

Samling ger eko!

En strategi för ökad ekologisk konsumtion och produktion



EKOLOGISKT
FORUM

Juni 2014

Samling ger eko

EKOLOGISKT FORUM är sedan år 2002 ett nätverk för alla som är intresserade av ekologisk produktion och konsumtion. Vi bygger broar mellan forskare, lantbrukare, konsumenter, industri och handel. Tack vare nätverket har dialogen och utbytet av erfarenheter ökat under senare år. Vi verkar för att öka andelen ekologiska livsmedel i alla led och för att öka den ekologiska produktionens hållbarhet.

I detta dokument redovisar vi en sammanställning som är resultatet av en omfattande dialog i seminarier, workshops och rundabordssamtal. De olika aktörerna på marknaden står för sina respektive texter om den egna verksamheten i avsnitt 3. (För vidare information om EF och arbetsprocessen se bilaga 1)

Möjligheterna för ekologisk konsumtion och produktion är stora, men det finns utmaningar. En del av dem kan marknadsaktörer hantera, andra kräver tydliga politiska beslut. Sedan några år tillbaka saknas dock sådana. Den starka viljan till utveckling och tydliga åtaganden från marknadsaktörer står i stark kontrast till otydligheten och de sjunkande ambitionerna på politisk nivå.

Ett år har gått sedan "Samling ger eko" först presenterades. Mycket har hänt under detta år, vilket motiverar denna nya version av dokumentet. Under det senaste året har vi sett en stor och glädjande uppgång i efterfrågan på och försäljning av ekologiska produk-

ter, det finns en stark önskan från såväl privatkonsumenter som de offentliga köken om ökad tillgång på ekologiska livsmedel. En utveckling, som ytterligare understryker att satsningar på mer eko svarar mot en stark önskan hos många. För att möta denna positiva tillväxt krävs såväl ett kraftfullt agerande från marknadens aktörer som tydliga politiska beslut.

I denna nya version har avsnittet Eko-Sverige idag uppdaterats med aktuell statistik och nya prognoser. Konsumentperspektivet har stärkts genom medverkan av fyra konsumentorganisationer.

Under året har vi haft en konstruktiv dialog med riksdagens partier. Förslagen till politiska åtgärder har utvecklats i den dialogen och i den fortsatta diskussion som förts under året med de deltagande aktörerna.

Det finns en stor potential att öka den ekologiska produktionen i Sverige. För en konkret samverkan inom det ekologiska livsmedelssverige har Organic Sweden bildats.

Kontakt: Charlotte André Bladh 0701 885 019,
charlotte@ekorresekologiska.se,
Inger Källander 070-633 64 69, inger@ekolantbruk.se
och Anders Heimer 070-528 89 27,
anders.v.heimer@telia.com

*Ekologiskt Forum
Stockholm den 25 juni 2014*

2 Mer eko – en vinst för hela samhället

EKOLOGISKT LANTBRUK är en växande del av lantbruket. Mat producerad utan kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel och god omsorg om djur och natur är kärnvärden. Det ekologiska lantbruket driver på hela lantbrukets omställning till större hållbarhet samtidigt som det tillgodoser ett växande antal medvetna konsumenters efterfrågan på miljö- och djurvänliga samt hälsosamma livsmedel.

Den ekologiska produktionen drivs i hög grad av konsumenternas efterfrågan. Hela 93 procent av svenska konsumenter köper ekologiska produkter och en femtedel av konsumenterna köper ekologiska produkter "så ofta de kan".¹ Kännedomen om KRAV-märket är mycket hög, enligt SIFO 98%. Certifieringen möjliggör spårbarhet och kännedom om produkternas ursprung vilket ger de ekologiska produkterna hög trovärdighet, en viktig upplevd kvalitet för konsumenten.

Lantbruk som använder sig av ekologiska metoder i produktionen minskar samhällets kostnader för föroreningar och hälsoproblem som härrör från den produktionen. Därför är det en samhällsekonomisk vinst både ekonomiskt och socialt att öka den ekologiska produktionen och konsumtionen av ekologiska livsmedel.

Det ekologiska lantbruket bidrar till uppfyllelsen av viktiga mål och krav som ställs av såväl konsumenter som av samhället i stort:

Bra för hälsan

I ekologisk produktion används inte bekämpningsmedel och därmed är det mycket sällsynt att rester hittas i ekologiska livsmedel. Hos människor finns en ökande oro över kemikalierna i vår mat och livsmiljö, inte minst den dåliga kunskapen om cocktaileffekten. Lantbrukaren eller lantarbetaren som besprutar grödorna är allra mest utsatt för medlens skadliga hälsoeffekter. Forskningen visar allt tydligare kopplingar mellan bekämpningsmedel och olika hälsoproblem. Ett exempel är WHO-rapporten om hormonstörande

ämnen som kom 2012². Frihet från kemiska bekämpningsmedel är det främsta skälet för konsumenter att välja ekologiska varor. Att slippa hantera dessa medel är den främsta enskilda drivkraften för lantbrukare som ställer om till ekologisk produktion.

Bra för miljön och klimatet

Ekologisk produktion har tydliga miljöfördelar³. Ekolantbruket ger högre biologisk mångfald och har mer vallodling vilket binder mer kol i marken, minskar utsläppet av växthusgaser och ökar resiliensen, dvs gör produktionen mer motståndskraftig och anpassningsbar vid klimatförändringar. Ekolantbruket medför ökad recirkulering av kväve vilket ger mindre förluster av kväve per hektar. Därmed minskar risken för övergödning och störningar i ekosystemen.

Bra för djuren

Den ekologiska djurhållningen ger djuren större möjligheter att utöva naturliga beteenden jämfört med konventionell djurhållning. Fri rörlighet och utevistelse, tillgång till grovfoder samt naturlig mjölk till kalvar, lamm och griskultingar är några åtgärder som ökar djurens välfärd i den ekologiska produktionen. Störst är skillnaderna för gris, värphöns och slaktkyckling⁴.

Bra för landsbygden

Efterfrågan på ekologiska produkter, inte minst från offentlig sektor, är större än tillgången. En ökad omläggning till ekologisk produktion i Sverige skulle göra det möjligt för svenska bönder att ta en större del av merprismarknaden. Det skulle öka tillväxten på den svenska landsbygden med nya arbetstillfällen och större ekonomisk vinst. Idag importeras ungefär hälften av det som säljs som ekologiskt varav en del, t ex spannmål och proteinfoder, skulle kunna produceras i Sverige. Detta är enligt LRF en missad affärsmöjlighet för svenska bönder.

¹ KRAVs marknadsrapport 2013

² State of the Science of Endocrine Disrupting Chemicals – 2012, WHO 2012

³ Behov av nya mål och åtgärder för ekologisk produktion i landsbygdsprogrammet. Rapport 2012:37. Jordbruksverket

⁴ Behov av nya mål och åtgärder för ekologisk produktion i landsbygdsprogrammet. Rapport 2012:37. Jordbruksverket

3 Eko-Sverige idag

DEN EKOLOGISKA LIVSMEDELSFÖRSÄLJNINGEN i Sverige ökade år 2013 med 13 % eller 1,3 miljarder kronor till 11,6 miljarder, vilket troligen är den högsta värdeökningen som uppmätts för den svenska ekolo-

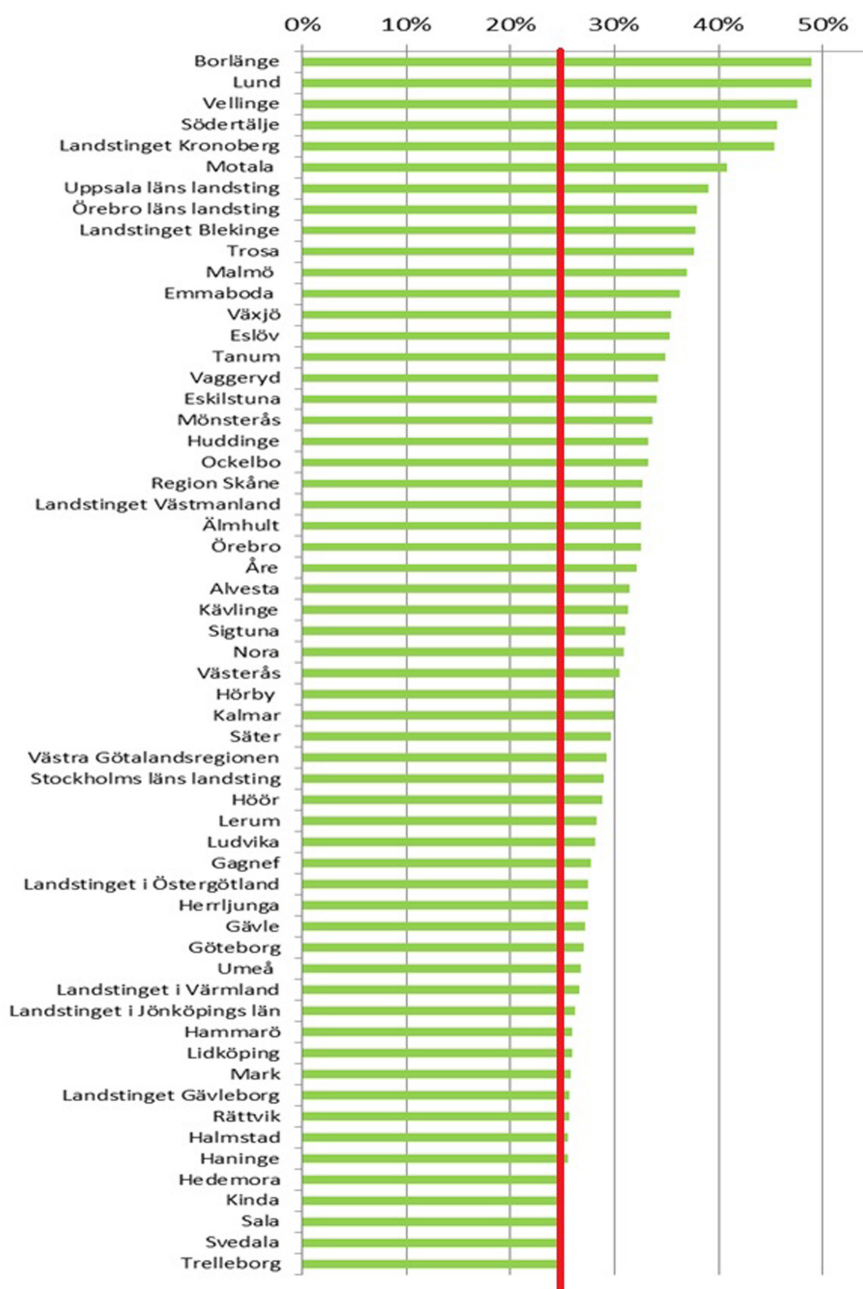
giska marknaden. Enligt Ekowebs marknadsrapport utgjorde alla sålda ekologiska livsmedel 4,3 % av den svenska marknaden 2013. De offentliga inköpen till storkök och till hotell & restaurang växte med 0,3 mil-

jarder kronor till 2,7 miljarder kronor. Denna del utgjorde därmed 23 % av den totala marknaden för ekologiska livsmedel.

Antalet produkter tillgängliga på den svenska ekomarknaden är, enligt Ekowebs bedömning den samma eller något mindre än 2012. Det betyder att den ökning som skett sker på befintligt ekosortiment och inte på grund av nylanseringar av fler ekoprodukter.

Så gott som alla aktörer ökar sin ekoförsäljning under 2013. Ett undantag är Systembolaget, som minskade sin försäljning med 3 procent.

Ekoweb har gjort en översiktlig sammanställning av de uppgifter som kommit in från marknadens olika områden fram till juni 2014. Sammanställningen ska ses som en preliminär översiktsskild av dagsläget och över de uppgifter som finns tillgängliga och gör inga anspråk på att vara fullständig. Ekowebs analys visar att försäljningen i detaljhandeln verkar gå betydligt bättre än under 2013 och även betydligt bättre än den prognos som Ekoweb gjorde för år 2014 i januari, som var en ökning med 10 procent under 2014. Flera av de största



Borlänge och Lund högst på prispallen i Ekomatsligan

Med 49 procent ekologiskt vardera toppar Lund och Borlänge tillsammans årets Ekomatsliga. På andra plats kommer Vellinge med 48 procent snäppet före Södertälje som får en välförtjänt tredjeplats med 46 procent ekologiska inköp. Landstinget Kronoberg är bäst bland landsting och regioner med 45 procent ekologiska inköp. Bästa storstad är Malmö stad med 37 procent.

aktörerna redovisar försäljningsökningar på mellan 20 procent och upp till över 30 procent under första halvan av 2014.

Under 2014 har brist uppkommit på flera produkter. De svenskodlade grönsakerna och rotfrukterna var i vissa fall slut redan i januari. En stor brist på KRAV-ägg har gjort att flera butiker periodvis saknar KRAV-ägg i sortimentet. Alla större mejerier, undantaget Arla redovisar brist på ekologisk mjölkkråvara. På köttsidan går till exempel ekologisk chark och bacon mycket bra med påföljd att det råder brist på KRAV-grisar.

När det gäller spannmål och proteingröda har Sverige ett importbehov på ca 10 000 ton, främst proteingröda och vete med hög proteinhalt. Från skörd 2013 har det funnits ett överskott av ekologisk grynshavre i Sverige, något som lösts med export till USA.

När det gäller den största kategorin, mejeri har marknaden svängt rejält under sista delen av 2013 och första halvan av 2014. Från överskott på ekologisk mjölkkråvara hos flera av landets mejerier har läget vänt till ett underskott hos de flesta av aktörerna. Flera mejerier har, eller är på väg att höja KRAV-tillägget och göra mer attraktiva villkor för producenter under omställningsperioden, för att locka nya producenter. Hos marknadsledaren, Arla, har man däremot fortfarande ett överskott. Men efter en mycket lyckad inledning på 2014, med en ökning på 34 procent under första kvartalet, och med flera större satsningar på det ekologiska sortimentet och kommande satsningar börjar man även hos Arla se en situation där det kan bli aktuellt att rekrytera nya ekoproducenter.

Läget på marknaden för svensk ekospannmål har präglats av såväl toppar som dalar under året. Rent generellt har ekopremien sjunkit något. En mycket god skörd av ekologisk grynshavre borgade för ett överskott på den svenska marknaden och därmed sjunkande priser. Lantmännen Lantbruk genomförde sin största export någonsin under våren 2014 till den amerikanska marknaden, vilket gjort att prisnivån kunnat stabiliseras. När det gäller oljeväxter slog priset under vårvintern nytt rekord och passerade 7 kronor. Efterfrågan på ekologisk matärt och proteingrödor är också god. En stark efterfrågan på ekologiskt öl har också gjort att efterfrågan på ekologiskt malkorn stigit.

Under våren har också efterfrågan på KRAV-griskött ökat rejält. Det är framför allt på chark och bacon som efterfrågan ökat. HK Scan har börjat undersöka möj-

ligheterna att få in nya KRAV-grisproducenter. När det gäller ekologiskt nötkött finns där en stor outnyttjad resurs i det EU-certifierade nötköttet, som till stor del i dagsläget säljs som konventionellt.

Under 2013 och 2014 har antalet förfrågningar på svenska ekoprodukter till exportmarknaden ökat, enligt Ekowebs bedömning. Möjligheter till export av ekoägg, grynshavre, mjölkpulver, grönsaker och förädlade produkter bedöms som goda.

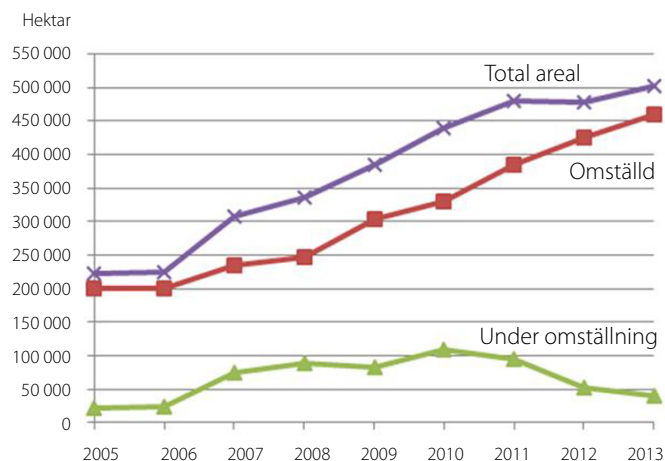
Enligt en undersökning som Ekoweb genomförde under maj 2014 var ca en tredjedel av alla sålda bananer i Sverige ekologiska.

Ekologisk produktion

Totalt brukades 501 500 hektar jordbruksmark med ekologiska produktionsmetoder år 2013. Det motsvarar 16,5 % av den totala arealen jordbruksmark i Sverige. Av dessa är 460 300 hektar helt omställd.

Den totala arealen som brukas med ekologiska produktionsmetoder har ökat kontinuerligt under många år. År 2013 ökade arealen med knappt 5 %. En del av denna ökning kan dock bero på en viss underrapportering 2012, dvs. att en del av ökningen mellan 2012 och 2013 skedde redan 2012. Trenden i ökningstakten av den ekologiska arealen, under de senaste två senaste åren, är avtagande.

Av åkermarken är 390 600 hektar eller 15,0 % omställda eller under omställning och motsvarande siffror för betesmarker är 110 900 hektar eller 25 %.



Arealer jordbruksmark brukade med ekologiska produktionsmetoder

Läs mer om statistik för ekologisk produktion på

<http://www.jordbruksverket.se/amnesomraden/miljoklimat/ekologiskproduktion/statistik.4.7850716f11cd786b52d80001213.html>

4 Höga ambitioner för eko i livsmedelsbranschen

DETTA AVSNITT INNEHÅLLER flera nyckelaktörers egna beskrivningar av sina mål och visioner samt hur de avser att arbeta med ekologisk produktion och konsumtion de närmaste åren. Bidragen kommer från dagligvaruhandeln, industrin, kommuner och landsting samt organisationer.



Axfood har ökad försäljning av ekologisk mat som en viktig del i sitt hållbarhetsprogram. Under 2011 och 2012 var ökningen inte så kraftig som under tidigare år. Försäljningen ökar långsamt även under 2013. En kategori som utvecklats särskilt positivt är Frukt och grönt.

Det koncernövergripande målet för försäljning under 2013 är 3% av omsättningen. Axfood som helhet ligger strax under målet. En förklaring till att försäljningen inte ligger högre är att Axfoods omsättning domineras av Willys som är en lågpriskedja. Alla kunder som särskilt prioriterar eko har inte förstått att Willys sortiment är bra på ekologiska produkter. Hemköp ligger redan en bit över 4%. Koncernens totala försäljning dras också ner en del av Axfood Snabbgross som till stor del säljer till den typ av storköskunder där man ännu inte har en snabb ökningstakt av ekoprodukter.

En del i arbetet med att öka den ekologiska försäljningen är att erbjuda ekologiska vardagsvaror till bra priser inom det egna varumärket Garant. Willys inriktning när det gäller att jobba med priset är att så ofta som möjligt erbjuda Garant eko till samma pris som den konventionella märkesledaren. På de varor där det har genomförts hittills har man fått bra försäljningsökningar. Det är dessutom viktigt att förbättra sortimentet av färskvaror och se till att det inte finns produktluckor i utbudet.

Den största utmaningen för samtliga kedjor är att kommunicera till kunderna vad ekologisk mat står för på ett sätt som både är enkelt och korrekt. Men samtidigt är det traditionella arbetet med försäljning i form av kampanjer också viktigt för att ekovarorna ska synas. Hemköp arbetar med att alltid ha med ekoerbjudanden varje vecka medan Willys genomför att antal större eko kampanjer under året. Eftersom SNF under 2013 kommer att fokusera mycket på ekologisk mat är också Handla miljövänligt veckan en god möjlighet att öka försäljningen.



Coop vill inspirera till och underlätta en hållbar konsumtion. Ambitionen är att vara ledande inom utbud och försäljning av hållbara produkter. Detta är helt i linje med medlemmarnas önskemål; våra undersökningar visar att 44 procent tycker det är viktigt med ekologiska produkter. Lika många tycker att Fairtrade-märkta produkter är viktigt. Ett hälsosamt utbud är också något som efterfrågas av medlemmarna. 67 procent tycker det är viktigt med hälsosamma alternativ. Coop är redan idag störst på ekologiska och miljömärkta livsmedel inom svensk dagligvaruhandel både i antal produkter och i försäljningsandel. Andelen ekologiska och miljömärkta stod 2012 för 5,6 procent och Fairtrade märkta för 0,5%. Coops egna varumärke, Änglamark är en viktig del.

För 2013 och framåt har tre nya koncernövergripande målområden tagits fram, som har målsatts:

1. Hållbart sortiment
2. Hållbara butiker
3. Hållbara leverantörer

I grunden ligger ett ansvar för kontinuerlig hållbar verksamhetsutveckling. Ett ekologiskt sortiment är en viktig del i den helheten. Satsningarna på ekologi kommer att ske inom de stora kategorierna, där det finns en efterfrågan från kund. Coop ser även att för att kunna göra ekologiska produkter tillgängliga för fler så måste kommunikation kring mervärdet av produkterna bli tydligare, enklare och mer lustfylld. Detta måste ske i kombination med att vi ser över prissättningen.

Utmaningar och hinder för att nå målen kring hållbar konsumtion ur ett samhällsperspektiv är delvis: Svenskarnas fokus på pris, brist på allmän kunskap om eko, brist på statliga kommunikationsinsatser, ekonomiska styrmedel för att främja ekologisk produktion, marknadsföringsstöd och forskning och utveckling för producenter. Även svensk dagligvaruhandel skulle kunna bli bättre på den enkla kommunikationen kring eko i butik och i andra kommunikationskanaler gentemot kund.



Genom att erbjuda allt fler ekologiska, miljömärkta och närproducerade varor underlättar vi på ICA för våra kunder att göra miljömärta val. Målet är att ha ett brett sortiment inom flertalet kategorier.

I de svenska ICA-butikerna har det centrala sortimentets ekologiska försäljning mer än fördubblats sedan 2007. 2011 ökade den totala försäljningen av ekologiskt med 4,3 procent medan ökningen 2012 var 0,3 procent.

Utmaningen framöver är att återigen öka försäljningstakten. Ett sätt att få fler att välja ekologiskt är att ytterligare tydliggöra de mervärden som ekologiskt står för.

FÖR BÄTTRE AFFÄRER livsmedelsHANDLARNAS

Livsmedelshandlarna organiserar egna handlare från Ystad till Kiruna. De har kända varumärken på sina butiker som Hemköp, ICA, Mat Dags, Tempo, Handlar'n, Nära Dej och Matöppet. Gemensamt för dem alla är att de arbetar på den lokala marknaden och fattar sina beslut nära kunden. Ekologiskt, och dessutom gärna närproducerat, är en viktig framgångsfaktor för många av Livsmedelshandlarnas medlemmar och genom Ekologiskt forum kan föreningen ytterligare stötta medlemmarna i deras arbete för bättre affärer.



ÖREBRO LÄNS LANDSTING

Det tidigare inriktningsmålet på 25 % inom offentlig sektor har skapat en positiv utveckling och har därmed genererat en höjning av inköp av ekologiska varor i produktionen. Vi utgår ifrån kunnig personal, bra råvaror, möjlighet att erbjuda måltider lagade från grunden med ekologiska produkter, attraktiv och volymanpassad uppläggning på tallrik. Vid utgången av 2012 var andelen ekologiska livsmedel 35 % inom Örebro läns landsting.

Målsättningarna till år 2015 är:

- Andelen ekologiska livsmedel skall vara 45 %
- Klimatpåverkan per portion från livsmedel ska minska jämfört med 2010
- Onödigt matsvinn har minskat jämfört med 2012. Ett åtgärdsprogram ska tas fram för att minska överbliven mat
- Andelen inköpta livsmedel producerade enligt etiska kriterier ska uppgå till 10 % år 2015

Identifierade "problemområden" är att hållbarheten för vissa ekologiska produkter är inte lika lång som för konventionellt odlade, obalans mellan efterfrågan och nuvarande produktion. Vi upplever en avsaknad av ekologiska produkter gällande variation och nyheter. En annan

svårighet är hur vi skall klara budgetram med den konsterade prisökningen.

Det finns utmaningar framöver. Det behöver utvecklas bredare sortiment anpassat för storhushåll och större tillgängliga volymer av ekologiska produkter. Prisutvecklingen är en annan faktor som är av stor betydelse i alla offentliga verksamheter.



Södertälje kommun

Södertälje kommun arbetar strategiskt med att använda måltiderna som ett verktyg för hållbar utveckling och arbetar systematiskt med att öka andelen ekologiska och närproducerade livsmedel under säsong genom konceptet "Östersjövänlig mat". Strävan är även att minska inköpen av kött och att minska matsvinnet. I dagsläget utgör ekologiska produkter 49 % av kökens livsmedelsbudget. Genom att servera hållbara måltider läggs grunden till sunda hållbara matvanor gentemot barn och ungdomar. Eleverna från förskolan till gymnasiet involveras i aktiviteter där skolmaten är ett pedagogiskt verktyg.

Södertäljes vision är att 100 % av livsmedelsinköpen ska vara ekologiska. Vi är måna om att arbeta med alla våra lokala livsmedelsproducenter och förmå dem som inte är ekologiska att ställa om till ett mer hållbart jordbruk. Det innebär att det ekologiska målet är en vision som vi arbetar långsiktigt med där vi vill få med alla aktörer.

Det pågår ett kontinuerligt arbete med skapa livsmedelsavtal som gynnar våra mål, rusta upp våra kök, anställa kompetenta kockar med bred erfarenhet från olika typer av matlagning, anställa män och utbilda vår personal.

Vi i Södertälje kommun upplever att vi är ganska ensamma om att arbeta systematiskt med den offentliga måltiden som ett verktyg för hållbar utveckling och att maten som serveras ska vara hållbart producerad.



Skolorna i Vellinge köper i genomsnitt in ca 40 % ekologiska råvaror 2013. Vellinge kommun utnämndes 2013 av White Guide junior till 2:a bästa skolmatskommun i Sverige. Från år 2010 är all mjölk, yoghurt, fil och matfett som serveras ekologiskt producerat och utökning av sortimentet sker kontinuerligt. I den pedagogiska planen och i vår kostpolicy lyfts hög kvalitet och god kompetens i köken upp som framgångsfaktorer. Vi inledde med "ekoledarskap" och utbildade beslutsfattare, kökspersonal och pedagoger. Kommunen bjuder även in entreprenörer inom vård, skola och omsorg att delta i utbildningar om ekologisk mat och matsvinn.

Ambitionen är att successivt öka andelen ekologiska livsmedel i enlighet med Vellinge kommuns policy för upphandling. För att ta nästa steg började vi hösten 2012 forma ett utvecklingsprojekt som omfattar dialog med entreprenörer, alla avdelningar i kommunen, näringsidkare och lantbrukare. Projektets vision är "Eko 100 % - visst är det möjligt".

Vi har fokus på utveckling. Den ekonomiska aspekten av ekologiska livsmedel kommer att lyftas fram nu när skolorna ligger på snitt 40%. De bästa skolorna har 65-70% och därefter blir det lite dyrare och krav på annan utrustning i kök börjar ställas. Upphandlingsavtal upplevs som ett hinder och vi behöver ökad kunskap om vad vi får respektive inte får och hur vi kan få efterfrågade råvaror.



Malmö stad

Malmö stad ska vara ledande när det gäller hållbar utveckling. Vi gör hållbarhet till verklighet för alla malmöbor. Vi arbetar målmedvetet för att öka andelen ekologisk mat i våra verksamheter. Under 2012 kom vi upp i 39% ekologiska livsmedel.

Malmö stads Policy för hållbar utveckling och mat antagen av kommunfullmäktige 2010-10-28 framhåller bl.a. att: "All mat som serveras i Malmö stad ska vara ekologisk 2020."

Pågående och planerade initiativ för att nå målen:

- Utbildning av alla som lagar och köper in mat.
- Förnya upphandlingen.
 - Lägre pris på ekologiska livsmedel genom prisväxling.
 - Ta bort konventionella produkter ur avtalat sortiment i vissa varugrupper.

Utmaningar och behov för att nå målen:

- Att hitta tillräckligt utbud av ekologiska produkter, även hel- och halvfabrikat
- Att hitta mer närproducerat ekologiskt
- Att få barnen att gilla maten med förändrade menyer, t.ex. mindre mängd kött.
- Att klara budgeten när vi höjer ekoprocenten.

martin&servera

Martin & Servera, har länge arbetat med att aktivt marknadsföra ekologiska livsmedel i syfte att öka andelen ekologiskt av total försäljning. Vår strategi är att göra

ekologiska och miljömärkta produkter tillgängliga för svenska restauranger och storkök. Vi vill fortsatt arbeta för öka efterfrågan på ekologiskt. För att lyckas med det utmanar vi både kunder och leverantörer i Utmaningen 2014 i syfte att öka både produktionen och konsumtionen av ekologiskt.

Idag omsätter Martin & Servera strax under 1 miljard kronor på ekologiska livsmedel och andra miljömärkta produkter. Det motsvarar drygt 9% av vår totala försäljning. Martin & Servera har höga ambitioner för att bidra till ett mer hållbart samhälle. I ett långsiktigt perspektiv arbetar vi för att fortsatt öka andelen ekologiskt och miljömärkt och behålla Martin & Serveras position som ledande på området.

Martin & Servera värdesätter det faktum att vi levererar varor till ett stort antal kunder med miljöprofil. Det ställer krav på oss och på våra leverantörer. Tillsammans gör vi skillnad.



Ekologiska mejeriprodukter från Arla

Arla är Sveriges och världens största producent av ekologiska mejerivaror. Vi ser ekologisk produktion som en spjutspets inom mejeriproduktion. I Sverige producerar 467 Arlagårdar mjölk till över 80 svenska ekologiska produkter. Vi erbjuder ekologiska alternativ i alla våra kategorier – från mjölk, ost och smör till yoghurt och Keso® cottage cheese. År 2012 stod ekomjölken för cirka 14 procent av Arlas svenska produktion.

Vi satsar på vårt ekologiska sortiment och vill fördubbla konsumtionen av ekologisk mjölk. Många konsumenter väljer redan idag ekologiska produkter, men vårt mål är att ännu fler ska göra det.

Det senaste året har vi sänkt priset på ekologisk mjölk till handeln. Våra största ekologiska produkter har också fått en ny, modern förpackningsdesign och vi har valt att klimatkompensera för de utsläpp av växthusgaser som produkterna ger upphov till. Vi lanserar ständigt fler ekologiska produkter – nya eller varianter av konventionella. I alla våra olika kanaler försöker vi även informera om fördelarna med att välja ekologiskt.

Vi har många trogna ekokonsumenter, men för att öka försäljningen krävs att fler "nya" bestämmer sig för att välja ekologiskt. För att förändra köpbeteendet hos dessa krävs ännu tydligare information och ytterligare kunskapspridning om fördelarna med att göra ett ekologiskt val.



Hållbarhet har alltid varit en central del av Löfbergs verksamhet. För snart 30 år sedan beställde man den första containern med ekologiskt kaffe till Sverige. Inte för att det fanns en efterfrågan, utan för att det kändes rätt. Nu tar man ytterligare ett viktigt steg. Senast 2016 ska allt kaffe som Löfbergs säljer vara certifierat.

Löfbergs ambition är att konsumenten alltid ska känna sig trygg i att Löfbergs erbjuder ett kaffe av hög produktkvalitet och med certifierad produktion som garanti för angivna produktionsmetoder.

Löfbergs handlar kaffe direkt från odlarländerna och är idag en av världens största inköpare av ekologiskt och Fairtrade kaffe. Löfbergs bidrar även med kunskap som förbättrar kaffeböndernas utvecklingsmöjligheter. På våra resor där vi möter kaffebönder ser vi dels att det finns ett behov av mer hållbara odlingsmetoder, dels att certifieringar gör skillnad.

Magnihill

Kvalitet och miljö står i centrum på Magnihill, som är ett av landets ledande företag när det gäller förädling av grönsaker och rotfrukter. En stor del av produktionen består av KRAV odlade produkter som bland annat används som ingredienser i barnmat, färdigmat, drycker, puréer och såser. Det ställer stora krav på kvalitet och miljö i alla led – från frö och odling till produktion, frys, pack och lager. Bland annat kan man i våra produkter spåra ursprung och ingredienser ända tillbaka till jorden de vuxit i. En annan viktig tanke på Magnihill är att ingenting ska gå till spillo. Till exempel används det näringsrika spillvattnet till bevattning på odlingarna runt gården. Skalresterna blir djurfoder.

Under 2012 var 32 procent av den totala omsättningen inom Magnihill ekologisk och ekoförsäljningen ökade med 10 procent. Vi kommer att satsa ännu mer på ekologiskt och har bland annat lyckats öka den ekologiska ärtodlingen under 2013. Vårt mål till 2015 är att 50 % skall vara EKO. Vi har nya snitt på gång som vi hoppas få in hos grossisterna. Vi hoppas mycket på kommunernas arbete med ekologiskt.

Det finns fler utmaningar och vi vill lansera företagets produkter mer direkt mot konsument. Det är dock svårt att ta sig in i detaljhandeln. Vi har en hög andel svenskproducerat idag men vi vill väldigt gärna öka denna andel ytterligare.



Ekologisk livsmedelsproduktion är en intressant marknadsnisch för Lantmännen. Lantmännen Lantbruk är marknadsledande för insatsvaror till den ekologiska produktionen för exempelvis utsäde och frö, växtnäring och djurfoder och bedriver utveckling av nya hållbara insatsvaror. Ett exempel är Lantmännen BioAgri som använder naturliga mikroorganismer som bas för att utveckla och sälja miljövänligt växtskydd, unika innovationer som bland annat uppmärksammats med "Årets ekoföretag" på ekogalan tidigare i år.

Lantmännen har även ett ekologiskt sortiment på livsmedelssidan. Nyligen lanserade gogreen ett nytt sortiment av ekologiska produkter exempelvis för ärtor, tomater, majs, champinjoner och bönor.

Lantmännens ambitioner är att i dialog med marknadens aktörer och i takt med efterfrågan skapa ett bra och effektivt sortiment för att ge den ekologiska produktionen bästa förutsättningar att utvecklas. Under 2013 kommer Lantmännen att utveckla marknadsstrategierna för insatsvaror till den ekologiska produktionen och ser fram emot en tät dialog med berörda aktörer. Vi ser "Ekologiskt forum" som en viktig mötesplats för denna dialog.



Ekologiska Lantbrukarna är en intresseorganisation för ekologiska lantbrukare. Vi arbetar för hållbarhet i lantbruket och lönsamma företag. Vi finns representerade i 21 distriktsföreningar i Sverige, från Skåne till Norrbotten.

Tillsammans leder vi utvecklingen för framtidens bönder, livskraftiga lantbruk och en frisk natur. Genom kompetens, trovärdighet och bondeperspektiv skapar vi förutsättningar för ett hållbart ekologiskt lantbruk. Vi berättar historien om ekomatens värde för dagens och framtidens konsument. (Ur Ekologiska Lantbrukarnas strategi 2018).

Ett nytt arealmål för 2020 bör vara åtminstone 30 procent. 30 procent ekologisk areal krävs för att återta förlorade marknadsandelar och därefter hålla jämna steg med marknadens tillväxt. Vår långsiktiga vision är "Allt lantbruk - ekologiskt!"

Vi arbetar med ekologiska lantbrukares marknadskanaler parallellt med att påverka beslutsfattare och politiker inför kommande landsbygdsprogram. Politiskt lyfter vi

fram det ekologiska lantbrukets leverans av tjänster för att nå flera miljökvalitetsmål.

Marknad

Den stora utmaningen är marknadsutvecklingen för såväl konventionella som ekologiska produkter. Priserna till lantbrukarna har sjunkit de senaste åren. För många lantbrukare innebär lägre priser att företagsekonomi visar på förlust eller att eget arbete inte ersätts. Här behövs en förändring i prissättning med genomförande av "Polluter Pay Principle" och tydligare betalning för de mervärden som ekologiska livsmedel står för.

Politik

Den jordbrukspolitiska utmaningen är det nya svenska landsbygdsprogrammet 2014 – 2020. Lägre delfinansiering från EU ger stor risk för minskad delfinansiering från svenska staten. Samtidigt planeras nya ersättningsformer som utformas för att få en stor anslutning. Vi ser stora risker att den svenska ekologiska produktionen kommer att minska om liggande förslag (maj 2013) genomförs.

Vi allierar oss gärna med andra och vill ha en bra dialog med alla involverade mellan producent och konsument. Vi vill samarbeta på smarta sätt (ej nödvändigtvis brett) för att driva frågor tydligt och få genomslag i media, marknad och politik.

SAM ODLARNAS SVERIGE

Samodlarna är en ekonomisk förening för ekologiska odlare som odlar grönsaker, potatis, bär och frukt. Föreningen bildades 1986. Vår vision är att nå Sveriges alla konsumenter med ett brett sortiment av ekologiska produkter. Samodlarnas styrka är flexibilitet och kvalitet.

Målet är att Samodlarna ska vara det bästa alternativet för Sveriges ekologiska odlare och grossisternas självklara val vid köp av ekologiska rotfrukter, potatis och grönsaker.

De största utmaningarna består av att stimulera till en större svensk produktion av ekologiska grönsaker samt att ge stora konsumentgrupper kunskap om ekologiska grönsaker, rotfrukter, bär och frukt.



LANTBRUKARNAS
RIKSFÖRBUND

2011 antog LRFs stämma en livsmedelsstrategi. Målet är en real tillväxt inom livsmedelssektorn på 1 % per år fram till 2020. En viktig del i livsmedelsstrategin är ekologisk produktion. Bakgrunden till det är att ekologiska livsmedel efterfrågas av konsumenterna och ger merbetalt till bonden. Både i form av konsumenterna betalar ett högre pris och att ekologisk produktion ger rätt till stöd och

ersättningar. I ekologiska livsmedel sitter värdet i råvaran och skapas i producentledet, vilket bidrar till tillväxt och lönsamhet hos bonden.

LRFs mål för ekologisk produktion är att öka antalet svenska ekologiska producenter och deras produktion i takt med marknadens efterfrågan. För LRF är ekologiska livsmedel ett särskilt satsningsområde. Några aktiviteter vi arbetar med är:

- Rekrutering av producenter i takt med marknadsutvecklingen
- Långsiktigt samarbete med Ekoweb som gör marknadsanalyser
- Utser Årets Ekoproducent på Ekogalan.
- Ökad samverkan mellan bönder - Goda grannar i samverkan – www.ekolantbruk.se/b2b
- Ursprungsmärkning av ekologiska livsmedel
- Regelutveckling på Sverige- och EU-nivå

Några utmaningar LRF ser för den ekologiska produktionen:

- Politikens bristande intresse och engagemang i jordbruks- och livsmedelsfrågor generellt
- Efterfrågan på ekologiska livsmedel ökar mer än den inhemska produktionen inom vissa segment och inom andra segment finns det ett överskott som inte säljs som ekologiskt
- Efterfrågan på ekologiska livsmedel har mattades av 2012. Ett tecken på minskat intresse hos konsumenter eller ett tecken på lågkonjunktur?
- Allt fler kommuner ställer krav på ekologisk mat, men budgeten för mat ökas inte

Sverige behöver en övergripande Livsmedelsstrategi för det svenska lantbruket och trädgårdsnäringen. Ekologiskt ska vara en del av den strategin. Ett nytt konsumtionsmål för offentlig bör fokusera på närproducerad ekologisk mat och det krävs att det satsas mer pengar på den offentliga maten om målet ska nås med bibehållen kvalitet.

Ge konsumenter möjlighet att välja svenska ekologiska produkter genom att ursprungsmärka ekologiska livsmedel.



Naturskyddsföreningen

Naturskyddsföreningen bildades 1909 och är Sveriges största och äldsta miljöorganisation. Idag har föreningen ca 191 000 medlemmar och finns över hela landet och verkar för natur och miljö, människors hälsa och global solidaritet genom att väcka naturkänsla, påverka politiker och skapa konsumentmakt.

Naturskyddsföreningen driver återigen en kampanj för att fler konsumenter ska välja ekologisk mat i affären.

Kampanjen riktar sig till de konsumenter som har hört talas om ekologiskt, kanske ibland köper någon produkt men ännu inte har börjat välja eko ofta eller hela tiden. Kampanjen kommer minst att pågå under 2013 men troligen även 2014 och är en fortsättning av ett långvarigt opinionsarbete för att öka den ekologiska produktionen såväl i Sverige som i andra länder.

En viktig del av kampanjen är Miljövänliga veckan, v 40, då föreningens aktiva möter konsumenter i butiker, på gator och torg, ordnar möten, föredrag, provsmakningar, gårdsbesök mm. För första gången sker Miljövänliga Veckan samtidigt i flera länder i Syd. Det är föreningens samarbets-organisationer i t ex Brasilien, Uganda och Filippinerna som gör liknande aktiviteter i sina länder.

Parallellt med konsumentarbetet fortsätter föreningens påverkansarbete mot beslutfattare m.fl. att öka satsningarna på ekologisk produktion. Det behövs såväl styrmedel som miljöavgifter på bekämpningsmedel och konstgödsel och ersättningar inom ramen för jordbrukspolitiken, som nationella produktions- och konsumtionsmål och ökad forskning.



Vårt uppdrag att verka för ökad produktion och konsumtion av ekologiska livsmedel. Vi ska driva utvecklingen genom att erbjuda större mervärden i KRAV-märket jämfört med EU-ekologiskt.

Försäljningen av KRAV-märkt motsvarar ca 4 % av den totala försäljningen av livsmedel i Sverige.

Vårt mål för år 2020 är att försäljningen av KRAV-märkt ska utgöra 20 % av den totala försäljningen av livsmedel i Sverige. Vår ambition är att främja KRAV-märkt, vilket indirekt bör främja försäljningen även av "ekologiskt".

Fr.o.m. hösten 2013 kommer vi att kommunicera KRAV:s mervärden på ett nytt sätt till en bredare målgrupp än tidigare.

En utmaning är att åstadkomma djupare förankring hos handelns beslutsfattare. Ett hinder kan vara att den negativa miljöpåverkan som konventionella livsmedel ger upphov till, förblir dold för konsumenter.

Vi menar att Ekologiskt Forum främst bör verka för nytt politiskt konsumtionsmål för "ekologiskt" samt säkerställa att offentlig upphandling kan ske med särskilda miljökrav.

Vi Konsumenter

Föreningen Vi Konsumenter prioriterar livsmedelsfrågor med fokus på hållbarhet. Här har ekologisk produktion och konsumtion sin givna plats. I ett öppet brev kring minskad köttkonsumtion uppmanar Vi Konsumenter

med flera avsändare, aktörerna i livsmedelskedjan (dagligvaruhandeln, besöksnäringen, livsmedelsföretagen, Sveriges kommuner och landsting och LRF) att stimulera ekologisk produktion.

Ekologisk produktion har sina starka meriter i inga kemikalier, ingen konstgödsel, biologisk mångfald, djurvälstånd och i grunden ett kretsloppstänkande på gårdsnivå. Vi anser att dessa värden är viktiga från hållbarhetssynpunkt, men det får inte hindra en utveckling av det s k konventionella jordbruket i hållbar riktning.

Dagens ekologiska livsmedel erbjuds konsumenterna genom KRAV och EU-ekologiskt, som bygger på standarder och oberoende tredjepartskontroll. Det är oerhört viktigt att dessa standarder utvecklas mot ökad hållbarhet exempelvis minskad klimatpåverkan, oberoende av fossil energi, bättre hushållning med växtnäring och ökad livsmedelsäkerhet. Det är också viktigt att vara lyhörd för djurvälståndaspekter och föra en kontinuerlig dialog med vetenskapen. Vi förväntar oss att Sverige driver på för att förbättra EU:s regelverk kring bl a ekologisk djurhållning. Svenska konsumenter prioriterar en produktion som ligger nära geografiskt och känslomässigt. En kontakt mellan producent och konsument gynnar också den ekologiska resiliensen, vilket är en viktig del i en hållbar utveckling (Rockström2014). Ett prioriterat område inom den ekologiska strategin är därför att gynna en ökad svensk ekologisk odling och djurhållning- både för hemmamarknaden och för export.



Föreningen Medveten Konsumtion verkar för ökad kunskap om konsumtionens effekter på miljön och de som arbetar inom industrin. Vi tror på konsumentmakt: att man klarar sig alldeles utmärkt här i livet även om man konsumerar lite mindre och något mer genomtänkt, och att var och en faktiskt kan bidra till en mer hållbar framtid.

Hur var och en kan bidra till en mer hållbar framtid kan se ut på många olika sätt och föreningen ser inspiration och mer kunskap i konsumtionen som ett verktyg att hjälpa fler konsumenter komma underfund med hur just de vill konsumera, vad just de vill bidra till med sin konsumtion. Även om föreningen inte explicit arbetar för en ökad konsumtion av ekologiska livsmedel ser vi ofta att fler konsumenter väljer en större andel ekologiskt som en naturlig följd av mer kunskap kring konsumtionens effekter.

Ekoguiden är digitalt ett verktyg som i dagsläget finns i åtta städer runtom i landet. Den bygger på lokalt engagemang där ideella krafter efter grundutbildning av föreningen recenserar caféer, restauranger och butiker som tänker på miljö och/eller etik i sin verksamhet. Ekoguiden guidar till ortens mer hållbara verksamheter

och underlättar för konsumenten som vill hitta schysstare alternativ. Här är så klart ekologiskt ett av kriterierna som bedöms, och föreningen har för avsikt att öppna fler Ekoguidar som kan hjälpa än fler konsumenter. Våra samarbeten med skolor och kommuner är andra exempel på hur vi arbetar för att inspirera fler till en mer medveten konsumtion.



Ett utdrag ur KfS hållbarhetspolicy:

- KfS ska skapa förutsättningar för att medlemmarna i sin konsumtion ska kunna bidra till hållbar utveckling. Dialog med medlemmarna kring hållbarhetsfrågor pågår kontinuerligt i föreningens olika kanaler.
- I egenskap av ägare ska KfS verka för att Coop ska vara en hållbar aktör i samhället. KfS har en löpande dialog med Coop kring hållbarhetsfrågorna, dels som representant i Coops och KF:s styrelser och dels på butiksnivå.
- KfS ska i sin opinionsbildning lyfta ämnen som kopplar till hållbar utveckling och verka för att makthavare, producenter och andra aktörer bidrar till hållbar samhällsutveckling. KfS opinionsbildning sker genom formella och informella kontakter med myndigheter, näringsliv m fl. KfS arrangerar även seminarier och temakvällar för medlemmarna.

Konsumenten är en av flera aktörer som måste ta ansvar för att få samhället att utvecklas i hållbar riktning. Men det är svårt att nå den svenska konsumenten med budskap som *fördelarna med ekologisk mat, *konsekvenserna som vår köttkonsumtion får för miljö och hälsa och *att matsvinnet måste minska. Vi är många som arbetar för att föra ut dessa budskap men det skulle kunna vara fler och tyngre budbärare som till exempel myndigheter och branschorganisationer.

Sammanfattande slutsatser

Det finns en uttalad ambition hos stora delar av den svenska livsmedelsbranschen att vidareutveckla och öka produktionen och försäljningen av ekologiska livsmedel de närmaste åren. Strategierna varierar naturligt nog bland livsmedelssektorns aktörer, men sammanlagt visar de en stark vilja både att öka takten på den ekologiska utvecklingen.

Det finns en samsyn i att målsättningar för både produktion och konsumtion av ekologisk mat driver utvecklingen på ett positivt sätt. En ökad produktion är en förutsättning för att tillgodose den snabbt ökande efterfrågan och konsumtionen inom både offentliga storkök och i den privata handeln. Volymerna behöver också ökas för att effektivisera hanteringen i livsmedelskedjan. Produktutveckling har varit svag inom flera segment. I takt med att allt fler företag ser den potential som ekologiska livsmedel har på marknaden börjar utvecklingen av nya produkter ta fart, vilket bland annat aktörerna visar i sina ambitioner. Det finns också en vilja till ett förstärkt samarbete mellan aktörer när det gäller strategiska insatser, kampanjer och kommunikation om ekologiska livsmedel.



Göteborgs Stad Konsument och medborgarservice

Vi finns till för konsumenter, boende, besökare och företagare i syfte att underlätta deras vardag och bidra till hållbar utveckling av göteborgssamhället. Det gör vi genom att utveckla, samordna och ge en lättillgänglig, likvärdig och professionell service i samverkan med dem vi är till för. Vi vägleder, ger råd och inspirerar i alla möten med visionen: "enklare vardag i en hållbar och öppen stad".

Verksamheten ska stimulera till en hållbar livsstil. Göteborgarna ska handla rättvist och smart för plånboken, klimatet och miljön. Konsumenterna ska ha makten över sin vardag. De ska ges möjlighet att öka sin kunskap, medvetenhet, aktivitet och engagemang. De ska känna till sin rätt att välja och välja bort. Vi verkar för att konsumenter, organisationer och företag ska bli medvetna och aktiva konsumenter och arbetar utifrån omvärldsanalys, samverkan, kunskapsförmedling och rådgivning.

Våra fokusområden, mål och ambitioner för eko och rättvis handel:

- Vi samverkar och påverkar göteborgssamhällets caféer, restauranger, hotell och evenemang till en mer hållbar riktning både ur ett ekologiskt och rättvist perspektiv.
- Vi samverkar i staden för att nå en mer hållbar matkonsumtion på våra interna serveringar så som äldreboenden, skolor och externa serveringar.

Utmaningar och hinder:

- Staden är stor och omfattande, svårt att nå ut till alla
- Saknas insikt och kunskap om att ekologiskt och rättvis handelperspektivet hänger ihop
- Liknande flaskhalsar för både eko och rättvis handlat (samma som för eko för 10 år sedan)
- Saknas lokala producenter på nära håll och distribution av deras varor till restaurangerna

5 Sjunkande ambitioner på politisk nivå

SEDAN BÖRJAN AV NITTIOTALET har riksdagen fattat beslut i syfte att bidra till en ökad ekologisk produktion och konsumtion av livsmedel. Argumenten har framför allt varit att den ekologiska produktionen av livsmedel driver på utvecklingen av ett hållbart jordbruk. Konsumenternas önskemål har också varit vägledande.

1994 satte riksdagen målet att 10% av den svenska åkerarealen skulle vara ekologiskt odlad år 2000. Jordbruksverket fick i uppdrag att utarbeta en handlingsplan. Målet nåddes 1999. Detta år sattes nya mål upp. Arealen skulle år 2005 uppgå till 20% och animalieproduktionen borde öka. 10% av antalet mjölkkor och slaktdjur av nöt skulle finnas i ekologisk produktion. Jordbruksverket fick åter uppdraget att ta fram en handlingsplan. 2005 uppgick den ekologiska arealen till 19% av landets åkerareal och målet ansågs i stort sett uppnått. En stor del av den ekologiska arealen var dock inte certifierad.

Våren 2006 lämnade regeringen skrivelsen: "Ekologisk produktion och konsumtion – mål och inriktning till 2010" till riksdagen, som beslutade i enlighet med skrivelsen. Ekologisk produktion ses där som ett medel i arbetet med att nå de miljö kvalitetsmål som riksdagen beslutat, framför allt målen "Ett rikt odlingslandskap", "Giftfri miljö" och "Ett rikt växt- och djurliv" men också "Grundvatten av god kvalitet". Efter valet 2006 tillträdde en ny regering (alliansen), som uttryckte viljan att arbeta i enlighet med det redan fattade beslutet. Målen innebar i korthet att:

- Den certifierade ekologiska odlingen vid utgången av 2010 borde uppgå till minst 20% av landets jordbruksmark.
- Den certifierade ekologiska produktionen av mjölk, ägg och kött från idisslare borde öka markant.
- Den certifierade produktionen av griskött och matfågel borde öka kraftigt.
- För att stimulera en positiv utveckling av marknaden borde andelen certifierade ekologiska livsmedel i offentlig sektor öka till 25% av den totala år 2010.

Målen nåddes inte fullt ut och efter 2010 har inte något samlat beslut rörande ekologisk produktion och konsumtion fattats i riksdagen. Miljö- och jordbruksutskottet genomförde ett uppföljningsprojekt, som resulterade i rapporten "Uppföljning av ekologisk produktion och offentlig konsumtion" (2010/11: RFR1). Rapporten föreslår att "Frågan om nya mål bör analyseras vidare, vad gäller både koppling till landsbygdsprogrammet 2014–2020 och miljömålssystemet. I väntan på en sådan analys bör nuvarande mål kvarstå".

Därefter har regeringen 2011 givit Jordbruksverket i uppdrag att analysera "behov och utformning av nya mål för ekologisk produktion i det kommande landsbygdsprogrammet 2014–2020". Uppdraget är tydligt avgränsat till produktionen. Jordbruksverket lämnade sin rapport år 2012 och föreslår där ett övergripande samhällsmål: "Den ekologiska produktionen ska bedrivas i sådan omfattning och med sådana metoder att den är samhällsekonomiskt optimal, och därmed sammantaget ger bästa möjliga livsmedel, folkhälsa, djurvälfärd samt klimat- och miljöåtgärder med hänsyn till samhällets totala kostnader". Man föreslår också ett riktmål, som är oförändrat i förhållande till det tidigare målet för 2010: "Certifierad ekologisk jordbruksmark ska år 2020 omfatta minst 20% av den svenska jordbruksmarken. den certifierade ekologiska jordbruksmarken i slättbygd ska senast år 2020 ha ökat med minst 50 000 hektar jämfört med 2011 års nivå."

Vad man kan se är en politik, som gått från en blygsam start på 90-talet till ett mer offensivt mål för år 2010 för att därefter rinna ut i sanden. Idag finns det inte några tydliga beslut på nationell nivå med styrkraft i förhållande till ekologisk produktion och konsumtion. Det finns inte heller ett tydligt avståndstagande. I brist på övergripande nationella mål riskerar nu även arbetet på den regionala nivån att avstanna.

Därför behövs det nu en förnyad diskussion och ett tydligt beslut på regerings- och riksdagsnivå. Konsumenternas önskemål är tydliga, marknadens aktörer arbetar energiskt för att möta dem, men det behövs också politiska mål och åtgärder för att utvecklingen ska komma till stånd. Det behövs en politik som ger eko.



Politik som ger eko

DET RÅDER INGEN TVEKAN om att politiska beslut har stor betydelse för att skapa incitament och driva på utvecklingen. Det råder heller ingen tvekan om att arbetet för ökad hållbarhet inom jordbruket måste intensifieras om vi ska klara de stora utmaningar samhället står inför. Jordbruksverket har i sin rapport "Behov av nya mål och åtgärder för ekologisk produktion i landsbygdsprogrammet" redovisat att ekologisk produktion ger positiva effekter i flera avseenden. Den biologiska mångfalden ökar, användningen av bekämpningsmedel minskar och djurvälståndet ökar. Även beträffande utveckling och tillväxt på landsbygden är potentialen stor.

Slutligen är det uppenbart att en konstruktiv utveckling inom olika samhällsområden uppnås bäst när samverkan över sektorsgränser äger rum. Nu väntar såväl konsumenter som marknadsaktörer inom den ekologiska livsmedelskedjans olika led på att även den tredje parten – politiken – ska bidra till en fortsatt konstruktiv utveckling.

Mot bakgrund av dels den tidigare förda politiken, dels det som kommit fram i den omfattande arbetsprocessen runt detta dokument föreslår Ekologiskt Forum två övergripande mål för politiken när det gäller utvecklingen av ekologisk produktion och konsumtion:

- År 2020 bör 50% av den offentliga livsmedelskonsumtionen utgöras av certifierade ekologiska produkter
- År 2020 bör minst 30% av den svenska jordbruksrealen utgöras av certifierat ekologiskt lantbruk

De viktigaste politiska verktygen för att nå dessa mål bedömer vi vara:

Miljöersättningar

Den senaste periodens miljöersättningar till ekologisk produktion fungerar bra och ger såväl miljönytta som ökad djurvälstånd. Omläggningstakten har dock avstannat och omställningsarealen minskar för andra året i rad. Detta beror enligt Ekologiska Lantbrukarna på osäkra politiska signaler samt oron att villkoren för ekologisk produktion kommer att försämrats. Dessutom har den relativa lönsamheten jämfört med konventionell produktion sjunkit. Utebliven ökning av ekoproduktionen är olyckligt både ur miljösyn-

punkt och för konsumenterna. Om den svenska ekologiska produktionen inte matchar den starkt växande marknaden kommer efterfrågan att lösas med import.

Omläggning till ekologisk produktion innebär i princip alltid en nytändning för lantbrukaren och hela företaget, och ofta upplevs det som en lättnad att slippa hanteringen av kemiska bekämpningsmedel. Men den innebär också många utmaningar; tajming för bästa effekt av mekanisk ogräsbekämpning, mer varierad växtföljd ibland med nya grödor, att hushålla med gödslingen, aktivt engagemang i försäljningen mm. Idag är det främst gårdar som redan har ekologisk djurhållning som lägger om nyköpt eller nyarrrenderad mark för att öka sin självförsörjningsgrad, men också växtodlingsgårdar som inleder samarbete med djurgårdar för att få tillgång till växtnäring och en köpare av avsaluprodukter. Generellt är det fler yngre lantbrukare som ställer om. Oftast har omläggarna idag en ganska strikt ekonomisk inställning till den ekologiska produktionen men som en följeffekt ökar ofta intresset för olika miljöfrågor efter hand.

Nytan av miljöersättningarna till ekologisk produktion är stor; de ger en ekonomisk trygghet för att våga ändra produktionsform, företagsutveckling, minskad användning av bekämpningsmedel, mer varierade växtföljder, mer vallodling, lägre kvävegivor och ökad växtnäringshushållning, mer bete och utevistelse för husdjuren, mer närodlat foder och en mer positiv inställning till miljöfrågor. Därför är det angeläget med ett nytt miljöersättningsprogram som både är träffsäkert och fungerar långsiktigt för lantbrukarna.

Ekoersättningen bör få följande utformning:

- Differentiering efter gröda bibehålls. Incitament för ökad omläggning till ekologiskt lantbruk i slättbygd är angelägna för att öka miljönyttan, men regional differentiering med högre ersättning i slättbygd har redan provats med mindre lyckat resultat. Ett träffsäkrare sätt är att stimulera företag som har en produktionsinriktning med stor andel "slättbygdsgrödor". Dessa företag finns både inom och utanför de områden som definieras som slättbygd. Genom att utgå från grödor och inte från geografi undviker man dessutom kontraproduktiva gränsdragnings effekter.
- En översyn av nivåerna görs dock för olika kategorier grödor. Ökad stimulans till odling av ettåriga proteingrödor som ärtor, åkerbönor, vicker och lu-

pin, både i renbestånd och i blandning med spannmål eller ettåriga gräs. Ersättning till naturbetesmark kan vara motiverad.

- Ersättning till vall bör ökas och ges tydligare incitament till aktivt brukande. Vallen har en central betydelse för ekoproduktionens positiva miljöeffekter. Den gynnar bördigheten och den biologiska mångfalden och är den enskilt viktigaste åtgärden för att bekämpa skadegörare och ogräs, inte minst på växtodlingsgårdar i slättbygder. Vallen är särskilt viktig under omlägningsperioden för att lyckas med den ekologiska odlingen. Som modell för ersättning föreslås samma nivå som för ekospannmål men endast för första skördeåret. Vall som används aktivt i växtföljden med 2-3 skördeår i genomsnitt får då förhöjd ersättning över liggetiden, medan vallar som aldrig förnyas ej får någon ersättning.
- Ej krav på hel omläggning, men gärna annan stimulans till företag som lägger om hela arealen.
- Ett extra procentpåslag ges till nyomlagd växtodling under de första två åren när lantbrukaren inte kan sälja skörden med ekologiskt merpris. Eftersom den ekonomiska belastningen är lika oavsett region bör påslaget erbjudas alla som lägger om sin växtodling.
- Endast certifierad ekologisk produktion ges miljöersättning till ekologisk produktion.

Underlag från Ekologiska Lantbrukarna

Forskning inom området ekologisk produktion och ekologisk mat

Forskning inom den ekologiska livsmedelskedjan ger kunskap som visar på nya möjligheter och utvecklingsvägar. Genom särskilda medel för ekologisk forskning kan det ekologiska lantbruket fylla en viktig funktion som spjutspets och vägvisare för en hållbar utveckling av hela lantbruket, landsbygdens företagande och livsmedelskonsumtionen. En mångfaldig kunskapsutveckling inom olika typer av produktionsformer är sannolikt mycket viktig när vi möter en osäker framtid med miljöhot, knappa resurser och stora utmaningar vad gäller livsmedelsförsörjning och livsmedelssäkerhet.

Forskningen i Sverige har till stor del finansierats med öronmärkta medel från Formas, SLU Ekoforsk och Jordbruksverket. Andra forskningsfinansiärer är Stiftelsen lantbruksforskning och Ekhagastiftelsen. Forskningsprogrammen har tidigt satt fokus på området och frågor som varit centrala för en väl fungerande ekologisk produktion. Många gånger handlar det om att lösa kunskapsbehov och utveckla metoder som inte självklart skulle prioriteras i forskningen i stort, men där resultaten och erfarenheterna visat sig viktiga

för hela lantbrukets hållbara utveckling. Exempelvis har alternativ till kemiska bekämpningsmedel genererats med biologiska och ekologiska kunskaper och nya innovativa bekämpningsmetoder som grund. Energisnål och effektiv mekanisk ogräskontroll, biologisk bekämpning via naturliga fiender och antagonistiska mikroorganismer är exempel. Effektiva kretslopp och husdjurens hälsa och välfärd är andra områden där den ekologiska forskningen är värdefull för lantbruket i stort.

I den utvärdering som gjordes av ekoforskningen som bedrevs mellan 1997–2006 framgick att cirka hälften av projekten höll en mycket hög vetenskaplig nivå, att den vetenskapliga publiceringen var högre än för andra utvärderade områden samt att relevansen var hög för det ekologiska lantbruket. Internationell forskningssamverkan har blivit allt viktigare för ökad kvalitet och utnyttjande av forskningsresurser och finansieringen av forskning inom ekologiskt lantbruk genom ERA-NET CORE Organic har varit betydelsefullt. Starka argument för en europeisk koordinering av ekoforskningen är att a) viktiga utmaningar inom livsmedelsproduktionen är gemensamma över nationsgränserna och b) flera områden kräver stora forskningsresurser. Det svenska utvecklingsarbetet har också mycket att bidra med internationellt, exempelvis inom lantbrukets klimatarbete ligger Sverige i framkant.

År 2012 aktualiserade EPOK (Centrum för Ekologisk Produktion och Konsumtion vid SLU) forskningsbehoven inom eko i en ny forskningsagenda. Genom flera ämnesinriktade workshops, enkäter och remissvar var en mängd aktörer delaktiga för att skapa en problembild och identifiera forskningsbehov i den ekologiska livsmedelskedjan, från primärproduktion och marknadsfrågor till det ekologiska lantbrukets bidrag till miljö- och samhällsnytta. Agendans syfte är att vara ett underlag för beslutsfattare och forskningsfinansiärer vid framtida prioriteringar och forsknings-satsningar. <http://www.slu.se/epok>

Agendan beskriver de utmaningar som den ekologiska livsmedelskedjan står inför från förbättringar av existerande praxis på kortare sikt till långsiktiga och visionära systemorienterade lösningar. Tre teman anges som utgångspunkt:

- 1) Robusta system
- 2) Mervärden för miljö och samhälle
- 3) Konkurrenskraft och levande landsbygd.

Utifrån dessa formuleras fem fokusområden, vart och ett med exempel på forskningsområden. Dessa spänner över hela livsmedelskedjan, från primärproduktion, förädling och marknad till konsumtion av ekologisk mat:

- Hög produktivitet med bevarad hållbarhet
- Innovativa produktionssystem med många funktioner
- Täta kretslopp och förnybara resurser
- Hållbara företag och utveckling av marknaden
- Hälsosam mat med mervärden

Som jämförelse kan nämnas att ICROFS (Internationellt Center for Forskning i Økologisk Jordbrug og Fødevarer-systemer) i Danmark 2012 på liknande sätt sammanfattade forskningsbehoven i skriften Forsknings- og udviklingsstrategi 2012 inden for Økologisk jordbrug og fødevarer-systemer "Vækst, troværdighed og robuste systemer". Danske staten avsätter årligen 40 miljoner danska kronor till ekologisk forskning och utveckling. Därtill kommer även medel från andra källor. ICROFS bedömer att anslagen till forskning och innovation inom denna sektor måste ökas till minst 80–100 miljoner Dkr för att de nationella målen om en grön omställning ska nås.

Underlag från Maria Wivstad, EPOK/SLU och Erik Steen Jensen, SLU/Alnarp samt ICROFS (Internationellt Center for Forskning i Økologisk Jordbrug og Fødevarer-systemer)

Rådgivning och kompetensutveckling

För en utveckling av en svensk konkurrenskraftig ekologisk produktion som motsvarar marknadens efterfrågan är det centralt att lantbrukare kan få hjälp, råd, inspiration och stöd från både professionella rådgivare och erfarna kollegor. Det är mycket viktigt före, under och strax efter omläggningen av gårdens drift, men det är också viktigt för lantbrukare som drivit gården ekologiskt ett tag för att förbättra/effektivisera produktionen, utveckla nya produktionsgrenar eller lösa enstaka problem.

Det är av yttersta vikt att det finns en fungerande rådgivning och kompetensutveckling i hela landet men det är ännu så länge oklart hur utformningen av kompetensutvecklingen inom ekologisk produktion blir i Landsbygdprogrammet för 2014-2020.

I Sverige bedrivs rådgivning i ekologisk produktion i olika omfattning från Länsstyrelserna som arbetar som självständiga myndigheter samt från privata rådgivningsorganisationer som Hushållningssällskapen, LRF Konsult och Lovanggruppen.

Rådgivning och utveckling behövs inom följande områden:

Trädgård

- Trädgårdsrådgivning i hela landet. I Norrlandslänen finns stor potential för bär- och grönsaksodling

- Rådgivning, kursverksamhet för nya respektive etablerade odlare på olika nivå och olika sätt
- Arbetsbesparande odlingsystem och teknik för småskalig odling
- Växtskydd

Djurproduktion

- Utveckling av produktionssystem för gris och fjäderfä
- Utevistelse, hantering av parasitproblem
- 100 procent ekologiskt foder
- Utveckling av produktionssystem för idisslare (mjölk och kött)
- Grovfoderbaserade foderstater
- Ökad självförsörjning av protein
- Utveckling av rationella betessystem (bete som resurs)

Växtproduktion

- Produktion av proteinfoder och foderspannmål (minska importberoendet)
- Ökad odlingssäkerhet och ökad skörd
- Utveckling av vallproduktion med stor andel baljväxter
- Insatsmedel
- Utsäde
- Potatis (efterfrågan på svensk ekologisk potatis ökar)

Därutöver finns behov av:

- Återkommande basutbildning för nya rådgivare om ekologisk produktion och omläggning till ekologisk produktion
- Särskild kompetensutveckling till omläggare, kurser, enskilda rådgivningsbesök och/eller telefonrådgivning
- Fördjupningskurser för rådgivare inom ekologisk produktion
- Samarbete forskning – försök – utveckling – produktion
- Utveckling av former för samarbete mellan djur- och växtgårdar
- Internationell samarbete – för utveckling och möjlighet till export.
- Regelarbete
- Nya tekniker för rådgivning såsom interaktivt material, bildanalys, deltagardriven verksamhet
- Koordinering av kompetensutveckling inom ekologisk produktion

- Möjligheter för rådgivare att specialisera sig. Det kan krävas nationell samordning för detta. Det gäller både mindre grödor och kulturer inom trädgård och för vissa djurslag
- Ekonomi och marknad

Underlag från SJV: Ann-Marie Dock Gustavsson, Christina Winter, Dan-Axel Danielsson, Johan Ascard, Katarina Holstmark och Niels Andresen

Utbildning på alla nivåer

Ökad kunskap och kompetensutveckling inom ekologisk produktion är viktig för att bidraget till miljö- och samhällsmål från ekologisk produktion ytterligare ska stärkas, och är viktig även för utveckling av en hållbar konventionell produktion. Utbildningen behöver stärkas på alla nivåer från en ny satsning på hem- och konsumentkunskap i grundskola till högre utbildning på universitetsnivå. På alla nivåer är det viktigt att visa upp fungerande och goda exempel.

Yrkesutbildning på Naturbruksprogrammet och kvalificerad yrkesutbildning

Fortbildning av all personal på naturbruksgymnasierna är en förutsättning för att kunna ge eleverna en bra grund om hållbar och ekologisk produktion. Det finns tydliga examensmål för hållbar utveckling i Naturbruksprogrammet och i kursmålen för enskilda kurser ges riktlinjer för miljö och djurskydd. Naturbruksgymnasierna är mycket viktiga utbildningsinstitutioner på gymnasie- och eftergymnasial nivå. Skolorna fungerar som mötesplatser där eleven står i centrum med många olika aktörer som partners. De skulle också kunna spela en viktig roll som kunskapsförmedlare om produktionen till beslutsfattare och tjänstemän som är ansvariga för upphandling och inköp.

Det finns ett stort behov av resurser till praktikplatser och demonstrationsprojekt på skolorna för att elever ska förstå och lära sig den ekologiska växtodlingens och djurhållningens delvis nya metoder. Det är också viktigt att i utbildningen införa marknadsperspektiv. Naturbruksskolornas Förening är en viktig aktör för att genom samverkan främja skolornas utveckling och kontaktnät. www.naturbruk.se

Resurser behövs inom följande områden:

- Fortbildning av skolornas personal och värddar på praktikgårdar
- Demonstrationsprojekt inom växtodling och djurhållning
- Utbildning av beslutsfattare och tjänstemän inom offentlig sektor

Kompetensutveckling inom offentlig sektor

Ökad kunskap och kompetens bland såväl kost- och skolpersonal som beslutsfattare i kommuner och landsting behövs för att nå de - ibland mycket höga - ekomål och ambitioner som sätts efter hand. Grundläggande är förståelsen för kostens betydelse för den egna hälsan, livsmedelsproduktionens miljö- och klimateffekter samt hur de påverkar en hållbar utveckling i stort i vårt samhälle. För att klara omställningen av storköken till högre andel ekologisk mat behövs ökad kompetens i matlagning från grunden anpassad efter säsong och med högre andel vegetabilier än tidigare. Hur en policy med tydliga hållbarhetskriterier byggs upp och förankras är en prioriterad uppgift och det är viktigt att konsumenten, eleven och dess föräldrar, förstår dessa samband och accepterar en förändrad meny.

Rådgivning om hur en upphandling med särskilda hållbarhetskriterier genomförs behövs för både beslutsfattare och tjänstemän som upphandlar. Måltidspersonal och pedagogisk personal är andra yrkesgrupper som har nyckelroller och som behöver erbjudas fortbildning om hållbarhet och ekologisk produktion samt tillämpningar i både matlagning och undervisning.

Resurser behövs inom följande områden:

- Utbildning av beslutsfattare och tjänstemän inom offentlig sektor (kommuner och landsting)
- Fortbildning av måltids- och pedagogisk personal (kommuner och landsting)

Utbildning på universitetsnivå

För att svara upp mot framtida behov inom den högre utbildningen behöver en grundlig analys genomföras. Det är av stor betydelse att höja kunskapsnivån om hållbar utveckling och klimatanpassning i allmänhet och om hur ekologisk produktion kan utvecklas för att bättre bidra till detta. Högre utbildning behövs inom flera områden från ekologisk lantbruksproduktion av råvaror och livsmedelsförädling till näringslära och måltidskunskap.

Resursbehov för att kunna förbättra utbildningar på universitetsnivå behöver utredas för att ge ett tydligt svar om vilka resurser som behövs.

Övrig utbildning

Förutom ovanstående specifika målgrupper finns ett allmänt behov av utbildning kring ekologisk produktion och konsumtion i samhället. Kunskapsglapp i livsmedelskedjan utgör alltid hinder genom onödiga missförstånd och fördröjningar. Riktade utbildningar till olika målgrupper kan undanröja mycket av detta.

Beslutsfattare på alla nivåer, journalister, butikspersonal och lärare är exempel på sådana målgrupper.

Dessa utbildningar bör skraddarsys för beställaren och här finns redan en stor kunskapsbank, en hel del gediget undervisningsmaterial och ett antal kompetenta utbildare, men utbildningskoncept behöver byggas. Tidigare erfarenheter visar att det är mycket uppskattat och kunskapsmässigt effektivt att hålla utbildningar på ekologiska gårdar och involvera lantbrukarna/producenterna i utbildningen för att skapa förståelse och intryck av ekologisk produktion. Dessa bondenära aktiviteter kan med fördel också genomföras på arbetsplatser, i butiker mm.

Underlag från: Naturbruksskolornas förening och Ekologiskt Forum

Export av ekologiska livsmedel

Den svenska ekologiska produktionen har många konkurrensfördelar; god tillgång på mark till ett jämförelsevis lågt pris och ett gynnsamt klimat är ett par. Hemmamarknadens starka tillväxt som underlättar för produktutveckling, miljömedvetenhet och vana vid certifiering är fördelar som kan främja exportsatsningar på ekologiska produkter. En modern och effektiv produktion samt ett gott rykte internationellt hos lantbrukarna är ytterligare konkurrensfördelar. Ändå är export av ekologiska produkter en hittills blygsamt utnyttjad möjlighet att främja marknadsutvecklingen av ekologiska livsmedel.

Den svenska produktionen av ekologiska råvaror som inte kan avsättas på den svenska marknaden säljs idag som konventionellt producerade. Det innebär förlorade andelar på merprismarknaden för producenterna. Det är en växelverkan mellan tillgång och efterfrågan, som driver utvecklingen av ekologiska livsmedel och konsumenters efterfrågan är en viktig drivkraft för producenter att våga lägga om till ekologiskt. Men den rådande efterfrågan räcker inte för en mer omfattande ökning av produktionen. Det är viktigt för lantbrukare som ska satsa på en genomgripande omställning av driften att det finns en långsiktig avsettningsgaranti. En offensiv satsning behövs nu både för att matcha den svenska efterfrågan med en högre andel svenskproducerade råvaror – närproducerade ekologiska livsmedel är ett starkt önskemål från svenska ekokonsumenter – och på export.

I Sverige krävs som i andra länder ett engagemang från staten i exportfrämjande satsningar om de ska bli framgångsrika. En ökad export skulle kunna ta vara på både tillfälliga och mer permanenta överskott men också öka insikten internationellt om den höga kvaliteten på ekologiska produkter från svenska gårdar, svensk ekologisk mat och svensk ekoturism. När stöd

till exportsatsningar uteblir innebär det i sig förlorade möjligheter för svensk ekologisk produktion, och när andra länder samtidigt genomför kraftfulla exportsatsningar skapas svårigheter för svensk produktion att hävda sig på den egna inhemska marknaden. Därmed kommer varken miljönyttan eller lönsamheten av den ekologiska konsumtionen Sverige till del. Idag importeras nästan hälften av de livsmedel som säljs som ekologiska. Flera länder ser möjligheter i den ökande svenska efterfrågan och har exportstrategier för den svenska marknaden, exempelvis har Danmark som mål att tredubbla sin export av ekologiskt. Importen till Sverige innebär missade affärsmöjligheter för svenska bönder och för svensk landsbygd och svenska bönder går enligt nya beräkningar miste om stora intäkter.

Ett nytt, kraftfullt och långsiktigt program för främjande av export bör organiseras i samverkan mellan å ena sidan intresserade företag och å andra sidan Organic Sweden, Business Sweden, KRAV och andra parter. Programmet bör vara minst treårigt. Följande insatser bör ingå:

1. Marknadskartläggning:
 - export som sker redan idag av ekologiska livsmedel
 - svenska företag som har vilja och förutsättningar att exportera ekologiska livsmedel
 - prioriterade marknader (antingen enligt redan etablerade prioriteringar eller av de största och mest stabila marknaderna för ekologiska livsmedel idag t ex USA, Tyskland och Danmark)
2. Analys av framgångsfaktorer som kan ge en bra synergi mellan större och mindre företag som redan har eller avser gå in i export.
3. Marknadsföring för att attrahera svenska företag som vill vara med i en exportsatsning
4. Skapande av ett ekologiskt småföretagarprogram. Programmet vänder sig till mindre företag med potential att växa genom export. Företagen erbjuds stöd för att lyckas internationellt från grundläggande exportinformation till konkret sälj- och marknadsstöd på plats i utlandet
5. Deltagande i branschmässan exv Nordic Organic Fair
6. Uppföljning av genomförda insatser, i syfte att attrahera fler svenska företag.

Underlag från: KRAV, Ekologiska Lantbrukarna, LRF, Business Sweden

Samverkan i Organic Sweden

Många starka aktörer i Mat-Sverige har sedan ett par år efterlyst en kraftsamling och ett tätare samarbete kring utvecklingen av hela den ekologiska livsmedel-

skedjan och är också beredda att bidra med resurser för ändamålet. Formen för ett sådant samarbete med utgångspunkt i svenska behov och förutsättningar har diskuterats noggrant och brett inom den ekologiska branschen. Diskussionerna speglar ett behov och en vilja att samarbeta mer för att nå mer synergi och effektivitet i både enskilda och gemensamma strategier och satsningar för eko. Under processen har inspiration och erfarenheter hämtats från Danmark där det sedan mer än tio år finns ett väl fungerande och framgångsrikt samarbete inom den ekologiska branschen och mellan staten och branscherna (Organic Denmark) för att främja en balanserad utveckling av produktion, inhemsk konsumtion och export. En sådan PPP-satsning (public, private, partnership) är högt önskad även i Sverige.

I maj 2014 bildades den ideella organisationen Organic Sweden med syftet att verka för kraftigt ökad försäljning av ekologiska livsmedel i Sverige och genom export, och med etappmålen 20 % ekologisk konsumtion år 2020 och export för 20 miljarder kronor. Medlemskap erbjuds personer som arbetar med ekologiska livsmedel och som med glöd vill samverka för dessa mål och bidra med resurser till detta. Organic Sweden ska vara en plattform för inspiration och samarbete som människor kan utveckla sina företag genom. Det finns mycket att vinna på att arbeta gemensamt med marknadsutvecklande projekt, till exempel informations- och konsumentsatsningar. Det första årsmötet hålls den 25 juni 2014 och föreningen hoppas på att snabbt bli en stark organisation med många medlemmar.

Främjandet ska ske genom säljriktad verksamhet som beslutas och formas av de aktörer som medverkar i respektive aktivitet, ökat utbud av framför allt svenska ekologiska produkter samt ökad kunskap i alla led. Konkreta satsningar på export där svenska företag får hjälp och stöd att göra affärer med sina produkter utanför landet blir ett nytt och spännande arbetsfält med stor potential inom marknadsutvecklingen.

Intresset att delta i uppbyggnaden av ett "eko-Sverige" är stort bland många svenska ledande livsmedelsaktörer och den plattform organisationen erbjuder hela det ekologiska Sverige kommer att få stor betydelse.

Organic Swedens ekonomiska resurser utgörs i första hand av medlemsavgifter, aktörers insatser, projektstöd från ingående aktörer, försäljning av tjänster, deltagaravgifter i seminarier m m. Förutom medlemmars och samarbetspartners bidrag i form av både mänskliga och ekonomiska resurser verkar Organic Sweden för ett ökat politiskt stöd av den ekologiska utvecklingen. Lika naturligt som att en konstruktiv dialog upprättas med riksdag och regering är det att även ett ekonomiskt stöd från statskassan avsätts för delar av verksamheten.

Underlag från ett 40-tal aktörer genom Organic Swedens interrimsstyrelse (Maria Dirke, Johan Ununger, Mikael Robertsson, Lars Nellmer, Anders Heimer, Inger Källander)

7 Eko dubbelt upp!

I HELA LIVSMEDELSKEDJAN ökar otåligheten över att utvecklingen när det gäller ekologiska livsmedel går för sakta. I ett längre perspektiv har det hänt mycket. Idag är utbudet av ekologiska livsmedel stort. Det handlar inte längre om exklusiva nischprodukter utan om ett stort flöde av produkter. Men utvecklingen borde gå ännu snabbare, det gör den i andra länder. En gång låg Sverige i täten, men det gör vi inte längre, tillväxten har bromsat upp.

Det behövs ett mer samlat agerande från hela det ekologiska livsmedelsklustret och det behövs tydliga och pådrivande politiska beslut. I ett Sverige som medvetet och ambitiöst strävar efter ökad hållbarhet i alla avseenden är en fortsatt god utveckling av ekologisk produktion och konsumtion av största betydelse. Tillsammans kan vi skapa en sådan utveckling.

Samling ger eko!

Bilaga 1

Om Ekologiskt Forum

Ekologiskt Forum, som bildades 2002, är ett oberoende och politiskt obundet nätverk som bedrivs som en projektverksamhet hos Stockholm Environment Institute. Verksamheten ska bidra till en bred samverkan mellan aktörer för att öka kunskaperna och diskussionen om ekologiskt lantbruk och ekologisk mat i samhället samt främja utvecklingen av ekologisk konsumtion och produktion.

Ekologiskt Forums verksamhet ska gynna en konstruktiv utveckling i livsmedelsproduktionens viktigaste framtidsfrågor där ekologisk produktion ses som ett innovationssystem som bidrar med kunskaper och metoder som är värdefulla för hela lantbrukets hållbara utveckling. Verksamheten ska också bidra till en positiv dynamik mellan det konventionella och det ekologiska lantbruket. Projektet belyser frågor om villkoren på kort och lång sikt för produktionen, forsknings-, utbildnings- och utvecklingsinsatser kring ekologiskt lantbruk och hela livsmedelskedjan samt likheter och skillnader i förhållande till konventionellt lantbruk.

Ekologiskt Forum arrangerar seminarier, konferenser och workshops där aktuella frågor diskuteras och förslag till strategier och åtgärder läggs fram och sprids. I aktiviteterna eftersträvas ett brett deltagande från hela sektorn. Såväl marknadsaktörer (detaljhandel, grossist, livsmedelsindustri, restaurang och storhushåll), som myndigheter och departement, forskning, organisationer och enskilda personer (lantbrukare, konsumenter m fl) bjuds in.

Ekologiskt Forum har en enkel organisationsform. Verksamheten bedrivs i projektform och varje projekt genomförs av en för ändamålet särskilt utsedd arbetsgrupp. Ekologiskt Forum leds på ett övergripande plan av en *styrgrupp* sammansatt av personer från hela livsmedelskedjan. Styrgruppen beslutar om verksamhetens inriktning och innehåll inom de ekonomiska och andra ramar som givits projektet. Styrgruppen beslutar också om budgeten samt följer upp den och den ekonomiska redovisningen i övrigt.

Styrgruppen består av: Ekologiska Lantbrukarna, KRAV, Saltå Kvarn, Naturskyddsföreningen och Svensk Dagligvaruhandel.

På det övergripande planet finns också en *referensgrupp*, med företrädare för olika delar av det ekolo-

giska klustret. Referensgruppen har ingen formell beslutanderätt i Ekologiskt Forum men referensgruppens medverkan ger Ekologiskt Forum kunskaper och kompetens, som behövs i de olika projekten och ökar Ekologiskt Forums kontaktyta. Gruppen är därmed viktig för förankringen av Ekologiskt Forums verksamhet.

Referensgruppen består av: SEI, Jordbruksverket, EPOK på SLU, Arla, LRF, Sveriges Kommuner och Landsting, Vi Konsumenter, Medveten Konsumtion, Konsumentföreningen Stockholm och Konsument Göteborg

Ekologiskt Forums arbetsprocess i projektet Samling ger eko!

Arbetet med detta dokument har pågått sedan 2011 och tar sin utgångspunkt *dels* i arbetet med tidigare aktionsplaner och den strategi som Ekologiskt Forum utarbetade för perioden 2011-2013 och *dels* i ett antal aktörers önskemål. Dokumentet har formulerats utifrån förslag och synpunkter från workshops och seminarier (oktober 2012, april och juni 2013), Ekologiskt Forums årsmöte, en studieresa till Organic Denmark i maj 2013 samt vid ett tjugotal dialogsamtal med enskilda aktörer.

Arbetet har skett i tre olika grupperingar inom forumet:

- Ekologiskt Forum bildade 2011 en arbetsgrupp för projektet "Samling ger eko". Arbetsgruppen har sammanfattat resultatet i denna rapport. I arbetsgruppen ingick företrädare för Ekologiska Lantbrukarna, Naturskyddsföreningen, Västra Götalandregionen, Göteborg Stad, Malmö Stad, GroLink samt Ekologiskt Forums projektledare.
- Ekologiskt Forums styrgrupp har initierat och nära följt processen och fattat de övergripande besluten under arbetets gång. Styrgruppen har analyserat utfallet av olika aktiviteter, kommit med förslag och fattat de slutgiltiga besluten kring förslagen som framförs i dokumentet.
- Ekologiskt Forums referensgrupp har följt processen på nära håll och bidragit med erfarenheter, faktauppgifter och synpunkter på materialet.