet att göra det utan det är förmodligen mer ändamålsenligt att en definition tas fram i form av branschriktlinjer.

De olika politiska satsningarna och stöden inom landsbygdsprogrammet tyder på att det finns en politisk vilja att tillgodose en potentiell utvecklingsmöjlighet och att stödja marknaden för svensk mat. Att främja det småskaliga, närproducerade, det lokala och regionala anses vara ett sätt att värna vårt jordbruk i en allt mer konkurrensutsatt sektor. Efterfrågan på mat med lokal och regional prägel anses också stor bland turister, både utländska och svenska turister. Att sysselsättningen ökar på landsbygden i och med att livsmedelsföretag etablerar sig där kan främja turismen i landet, om gårdsbutiker, vandrarhem och andra landsbygdsaktiviteter växer fram. Omvänt kan en ökad turism i sin tur bidra till att turister får upp ögonen för svensk mat och kultur. Vårt medlemskap i EU tillåter dock inte Sverige att marknadsföra svenska produkter som bättre än andra länders produkter just för att de är svenska.

Trots att det finns en benägenhet att trender avlöser varandra så finns det plats för flera trender samtidigt i vårt samhälle, den ena trenden behöver inte utesluta den andra. I Frankrike har till exempel den regionala maten med lokala råvaror stark förankring bland invånarna och har lyckats överleva trots att livsmedelssektorn är landets primära industri. Livsmedel producerade på olika vis finner olika marknader. Likaså kan ekologiska livsmedel, närproducerad, småskaligt producerad samt regional mat vara olika trender som lockar olika konsumenter.

## 8 Källförteckning

Coop, 2009, *Coop-rapporten 2009 – ekologisk torsk, rättvist kaffe och snabb middag som hela familjen gillar – följd den moderna konsumentens vardag*

Department for Environment, Food and Rural Affairs (Defra), 2003, *Local Food – a snapshot of the sector*, Report of the workings group on local food ([www.defra.gov.uk](http://www.defra.gov.uk))

Edman Stefan, 2005, *Bilen, biffen och bostaden: Hållbara laster - smartare konsumtion*. SOU 2005:51

Ipsos-Eureka, 2004, *Lokal och regional mat – en studie om konsumenters, producenters och handels inställning och erfarenhet av lokal och regional mat*, (konsumentundersökning på uppdrag av SLU, Hushållningssällskapet, LRF, Axfood, ICA samt regionerna Dalarna, Värmland, Östergötland, Gotland, Halland och Kronoberg)

Jordbruksverket, *Begreppet kvalitet inom livsmedelssektorn*, Rapport 2008:16

Jordbruksverket, *Hållbar konsumtion av jordbruksvaror – hur påverkas klimat och miljö av olika matvanor?* Rapport 2009:20

Jordbruksverket, *Konkurrenskraftigt Livsmedelsföretagande – projekt inom livsmedelssektorn 2008-2009*

Jordbruksverket, *Livsmedelskonsumtionen 1960-2006*, Statistikrapport 2009:2

Jordbruksverket, *Matlandet ur ett regionalt perspektiv*, Rapport 2010:13

Jordbruksverket och Livsmedelsverket, 2005, *Åtgärder för att främja och underlätta för småskalig livsmedelsförädling – ett regeringsuppdrag till Jordbruksverket och Livsmedelsverket, dnr 49-3318/04*

Livsmedelssverige, 2008, *De lokala matproducenterna och dagligvaruhandeln: kartläggning- hinder och möjligheter- förslag*

LRF, 2009, *De gröna näringarnas affärer på gårdsnivå – nuläge och utvecklingsmöjligheter*

LRF, LRF Konsult och Swedbank, 2008, *Lantbruksbarometern 2008 – 3 831 svenska bönders uppfattningar och förväntningar om konjunkturen*

LRF, Inger Gauffin, *LRF: De flesta vill ha mat som är producerad nära* (Infopaq Sverige AB), artikel publicerad 2010-04-07

Ministère de L'alimentation, de L'agriculture et de la Peche, *Key issues for the french agrifood sector 2008* ([www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr))

Naturvårdsverket, 2008, *Konsumtionens klimatpåverkan*, Rapport nr 5903



Riksdagens Miljö- och jordbruksutskott, *Förutsättningar för småskalig livsmedelsproduktion – en uppföljning*, 2005/06:RFR3

Regeringens skrivelse, *Småskalig livsmedelsförädling*, 2006/06:47

Regeringens skrivelse, *Strategiska utmaningar – en vidareutveckling av svensk strategi för hållbar utveckling*, 2005/06:126

Riksdagens Miljö- och jordbruksutskott, *Uppföljning av statens insatser för småskalig livsmedelsproduktion*, 2009/10:RFR1

Regeringskansliet, 2008, *Landbygdsprogram för Sverige 2007-2013*

Regeringskansliet, *En livsmedelsstrategi för hela Sverige*, publicerad 15 oktober 2007 och uppdaterad 19 mars 2009

Ridderheim och Falbygdens, 2010, *Ridderheimsrapporten- Future Premium Food*

Svensk Mjölk, uppgifter från Lennart Holmström om gårdsmejeriernas invägning av total mjölkinvägning i landet, 2010-04-22

#### **Internet:**

Bondens egen Marknad, [www.bondensegen.com](http://www.bondensegen.com), 2010-01-25

Bonnakött – fem gårdar i Småland, [www.bonnakott.se](http://www.bonnakott.se), 2010-03-31

Certified Farmers Market (FARMA), [www.farmersmarkets.net](http://www.farmersmarkets.net), 2010-03-08

Coop, [www.coop.se](http://www.coop.se), 2010-01-25

Danske Gårdbutikker på Nettet, [www.gaardbutikker.com](http://www.gaardbutikker.com), 2010-03-08

Eldrimner, [www.eldrimner.com](http://www.eldrimner.com), 2010-02-03

Ekologiska lantbrukarna, [www.ekolantbruk.se](http://www.ekolantbruk.se), 2010-04-27. *Nu kör vi närodlat till djuren! – uttalandet antaget vid Ekologiska Lantbrukarnas riksstämma 14 mars 2010*

EU Kommissionen, [www.ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index\\_en.htm](http://www.ec.europa.eu/agriculture/quality/schemes/index_en.htm), 2010-06-22

European network of Regional Culture Heritage, [www.culinary-heritage.com](http://www.culinary-heritage.com), 2010-02-09

Hjordnära Ekologiska Mejeri, [www.hjordnara.se](http://www.hjordnara.se), 2010-03-31

Jordbruksverket, [www.jordbruksverket.se](http://www.jordbruksverket.se)

Livsmedelsföretagen (Li), [www.li.se](http://www.li.se), 2010-03-10

Livsmedelsverket, [www.slv.se](http://www.slv.se), 2010-05-26

Livsmedelssverige, [www.livsmedelssverige.se](http://www.livsmedelssverige.se), 2010-01-25

Marknadsdomstolen, [www.marknadsdomstolen.se](http://www.marknadsdomstolen.se) (Dom 2010-03-23, 2010:9, Dnr C 12/09)

Mat och Klimat, [www.matochklimat.se](http://www.matochklimat.se), LRF och svenskt Sigill, 2010-03-03

Milko, [www.milko.se](http://www.milko.se), 2010-02-12

Statistiska centralbyrån (SCB), [www.scb.se/raps/](http://www.scb.se/raps/), 2010-04-14

Sju Gårdar, [www.sjugardar.se](http://www.sjugardar.se), 2010-02-12

Slow Food, [www.slowfood.com](http://www.slowfood.com), 2010-02-26

Slow Food Stockholm, [www.slowfoodstockholm.se](http://www.slowfoodstockholm.se), 2010-02-26

Svensk Fågel, [www.svenskfagel.se](http://www.svenskfagel.se), 2010-05-17

Svenskt Sigill, [www.svensksigill.se](http://www.svensksigill.se), 2010-05-17

Wapnö, [www.wapno.se](http://www.wapno.se), 2010-04-01

Äkta Vara, [www.aktavara.org](http://www.aktavara.org), 2010-03-31

YouGove, [www.yougovesweden.se](http://www.yougovesweden.se), 2010-05-26

## Publikationer inom samma område

1. Hållbar konsumtion av jordbruksvaror – *hur påverkas klimat och miljö av olika matvanor*

Jordbruksverket • 551 82 Jönköping • Tfn 036-15 50 00 (vx)  
E-post: [jordbruksverket@jordbruksverket.se](mailto:jordbruksverket@jordbruksverket.se)  
[www.jordbruksverket.se](http://www.jordbruksverket.se)

ISSN 1102-3007 • ISRN SJV-R-10/19-SE • RA10:19