

NNN
LANDSMØTE
2021

Bærekraftig matproduksjon

Utfordringer for næringsmiddelindustrien



Forord

Klima- og miljøutfordringene står øverst på den politiske dagsorden. Det grønne skiftet vil påvirke arbeidslivet, vil ha betydning for ansatte, ledere, eiere og partssamarbeidet – fra trepartssamarbeidet sentralt ned til dialogen mellom ledere og tillitsvalgte ute i virksomhetene.

Ulike bransjer vil møte det grønne skiftet på ulike måter, men for de fleste vil utfordringene være store. Det gjelder også næringsmiddelindustrien, som er fastlands-Norges største, og som sysselsetter om lag 50 000 arbeidstakere.

Denne industrien står i en særstilling fordi vi uansett må ha mat og drikke. En mer klima- og miljøvennlig matproduksjon er et svært komplisert tema. I EUs nye strategi for å fremme et rettferdig, sunt og miljøvennlig matvaresystem («From farm to fork») settes det konkrete mål for reduksjon av plantevernmidler, kunstgjødsel og antibiotika innen 2030. Strategien omfatter videre økologisk produksjon, matmerking, dyrevelferd, forsyningsikkerhet, konkurranseforhold i matvarekjeden, skatteinsentiver og matavfall. Fiskeri og akvakultur er også en del av planen. Vi kan legge til kulturlandskap, distriktspolitikk, kompetanse og arbeidskraftstrategier og arbeidsinnvandring. Behovet for kompetanse er utvilsomt stort.

Hvilke utfordringer møter så næringsmiddelindustrien i Norge i årene som kommer? NNN setter bærekraftig mat på dagsorden på sitt landsmøte høsten 2021. I den forbindelse fikk Fafo i oppdrag å samle inn bidrag fra ulike aktører og formidle deres synspunkter på hva industrien står overfor.

Resultatet er dette heftet. Det består av 15 intervjuer, og det er Fafo som har valgt ut de ulike aktørene, fra forskning, industrien, matvarekjedene, politikere, partene og andre organisasjoner. Prosjektet startet i januar 2020, men fordi Koronapandemien førte til utsettelse av NNNs landsmøte, ble også arbeidet med heftet forsinket. Dette har ført til at aktørene er intervjuet på noe forskjellig tidspunkt, men de ble alle tilbudt å «oppdatere» sine intervjuer. Intervjuer med politikerne ble gjennomført rett før heftet gikk i trykken.

Heftet kan med fordel kombineres med å se filmen «Bærekraftig matproduksjon» som også ble laget til NNNs landsmøte. Foruten intervjuene inneholder heftet faktainformasjon som utdyper den informasjonen som kommer frem i filmen. Referanser finnes bakerst i heftet.

Takk til NNN for et interessant og lærerikt oppdrag, takk til Gjerholm for et lekkert design, men først og fremst: takk til alle som var villig til å la seg intervjuet og bidra med sin verdifulle kunnskap.

Fafo, desember 2021

Inger Marie Hagen
Anne Mette Ødegård



Innhold

Forskerne svarer	8
Bob van Oort, Cicero	9
Annechen Bahr Bugge, Sifo	11
Aina Stensgård, Norsus	13
Partene svarer	16
Anne Berit Aker Hansen, NNN	18
Henrik Stenwig, Sjømat Norge	19
Terje Sletnes, NHO Mat og drikke	21
Industrien svarer	26
Johanne Kjuust, Orkla Foods Norge	27
Bjørn Malm, Tine	29
Johanna Ellefsen Rostad, Ringnes	31
Matvarekjedene svarer	34
Kaia Andresen, REMA 1000	35
Signe Bunkholt Sæter, Norgesgruppen	37
Organisasjonene svarer	40
Ingrid Kleiva Møller, Framtiden i våre hender	41
John Petter Løvstad, Norsk Bonde- og Småbrukarlag	43
Politikerne svarer	48
Bjørnar Skjæran, Arbeiderpartiet	49
Sandra Borch, Senterpartiet	51
Om bidragsyterne	54
Referanser faktaark	55



**Tre prosent
av Norges landareal
er dyrket mark**

**90 prosent
brukes til å dyrke
dyrefôr**

Et karrig land

Lokale klimaendringer vil ha stor betydning for verdens matproduksjon. Studier viser at endringene blir mindre i nord og at nordisk matproduksjon derfor blir viktigere. Dette gjør det – også i en global sammenheng – stadig viktigere å ta vare på produksjonsgrunnlaget i Norge.

- 3 prosent av Norges landareal er dyrket mark.
- 90 prosent av jordbruksarealet brukes til å dyrke dyrefor.
- 30 prosent av den dyrka marka egner seg til matkorn.
- 3 prosent av dyrka landareal brukes til frukt, bær, potet- og grønnsaksproduksjon.
- 40 prosent av Norges landareal er skog.

Det totale jordbruksarealet i Norge har økt de siste 25 årene, men den beste jorda – hvor vi kan produsere korn, poteter og grønnsaker – er blitt redusert fordi det er blitt mer innmarksbeite, fordi man har omdisponert eller tatt jordbruksland ut av drift.

Mesteparten av det ubenyttede dyrkbare arealet kan bare brukes til å dyrke gress og korn til dyrefôr.



Ta bedre vare på matjorda!

Jorder kan brukes til mer enn gress!

Forskningsinstituttet Cicero er en viktig premissleverandør i norsk miljødebatt, og har om lag 75 ansatte fra flere fagområder.

Bob van Oort er biolog og har jobbet mye med mat og klima. Han leder nå et nytt prosjekt om bærekraftig matproduksjon.

– Gjennom ulike metoder og eksperimenter skal prosjektet VOM (virkemidler for omstilling av matssystemet) studere hvordan vi kan få til et skifte mot en mer bærekraftig matproduksjon med lave utslipp, sier van Oort. Det skal blant annet skje gjennom å introdusere nye måter for dialog og samhandling mellom produsenter, forhandlere og finansieringsaktører. I tillegg settes søkelyset på plantebasert matproduksjon og innovasjoner. Ved siden av klima, er også biomangfold og økonomiske effekter del av prosjektet.

Mer politikk

Van Oort etterlyser mer systematisk politisk arbeid: – Det er lite felles politikk. Mat går på tvers av en rekke politikkområder – landbruk, klima, helse, økonomi, miljø – politikkområder som har ulike hovedmål og prioriteter. Videre er det mange synspunkter på bærekraft. Det finnes ikke noe konsensus om hva slags matsystem vi kan og ønsker å ha.

Hvordan kan vi få til en sammenhengende matpolitikk hvor vi kan enes om mål, prioriteter og rammer? – Produksjon av mat bidrar til en stor del av de globale klimagassutslippene – et sted mellom 21–37 prosent. Kjøttproduksjon går på bekostning av store landarealer, mye ferskvann og fører til tap av biologisk

mangfold. Av alle pattedyr på jorda er nå bare 4 prosent ville dyr, 60 prosent er husdyr og 36 prosent mennesker, sier van Oort og fortsetter:

– Det finnes selvsagt flere andre faktorer enn klimagasser å ta hensyn til, som lokalsamfunn, sysselsetting, kulturlandskap, helse og tradisjoner. Der hvor bærekraftig utvikling for faktorene peker i forskjellige retninger, blir det vanskelig. Faktorene virker også ulikt. Noen har en korttids- og lokal effekt, mens andre påvirker mange mennesker og områder globalt og over lang tid. Også risikonivået er ulikt. Nøyaktig hvordan disse typer bærekraft da skal vektas opp mot hverandre det har ikke jeg noe godt svar på. Det er en prioriteringssak, og prioriteringene vil variere avhengig av hvem du spør.

Det er likevel ingen tvil om at vi må spise mindre kjøtt. Produksjon av rødt kjøtt har så høyt utslipp at selv en kortreist indrefilet vil ha en høyere klimapåvirkning enn en importert avokado, ifølge van Oort.

– Skal vi begrense oppvarmingen til 1,5–2 grader, holder det ikke å spise mer grønnsaker. Kjøttproduksjon og -konsum må ned, i tillegg til tiltak som begrenser utslippene fra dyrene.

Store muligheter

Men van Oort er opptatt av at vi også må få frem mulighetene; – Med de rette støtteordningene kan vi utvikle mye nytt – havremelk av norsk havre, satse på belgfrukter og ikke minst, vi trenger en diskusjon om hva gressarealer kan brukes til. Vi har veldig mye gress i Norge, men kjøttproduksjon



Bob van Oort

Biolog og klimaforsker, Cicero

// Vi MÅ spise. Det store spørsmålet er dermed om det finnes alternativer til 'high-impact'-maten?

trenger ikke være det eneste vi bruker gressletter til. Veksthus kan i teorien settes opp overalt, og med ny teknologi har utslippene fra veksthusene gått kraftig ned. Helårsproduksjon av tomater og agurker er aktuelt, også i Norge. Det ligger et stort potensial i den teknologiske utviklingen her hvis vi klarer å tenke nytt og ikke binde oss opp i at i Norge kan vi bare drive kjøttproduksjon på mesteparten av det arealet vi har til rådighet. Ved å øke potensialet for å dyrke plantemat kan vi øke produksjon på det vi er lite selvforsynte av, og dermed kan vi følge kostrådene om sunn mat med en større andel norsk mat. Veksthus gir også mulighet til å dyrke utenfor sesongene – dette vil bidra til økt selvforsyning, det er god klimatilpasning og dessuten blir produksjonen mindre klimautsatt enn utendørsproduksjon. Men det må være lønnsomhet, økonomien må på plass for å kunne utvikle dette videre. Vi trenger en risikofordeling for å utvikle ulike typer produksjon. Systemer for økonomisk beskyttelse av produsentene er viktig, understreker van Oort.

– Vi har sett store strukturendringer i landbruket: mye areal går ut av drift, vi ser nedbygging av matjord og det er dårlig lønnsomhet. Landbrukspolitikken er vinklet inn mot forbedringer, som er bra, men ikke nok: det er omstilling vi trenger. Men dette kan ikke være opp til den enkelte bonde, rammebetingelsene må på plass.

Her kan også matindustrien bidra mener van Oort. – Det må lages et marked for de omstilte bøndene, utvikle nye produkter som forbrukerne vi ha. Næringen kan jo til en viss grad styre forbrukernes valg gjennom å endre utvalget. Det er nok slik at noen arbeidsplasser vil forsvinne, men samtidig vil det komme nye hvis man tar i bruk de mulighetene som en ekte omstilling vil gi. Men da må vi også passe på de folka som driver med matproduksjon nå, det er mulig med et rettferdig grønt skifte.

Van Oort peker også på behovet for mer kunnskap som kan hjelpe forbrukeren å ta de riktige valgene:

– Avokado er ingen erstatning for pinnekjøtt, hvis det er pinnekjøtt du vil ha. Og det handler ikke om å legge om juletradisjoner eller slik. Det å vite hvor store utslipp som er forbundet med forskjellige typer matproduksjon kan hjelpe oss med å ta klimasmarte valg i dagliglivet. Vi vet at kjøttproduksjon har høyere klimagassutslipp enn grønnsaker, uansett hvor nært eller langt unna tallerkenen din det produseres, sier van Oort og kommer med en klar oppfordring:

– Bildet er komplisert og nyansert. Forbrukerne skal ikke tenke på de nøyaktige utslippstallene på ulike varer. Det som er viktig er de store trekkene, som at kjøttproduksjon har mye større utslipp enn grønnsaker.

Kompliserte spisevaner

Annechen Bahr Bugge er forsker på Forbruksforskningsinstituttet SIFO på Oslo Met. Bugge har studert mat og spisevaner i en årrekke, og i 2019 publiserte hun boken «Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere» som er den eneste større gjennomgangen av norske spisevaner fra 1500-tallet til vår tid.

– Den viktigste målsettingen i EUs nye strategi «From farm to fork», er at hvert land skal basere mer av sin matproduksjon på det enkelte lands ressurser. Når vi snakker om hva vi skal produsere framover og hva nordmenn skal spise, så må vi ta i betraktning hva det er vi kan produsere i dette landet. Vi kan godt si at vi skal ha en betydelig reduksjon i forbruket av kjøtt, meierivarer og egg, men hvilke konsekvenser har det for bruk av utmarksressursene, for biologisk mangfold, for kulturlandskap, for norske arbeidsplasser? For bygder og lokalsamfunn eller for matjord og andre land forsyningssituasjon? Rødt kjøtt stemples som «klimaversting», men både kjøtt, melk, skinn og ull er viktige i utnyttelse av utmarksbeite, biologisk mangfold, åpne landskap og mattradisjoner, sier Annechen Bahr Bugge.

Bugge minner om at FNs bærekraftsmål også handler om anstendig arbeid, og at tradisjoner og kultur skal ivaretas. Det er mye som skal med om vi skal ha et godt grønt skifte

Hun understreker at vi har mye å lære av historien: – Våre formødre og forfedre, snakk om bærekraft og innovasjon! Dagens enorme fokus på frisk og fersk mat fører til masse matsvinn. Før kastet man ingenting og man brukte hele dyret. Folk forholdt seg til de korte sesongene og det handlet om at maten skulle vare lengst mulig, ved hjelp av tørking, røyking, fermentering, alt det som fikk maten til å vare.

Bugge forteller at vi på 1950-tallet i snitt spiste 76 kg potet og 31 kg kjøtt. I dag er vi nede i 22 kg potet og 54 kg kjøtt. Før hadde vi fire poteter og et lite stykke kjøtt på tallerkenen. Som hun litt lakonisk kommenterer: – Potet og gulrot regnes nesten ikke som vegetarisk nå, det er alle kjøtterstatningsproduktene som gjelder. To av ti sier de har kjøttfrie dager i uken. Kjøttfri, det er et rart begrep, sier Bugge og minner om at på 1950-tallet var jo mange av ukens dager kjøttfrie.

Men hva med ungdommen, vi hører jo så mye om vegetarmat på fremmarsj?
– Nordmenn er glad i kjøtt, det er bare 3 prosent som sier at de er vegetarianere. Å tro på for eksempel på EAT-dietten – 29 gram kjøtt per dag – det er helt urealistisk. Om vi ser på hva ulike befolkningsgrupper faktisk gjør – så er det ungdommen som spiser mest kjøtt. Ungdommen kaster også mer mat. Den gruppen som roper høyest er altså de som har de minst bærekraftige vanene. De eldre har et langt høyere forbruk av potet, kål og sild. Yngre har et langt høyere forbruk av storfekjøtt og hvitt kjøtt – særlig gjelder det biff og kjøttdeig.

Det er stor interesse for gamle matretter og norske tradisjoner for tiden, også blant unge mennesker.

– Vi har lenge sett en økende interesse for norsk produsert mat og tradisjonsretter. Slik var det ikke på midten av 1990-tallet. Mange ser på Arne Brimi som starten på det som kalles den norske kjøkkenrevolusjonen. Interessen har fått et ytterligere oppsving etter Covid-19. To av tre sier at de legger mer vekt på at maten de kjøper er produsert i Norge etter pandemien. De fleste ønsker at norsk kjøtt, melk, meieri, fisk, sjømatproduksjon skal opprettholdes eller økes. Og tilliten til norsk matproduksjon er høy.



Annechen Bahr Bugge

Sosiolog (dr.polit) og forsker, Sifo

“ Om man bare ser seg blindt på kjøttet blir det for endimensjonalt, dette er en veldig kompleks problemstilling.

Nye matvaner

Bugge framhever at forbrukerne er opptatt av autentisk, ekte, naturlig og et høyt innhold av råvarene: Dette er viktig kunnskap for industrien – så hvis man klarer å produsere gode produkter – så har det en framtid. Industrien må bli flinkere til å fremsnakke at de bruker alt – hele fisken, hele kua – det blir jo for eksempel mye mer svinn om du renser fisken selv på kjøkkenbenken enn om de gjør det på fabrikken. Vi må utnytte de ressursene vi har i Norge mye bedre. Det er mange spennende muligheter, det må industrialiseres og komme frem til forbrukerne.

– Våre undersøkelser viser at norsk mat har fått veldig økende kulturell status, det handler også om tillit – det er lite medisinbruk i husdyrholdet, lite sprøytemidler, god dyrevelferd. Jeg tror koronasituasjon har skapt mer takknemlighet hos forbrukerne overfor de som bidrar til skaffe oss mat – slakteriarbeidere, lagerarbeidere, transport, butikk – vi har fått synliggjort hvor viktige de er for den gjengse forbruker. Det er masse muligheter her.

Pris er komplisert

Bugge kommer også med et stikk til matvarekjedene: – Jeg er ganske kritisk til kjedenes fokus på pris – på 1950-tallet brukte vi 40 prosent av inntekten til mat, nå er det 11 prosent. Jeg tenker at hvis vi skal lykkes med å nå bærekraftmålene må vi tenke annerledes om mat – mer nøysomhet, takknemlighet og ærbødighet.

– I arbeidet med historien slo det meg at jeg aldri har vært ordentlig sulten. En pensjonist fortalte at et av hans beste barndomsminner var da han fikk en halv banan av bestefaren på julaften 1955. Bananer var fortsatt rasjonert og mangelvare etter krigen. Vi kan jo bare forestille oss hva man hadde sagt den gangen – hvis de fikk høre at vi 60–70 år senere – i henhold til statistikken kaster noe slikt som 60 000 bananer hvert døgn.

Nå driver vi rovdrift på dyrene, på bonden, på produksjonsarbeideren – den billige maten kan bli ganske dyr til slutt.

Tid er den sterkeste driveren

– Det er umulig å peke ut hva som er den største utfordringen for matindustrien. Miljøproblemene er veldig forskjellige for ulike produkter, sier Aina Stensgård, som er forskningsleder ved Norus (Norsk institutt for bærekraftsforskning) og ekspert på matsvinn.

I likhet med de andre forskerne som er blitt intervjuet peker Aina Stensgård på at vi står overfor kompliserte spørsmål.

– Det er for komplekst til å peke på én utfordring. Matsvinn er helt klart viktig, det samme er kunstgjødsel og metanutslipp fra kyr. Kjøtt gir klimautfordringer, men det er mange problemområder knyttet til matproduksjon – bruk av vannressursene og plastforsøpling er bare noen eksempler. Plast binder CO², men vi vil jo ikke ha plast ute i naturen, plastemballasje kan være bra for klima, men galt for naturen. Men, sier hun, enkelte områder kan løftes fram og matsvinn er et område som alle kan jobbe med, det er en universell utfordring.

Forskningslederen har fulgt industrien tett og fakta kommer trillende: – Når vi inkluderer alle kartlagte verdikjedeledd har vi beregnet at det ble kastet minst 417 000 tonn spiselig mat i Norge. Dette tilsvarer ca. 78 kg per innbygger per år, et økonomisk tap på ca. 20,7 milliarder kroner og 1,26 millioner tonn CO₂-ekvivalenter per år. For husholdningsleddet er det måltidsrester og bakerverer som i størst grad blir kastet, hos grossistene er det frisk frukt og grønnsaker og i dagligvarehandelen ferske bakerverer og frisk frukt og grønnsaker som utgjør store deler av matsvinnet. I matindustrien er svinnet i større grad fordelt mellom ulike varegrupper, men her er drikkevarer, kjøtt

og frukt og grønnsaker store varegrupper. Norge har forpliktet seg til å oppfylle FNs bærekraftsmål, og et av disse målene er å halvere matsvinnet innen 2030.

Juni 2017 signerte norske myndigheter og en samlet matbransje en bransjeavtale med denne målsettingen. Ifølge avtalen skal halveringen oppnås ved 15 prosents reduksjon i 2020 og 30 prosents reduksjon i 2025. 2015 er referanseåret som legges til grunn for målsetningen i denne avtalen. Avtalepartene fra matbransjen er også forpliktet til å bidra til å kartlegge omfang og sammensetning av eget matsvinn og rapportere dette årlig.

Matsvinn?

Men hva er egentlig matsvinn? Forskeren forklarer: – Matsvinn omfatter alle nyttbare deler av mat produsert for mennesker, men som enten kastes eller tas ut av matkjeden til andre formål enn menneskeføde, fra tidspunktet når dyr og planter er slaktet eller høstet.

Omtrent halvparten av matsvinnet er det husholdningene som står for, som Stensgård sier: – Mange tror at det er butikkene og serveringsstedene som er verstingene, det er det ikke. Vi glemmer også hva vi kaster, den halve brødiskiva, restene på tallerken, en muggen tomat.

Stensgård mener at industrien allerede har gjort en stor innsats: – Industrien jobber mye for å øke holdbarheten, noe som koster penger. Rent økonomisk er det ingen fordel for industrien at forbrukerne slutter å kaste mat. Tidligere var industrien mest opptatt av å selge mest mulig, men miljøhensyn har blitt et viktig forbrukerpoeng.



Aina Stensgård
Forskningsleder, Norsus

// Å minimere fotavtrykket til emballasjen går gjerne på bekostning av funksjonalitet som kan redusere svinnet – matindustrien jobber mye med denne utfordringen.

Forbrukerne er flinke til å gjennomskue industrien. Færre leverandører kjører derfor for eksempel '3 for 2'. Forbrukeren skal ikke kjøpe mer enn hen trenger. Det er også blitt et økt press på leverandørene når det gjelder størrelsen – eller mengde mat i på pakkene. Det er blitt et «være – ikke være» for matindustrien, du får fort forbrukerkritikk hvis du ikke tar miljø på alvor.

Hovedårsakene til at matsvinn oppstår i matindustrien er råvare- og ferdigvarekvalitet. Her er det snakk om kvalitetskrav senere i verdikjeden. For industrien er det mer krevende å håndtere dette matsvinnet, her er det forbrukerne og ikke industrien som har kontrollen. Svinn som er forårsaket av produksjonsfeil o.l., er lettere å for industrien å gjøre noe med.

Koblingen mellom industriens eget ansvar og resten av matvarekjeden er særlig tydelig når det gjelder emballasje. – Emballasjen skal både virke og minimeres. God emballasje sørger for trygg transport fram til butikken. Og matindustrien ligger langt fremme når det gjelder å minimere emballasjen sammenlignet med for eksempel klær eller elektronikk. Matindustrien blir virkelig pusha på dette. Det er her de store volumene er, noe som gir industrien en viktig rolle, sier Stensgård

Matsvinn på kjøkkenet

Hva vet vi så om matsvinn hjemme på kjøkkenet? – Det aller viktigste for forbrukeren er tilgjengelig tid. Tid er med andre ord den sterkeste driveren. Barnefamilier med dårlig tid kaster mest.

– Tidsbruk virker også som motivasjon for å ta vare på maten. Altså, hvis du har investert mye tid i maten, har du lagd den fra bunnen av, så kaster du den ikke så lett. I tillegg kommer en generasjonseffekt. De såkalte baby boomerne – generasjonen oppvokst rett etter krigen kaster betydelig mindre mat enn andre. Det tyder på ulike holdninger til mat, at noen har mer respekt for maten enn andre, sier Stensgård.

Hun tror også at det faktum at vi bruker en historisk lav andel av inntekten vår på mat bidrar til at vi kaster mer mat. Stensgård viser samtidig til at det er viktig å koble pris sammen med sosiale forskjeller. Vi kan ikke bare øke prisen på mat for å forhindre matsvinn, det vil gå utover folk med dårligere råd.

Koronapandemien har gjort norsk mat viktigere mener forskeren. Vi har sett at vi må klare oss selv og støtte hverandre. Det har nok gitt økt oppslutning om norsk og særlig lokalprodusert mat.



**25 prosent
av verdens klima-
utslipp kan kobles
til matproduksjon**

**Matindustrien
står for 18 prosent
av dette**

FAKTAARK

Miljøbelastning fra matproduksjonen - globale utfordringer

26 prosent av klimagassutslippene i verden kan knyttes til mat og matproduksjon. Det omfatter utslipp knyttet til produksjon av innsatsfaktorer (gjødsel, sprøytemidler og dyrefôr), fra selve landbruket, fra prosessering, transport og distribusjon av mat, og fra energibruk for eksempel til kjøling og lagring.

Klimagassutslippene fra verdens matproduksjon fordeler seg slik:

- 30 prosent stammer fra husdyrhold og fiskerier
- 6 prosent fra produksjon av dyrefôr
- 21 prosent fra plantebasert menneskemat
- 8 prosent skyldes arealbruk til menneskemat
- 16 prosent skyldes arealbruk husdyr
- 18 prosent fra forsyningskjeden for mat

De 18 prosentene utslippene fra forsyningskjeden fordeler seg slik:

- 17 prosent fra butikkdrift
- 28 prosent fra emballasje
- 33 prosent fra transport
- 22 prosent fra prosessering



Spis norsk mat!

Bærekraft er et vanskelig tema

Klima ble en stor sak i valgkampen i 2021 og NNN står midt i stormen knyttet til hva slags mat vi skal spise i framtiden. Men NNNs leder, Anne Berit Aker Hansen, tror ikke at hennes medlemmer lider av kjøttskam:

– Nei, jeg tror heller at medlemmene har kjøttstolthet. De som produserer norsk mat er stolte av jobben sin, jeg tror de synes det er urettferdig når man unyansert peker på kjøtt som et klimaproblem. Men, det er klart, bærekraft er et svært komplisert tema. Diskusjonen må bli mer kunnskapsbasert. Jeg lar meg provosere av mangel på kritiske spørsmål når enkelte bastant hevder at mye av klimaløsningen er at vi skal spise mye mindre kjøtt. Hva betyr dette for matproduksjonen, hva er forskjellen på ulike kjøttsorter og produksjonsmåter? Vi trenger kritiske spørsmål for å få en god debatt. Selv om det er nødvendig at vi skal spise mindre kjøtt, så ER det jo mange nyanser. Det er et stort kunnskapsbehov – det gjelder alle parter og også oss i NNN.

– Det må også bli lettere for kundene å velge riktig. Merking er viktig for å få forbrukerne til å kjøpe mer norsk mat. Mange undersøkelser viser stor interesse for norsk mat, og ikke minst lokal mat, da må merkingen være god og troverdig. Men Aker Hansen er langt fra fornøyd med NNNs rolle i dette arbeidet: – Vi har et godt samarbeid med aktørene bak merket «Nyt Norge», men når det gjelder de andre merkeordningene er ikke NNN blitt invitert inn i arbeidet, noe som er svært uheldig. Vi er opptatt av å sikre at også sosial bærekraft må omfattes av merkeordningene. Rettferdig omstilling vil alltid stå i sentrum for NNN.

Økt interesse for norsk mat og lokal mat er et godt utgangspunkt for en mer bærekraftig matproduksjon.

Men, lokal mat og matindustri nevnes sjelden i samme setning. Hvordan kan interessen utnyttes av matindustrien?

– Mye mat blir allerede produsert i Norge, men det er ingen tvil om at det bør produseres mer i Norge og at norske råvarer må få en større plass, svarer Aker Hansen.

– Lokal mat er jo ikke bare én ting – de store aktørene – som Orkla eller Tine – bearbeider jo i stor grad lokal mat. Samtidig er det viktig å se på sammenhengene her. Det er klart, noen lokale spesialiteter vil det sjelden lønne seg å lage industri av. Samtidig vil lokalmatprodusentene trenge fagfolk, de trenger meierister og pølse-makere. Fagutdanning er kjempeviktig, og den foregår primært hos de store aktørene. Jeg ser ingen motsetning mellom store og små her, tvert imot – her er vi avhengig av hverandre; de små plukker opp trender og er en viktig inspirasjonskilde, de store utdanner fagfolkene og utvikle produkter for masseproduksjon.

Er det mulig å få til en overgang til mer klimavennlig matproduksjon uten at prisene øker? Her er det mange utfordringer påpeker Aker Hansen: – Det er jo et spørsmål om hvordan verdiskapingen fordeles. Skal vi klare å øke lønningene i hele produksjonskjeden, få hele faste stillinger og gi sesongarbeiderne skikkelig vilkår blir det dyrere å produsere mat i Norge. Det er en stor utfordring for oss i NNN og kan øke faren for at arbeidsplasser forsvinner til utlandet. Jeg tror at løsningen ligger i teknologiutviklingen. Det finnes produksjonsmåter som både er effektive, mer klimavennlige og som gjør arbeidsplassene bedre.



Anne Berit Aker Hansen
Forbundsleder, NNN

// For å produsere mer bærekraftig er vi nødt til å gå løs på de strukturelle forholdene.

Presses lønningene for langt ned mister industrien incentiver for å investere i ny teknologi, det er ikke bra verken for de ansatte eller for miljøet.

Aker Hansen er opptatt av å bygge videre på det partssamarbeidet som har gitt gode resultater i norsk arbeidsliv.

– Norsk industriproduksjon er historien om å stadig ta i bruk ny teknologi og nye produksjonsmetoder, det gjelder også næringsmiddelindustrien. Ny teknologi og økt kompetanse er nøkkelen. Men ny klimasmart teknologi krever investeringer. Noen av de norske mataktørene har definitivt rom for det, mens landbruket og mindre produksjonsbedrifter ofte mangler investeringskapital.

Aker Hansen peker på at det er stor oppslutning blant medlemmene. 70 prosent sier at det er viktig å nå klimamålene.

– Det som er helt sikkert er at de bedriftene som ikke utvikler seg i en mer bærekraftig retning ikke vil overleve. Her er det jo klare fellesinteresser, tillitsvalgte har stor interesse av å være med å utvikle bedriften i riktig retning og å være en pådriver arbeidet.

Men Aker Hansen opplever at NNN og de lokale tillitsvalgte i liten grad inkluderes. Samtidig har NNN en vei å gå. – Parts-samarbeidet handler nok – både for våre tillitsvalgte og for bedriftsledelsen – først

og fremst om lønns- og arbeidsvilkår.

Å utvide partssamarbeidet til å handle om bærekraftig produksjon er viktig. Men det er mange arbeidsgivere som aldri involverer de tillitsvalgte i utviklingsarbeid. Når vi spør våre medlemmer om de er involvert i strategisk bærekraftsarbeid er svaret nei, i beste fall handler det om søppelsortering og kjøttfri mandag. Og hun fortsetter;

– Vi må bygge på de gode tradisjonene for samarbeid for økt produktivitet som vi har i Norge, det er jo ingen tvil om at vi er i samme båt nå – både eiere, bedriftsledelsen og de ansatte.

Aker Hansen er opptatt av at et rettferdig grønt skifte er et absolutt krav. – Det må være et rettferdig skifte, folk må behandles skikkelig. Da må det også være samarbeid mellom ledelse og tillitsvalgte ute på bedriftene, det samarbeidet er jo en viktig del av vårt demokrati – at man skal være med å påvirke og utvikle sin egen arbeidsplass.

– Jeg her helt klart tilhenger av skrittvis endringer – det er sånn du får med deg folk. Med for radikale endringer skremmer du dem bort. Aker Hansen er ikke redd for at klimaspørsmålet skal utfordre samholdet innad i LO. Det er klart at oppfatningene spriker og at ulike forbund har ulike standpunkt. Men er det noe LO er gode til er det å samordne sprikende oppfatninger og bringe oss fremover.

Vil ha blått taktskifte

– Å redusere forbruket kan være vondt og vanskelig. Det blir utfordrende for den enkelte av oss, og det kan få store konsekvenser for økonomien. Dette kan skape sosial uro, men omfattende tiltak må til, sier Henrik Stenwig i Sjømat Norge.

De siste 20 årene har Stenwig vært i landsforeningen for fiskeri- og havbruksnæringen og leder nå avdelingen for miljø og helse. Sjømat Norge representerer mer enn 800 medlemsbedrifter med omtrent 16 000 ansatte. Et blått taktskifte er noe organisasjonen ser for seg.

HVA ER ET BLÅTT TAKTSKIFTE?

Blått taktskifte er navnet på Sjømat Norges strategi for å doble verdiskapningen i sjømatnæringen innen 2030. Forutsetningen er at næringen løser bærekraftutfordringene og leverer lokale ringvirkninger, samtidig som myndighetene legger forholdene til rette gjennom et hensiktsmessig lov- og regelverk, et fornuftig skatte-regime og internasjonal markedsadgang.

Kilde: Sjømat Norge.

– Sjømatnæringen kan i årene framover bidra med mye mer sunn mat som samtidig har lavt klimaavtrykk, påpeker Stenwig.

Norsk fisk som flys til Kina for bearbeiding og så flys hjem for å havne på middagsbordet, er for de fleste et skrekkenes eksempel på at fisk ikke er en miljøvinner.

– Nei, det er klart. Den fisken har et solid klimaavtrykk. Sjømatnæringen er avhengig av å eksportere store deler av produksjonen. Ett viktig område er å at vi kvitter oss

med fossil energi. I tillegg blir det avgjørende å utvikle metoder for å holde fisken mer holdbar, for eksempel nye frysemetoder som gir minst like gode forbrukermuligheter som fersk fisk. Å frakte med båt er mer klimavennlig enn med fly, sier Henrik Stenwig.

– Et blått taktskifte forutsetter samarbeid, både med myndighetene og fagbevegelsen. Målet må være at arbeidstakerne opplever at en mer miljøvennlig produksjon foregår på en rettferdig måte, påpeker Stenwig. Han savner også en mer koordinert politikk på området, ved at de ulike departementene samhandler på en bedre måte. – Nå er rammebetingelsene våre styrt av «halve regjeringen».

Stenwig påpeker at vi kan redusere fotavtrykket ved å spise mer fisk og mindre rødt kjøtt. Samtidig understreker han at det er komplisert å sammenlikne kjøtt og fisk fordi det varierer hva slags fotavtrykk som settes. Og for forbrukerne er det forvirrende fordi miljøorganisasjonene har ulikt fokus. Han setter sin lit til et arbeid som foregår på EU-nivå. Målet er å få til miljømerking på alle produkter, på linje med bokstavmerkingen på kjøleskap og vaskemaskiner. Da kan det bli lettere for forbrukerne å ta bevisste valg.

Stenwig mener også at det i diskusjonen om kjøtt eller fisk blir feil å utnevne tapere og vinnere, fordi alle må bidra.

Men, samtidig: – Det er rett og slett vanvittige muligheter innenfor sjømatproduksjonen. For det første kan vi hente ut mye mer mat fra havet, og i tillegg kan vi utnytte restråstoffet på en bedre måte. Det siste er viktig i en sirkulærøkonomi.

Stenwig bruker delikatessen tørkede



Henrik Stenwig
Direktør, Sjømat Norge

// Sjømatnæringen kan tilby nordmenn sju måltider per dag. Men den norske befolkningen vil ikke ha sju fiskemåltider per dag. Vi kan dessuten ikke spise oss ut av klimakrisa.

torskehoder som eksempel på bedre ressursutnytting. For noen år tilbake kunne NRK fortelle om stortilt eksport av tørkede fiskehoder til Nigeria. På grunn av varmen er tørrfisk å foretrekke. Og det gjelder ikke bare fiskehoder – også annet avskjær blir tørket og eksportert til det afrikanske landet.

Et annet tema er mer bærekraftig produksjon – for eksempel en produksjon som reduserer transport og rasjonaliserer slaktingen. Slaktebåten Norwegian Gannet henter fisken fra merdene, fisken slaktes om bord og fraktes så til pakkeri i Danmark. Da hopper man over bearbeidingen på land og frakt med trailere på norske vinterveier. Båten skapte store bølger, og virksomheten er omstridt. Ifølge fiskekvalitetsforskriften skal norsk fisk sorteres i land i Norge før den eksporteres. Den forrige regjeringen ga imidlertid dispensasjon fra bestemmelsene i ti år (fram til 2030). Det betyr at fisken kan leveres rett til Danmark, som planlagt.

-Denne båten, som er Norges største lakseslakteri, representerer et kolossalt framskritt miljømessig. Ulempen er selvfølgelig tap av arbeidsplasser på land, understreker Stenwig. Han påpeker at det trengs et godt samarbeid med NNN for at det grønne skiftet skal foregå på en måte som balanserer miljøtiltak med andre hensyn.

– Jeg mener at NNN må utnytte sin posisjon på en bedre måte. Det er for eksempel et stort potensial i samhandling på bedriftene, og jeg synes det generelt er for lite miljøengasjement i fagbevegelsen. Det er enorme omstillinger som skal til. Får vi ikke arbeidstakerne med på laget, så taper vi.

Stenwig er utdannet veterinær, og har skrevet avhandling om muggsopp i fôr. Dette er ikke et aktuelt spørsmål i oppdrettsanleggene, men mykotoksiner (mugg-gifter) kan forekomme også i fiskefôr.

– Det bør legges ned mye energi for å drive mer miljøvennlig. Ikke minst for å erstatte vegetabilsk råvarer som kan brukes i mat med råvarer fra havet – enten høstet eller dyrket. Overgangen til vegetabilsk råvarer var veldig galt, men ble gjort i beste mening. Å bruke landjorden som er overutnyttet, til å dyrke fôr til fisk når bioproduksjonen i havet er like stor som på land er helt feil. Det finnes flere arter i havet som kan brukes i fôrproduksjon. Det er imidlertid behov for kunnskapsutvikling, mer effektiv fangst og at myndighetene fastsetter bærekraftige kvoter. Dette handler også om teknologisk utvikling og kunnskap som kan spres over hele verden. Vi trenger imidlertid støtte fra politisk hold.

Det snakkes for lite om matvareindustrien

– Matvareindustrien trenger å få større plass. I den offentlige debatten hører vi mest om jordbruk og handel. Det snakkes for lite om Norges største fastlandsindustri, sier Terje Sletnes, som er direktør for analyse og politikk i NHO Mat og Drikke.

NHO Mat og Drikke organiserer mer enn 1800 virksomheter med nær 40 000 ansatte innenfor mat- og drikkeproduksjon, skogbruk og tjenesteyting.

Terje Sletnes mener at vi har alle muligheter til å lykkes med en bærekraftig utvikling i Norge. Vi har gode økonomiske ressurser, er i front på ny teknologi og har et velorganisert samfunn.

Sletnes viser til at mat- og drikkenæringen står for 10 prosent av klimautslippene hvis man ser hele verdikjeden under ett. Det er derfor viktig at det settes inn tiltak i hele verdikjeden, ikke minst gjennom bruk av mer bærekraftige innsatsfaktorer. Bytte fra fossile til fornybare energikilder, mer bærekraftig fôr, avl som reduserer biologiske utslipp, reduksjon av matsvinn og god bruk av restråstoffer og plussprodukter, er alle forhold som har stor betydning for det samlede fotavtrykket.

– Omstillingen i industrien til mer bærekraftig produksjon har foregått i lang tid, men det er likevel et stykke igjen. Kravene fra myndighetene vil skjerpes og forbrukerne vil vektlegge bærekraft i større grad. En sentral forutsetning er at virksomhetene har den rette kompetansen til å gjennomføre omstillingen. Her er det all grunn til å gi honnør til NNN, som prioriterer kompetansefeltet høyt og bidrar aktivt til kompetanseutvikling i virksomhetene.

Energiomlegging

Bedriftenes utfasing av fossil energi kan være både krevende og kostbart. Det er 10 000 industribedrifter i ikke-kvotepiktig sektor. Å være i ikke-kvotepiktig sektor innebærer at utslippene ikke er inkludert i EUs marked for handel med utslipp.

Terje Sletnes mener at det er mange spørsmål knyttet til overgangen fra fossil energi for bedrifter som er spredt rundt i hele landet. Hvordan er for eksempel tilgangen til strømmettet og hvem skal bære investeringene ved skifte av energikilder? Det trengs både risikoavlastning og bistand.

– Trolig vil en omlegging kreve nytt utstyr i bedriften, utbygging av nettet og omlegging av produksjonen, sier han.

Siden 1990 har disse bedriftene redusert sine utslipp av CO₂ fra 2,5 millioner tonn til 1 million tonn. I samme tidsrom har mange bedrifter gått over fra olje til gass som industrikilde.

Bærekraftig matproduksjon

Det er stor oppmerksomhet om jordbruk og husdyrhold i diskusjonene om klima og bærekraft. Ifølge SSB er 3,5 prosent av Norges areal jordbruksareal.

– Dette er et svært begrenset areal, og tilsier at vi må bruke de ressursene vi har, ikke minst grasressursene. Å utnytte et lands muligheter til å produsere mat, peker også FN på som svært viktig, sier Terje Sletnes.

På spørsmål om vi må spise mindre rødt kjøtt, så understreker han at vi slett ikke er så langt fra offisielle anbefalinger og at import av kjøtt vil innebære økte utslipp.



Terje Sletnes

Direktør, NHO Mat og drikke

// Vi har alle muligheter til å lykkes med en bærekraftig utvikling i Norge

Bærekraft dreier seg også om kosthold og helse. Det er en nordisk prosess i gang for å utvikle kostholdsråd hvor bærekraftdimensjonen skal tas med. Planen er at denne skal bli ferdig i 2022.

Det er viktige prosesser for mat- og drikkenæringen. For den enkelte forbruker er det vanskelig å vite hva som er et godt og bærekraftig kosthold. – Er det bedre å spise plantebaserte produkter fra tropiske strøk enn norsk kjøtt? Hva skjer hvis ernæring og bærekraft trekker i motsatt retning? Det er kompliserte sammenhenger og vanskelig å orientere seg i dette landskapet. Derfor trenger vi balanserte, forskningsbaserte og nasjonale kostholdsanbefalinger, ifølge Sletnes.

HVA FN SIER OM BÆREKRAFTIG KOSTHOLD.

Kosthold som har lav miljøpåvirkning, som bidrar til mat- og ernærings-sikkerhet og til et sunt liv for nåtid og fremtidige generasjoner.

Bruk av plast er også et høyaktuelt tema. Plast har en rekke egenskaper som gjør det svært egnet til matemballasje. – Men når platen kommer på avveie blir det et stort problem, sier Sletnes.

Det ble i sommer innført et forbud mot enkelte plastprodukter, som følge av et EU-direktiv. Målet er mindre forsøpling. NNN og NHO Mat og Drikke har vært involvert i arbeidet med å redusere bruk av plast, innenfor rammen av samarbeidet mellom LO og NHO.

Sletnes påpeker at diskusjonen om plast ikke er enkel. Redusert bruk av plast kan føre til økt matsvinn og høyere transportkostnader. Det er med andre ord mange hensyn som må veies opp mot hverandre i arbeidet med å få til en mer bærekraftig produksjon.

– Det avgjørende er å få plast inn i et sirkulært løp. Vi har et godt system, men vi må klare å samle inn og gjenvinne mye mer enn vi gjør i dag.



**Halvparten av
grønnsakene dyrkes
i Norge**

FAKTAARK

Sjølforsyning og dekningsgrad

2019: 45 prosent av kaloriinntaket i den norske befolkningen kom fra norsk-produsert mat. Korrigert for importert kraftfor faller andelen til 36 prosent.

Sjølvforsyninggraden går sakte nedover – i 1979 var tallet 49 prosent og i 2019 45 prosent.

Dekningsgrad – eller hvor mye av kaloriene som kunne vært norske hvis vi ikke eksporterte mat (dvs. fisk) – er nesten 90 prosent.

Sjølvforsyningsgrad for utvalgte matvarer:

Matkorn	21 prosent i 2019 – opp fra 13 prosent i 1979
Friske poteter	72 prosent – ned fra 93 prosent i 1979
Grønnsaker	46 prosent – ned fra 72 prosent
Kjøtt	95 prosent – opp fra 92 prosent
Ost	83 prosent – ned fra 97 prosent
Frukt og bær	6 prosent – ned fra 29 prosent

Anslagsvis 90–95 prosent av villbærene etterlates uplukket i Norden hver høst. Ved full utnyttelse av disse ressursene ville bær alene kunne dekke «to (av fem) frukt om dagen» anbefalingen.

Norsk industri basert på frukt, bær og grønnsaker har en årlig omsetning på om lag 6,8 mrd. kr.

Veksthusnæringen har redusert sitt CO₂-utslipp med 58 prosent siden 1999.



**Dyrk mer norsk
frukt og grønt!**



Viktigste klimautslipp
Villfisk:
drivstoff og avkjøling
Oppdrett:
fôrproduksjon

FAKTAARK

Fisk er klimamat

Klimaregnskap: du kan spise 9 kg laks eller 12 kg torsk pr. 1 kg kjøtt.

Når det gjelder villfanget fisk er det drivstoff og avkjøling under fisket som bidrar mest til klimagassutslipp. For oppdrettsfisk er det produksjon av fôret.

Klimaavtrykket til oppdrettslaks har økt de ti siste årene, klimaavtrykket til torskefisket har sunket.

Norsk laks tilsvarende 2,2 millioner flypassasjerer flys ut av Norge hvert år. For ti år siden var den flybårne sjømateksporten fra Norge på 65.000 tonn. Nå er den på 165.000 tonn .



Spis mer fisk!

Vi står ved et skifte nå

Store deler av handlekurven din er sannsynligvis fylt opp med Orklas ulike produkter. Orkla er et av Norges største selskap, med om lag 18.000 ansatte. Johanne Kjuus, bærekraftsjef i Orkla Foods Norge, synes det er vanskelig å finne ut av hva en bærekraftig matproduksjon egentlig er.

– Orkla har satt ambisiøse bærekraftsmål, det handler blant annet om å gjøre fabrikkene våre mer bærekraftige, redusere energi- og vannforbruk og CO2-utslippene. Dette kan være vanskelig å få til, men det er i hvert fall konkret og vi vet hvordan vi gjør det. Men vi skal jo også ha innkjøp av bærekraftige råvarer – fra landbruk og havet – det er den store utfordringen, hva er bærekraftig i et norsk matsystem?

– Jeg tror vi står i et skifte. Hva slags parameter skal man bruke for å snakke om bærekraftig matproduksjon og produkter? Her må alle aktørene – NHO Mat og Drikke, NNN, produsenter og myndigheter – bidra for å komme frem til enighet.

– Akkurat nå er det matindustrien som er i front, men vi er ikke i samlet front. Vi vet at forbrukerne ønsker klimavennlig mat. Så finnes det jo mange forskjellige merkeordninger, men forbrukeren skjønner ikke hva som er hva. Her har NHO Mat og drikke nå gått inn og sagt at de vil ta initiativ til å lede en prosess. Da er det viktig at vi matprodusentene, men også dagligvarekjedene blir med for å sikre et best mulig resultat, og at vi får utarbeidet felles retningslinjer og bransjestandarder.

Kjuus er opptatt av at diskusjonen om framtidens kosthold ikke må ende i skyttergraver:

– Vi vet at forbruker vil ha kjøtterstatninger og da vil vi gi dem det. Samtidig er det

utfordrende å finne balansen mellom å redusere kjøttforbruket og å ha et levende norsk landbruk Vi skal fortsatt ha kjøtt på tallerkenen, men det skal nok ikke lenger være hovedingrediensen. Kjøttprodusentene jobber med produktutvikling, de putter grønnsaker inn i kjøttbollene. Jeg opplever selskapene som mer framoverlente enn organisasjonene. Så er det viktig å få sagt at omstillingen til et mer plantebasert kosthold ikke trenger å gå ut over norske arbeidsplasser. For eksempel bruker vi nå all vår kjøttfaglige kompetanse til å utvikle nye plantebaserte produkter på vår fabrikk på Råbekken. For oss er det viktig at vi produserer i Norge og at vi er en bidragsyter til lokal sysselsetting.

– På kjøtt og meieri er alt norsk, så det er jo greit. Men når vi for eksempel lager Toro tomatsuppe av tørka tomatpulver, så er det ikke norske aktører som kan produsere den kvaliteten som skal til. Selve produksjonen er jo på Arna, og vi kan si at suppa er produsert i Norge, men er jo ikke veldig mye norske råvarer i den. Vi sliter med å ta ut den sterke forbrukerinteressen her, det er positivt at vi produserer i Norge, men den sterke linken til det norske landbruket klarer vi ikke helt å få til. I framtida håper vi jo at vi kan få opp en norsk produksjon – i form av eksempelvis åkervekster eller norske erter – det ville jo være mye, mye bedre enn å importere soya fra Europa. Men det må skje et skifte først, det må større satsinger til, vilje til å satse på det i norsk landbruk. Regjeringens Grøntutvalg sier i sin rapport fra 2020 at det er et stort potensial for mer produksjon av grønt i Norge. – Det er jo noe vi absolutt synes er spennende – i hvert fall hvis vi klarer å lage produkter som forbrukerne vil ha når det gjelder plantebaserte erstatninger til kjøtt.

Mye av debatten dreier seg om kjøtt og kjøttproduksjon – og om forbrukernes



Johanne Kjuus

Bærekraftsjef, Orkla Foods Norge

// Vi har undersøkelser som sier at over halvparten av forbrukerne vil spise mer klimavennlig mat, men ni av ti vet ikke hva som er klimavennlig når de går i butikken.

preferanser. Men vi snakker ikke så mye om «midten» – altså matvareindustrien som jo er bindeleddet mellom råvaren og forbrukerne. Hva tenker du om det?

– Jeg tror vi står ved et skifte. Vi har alltid i utgangspunktet produsert med de billigste råvarene. Nå ser vi at når vi skal jobbe med bærekraftig produksjon og opplever at forbrukerne i størst mulig grad vil ha norskprodusert – da må jo vi gjøre om på ting. Vi må se etter muligheten for å bruke norskproduserte jordbruksvarer – og sette det i system. Vi har jo fått det til i noen sammenhenger, for eksempel på helse når det gjelder sukker og fett. Da gikk helseministeren i front og så har bransjen jobbet sammen for å få dette til. Det samme har vi gjort på matsvinn, med en avtale med myndighetene. Det er behov for at myndighetene tar et større, helhetlig ansvar. Det er en kjempeutfordring at det politiske ansvaret for mat er så fragmentert. Vi har nok alltid tenkt at norsk produksjon er bra, men vi er nødt til å bevise det i større grad. Dette er noe vi samarbeider med Stiftelsen Norsk Mat om.

Kjuus er helt klar på at bransjen har et stort ansvar:

– Vi har en enormt stor innflytelse på forbruker, vi har et ansvar for å hjelpe dem, men samtidig merker vi jo at forbrukerne og organisasjonene er opptatt av at vi skal gjøre noe selv også. At vi også tar en del av kostnadene.

Kjuus har også en hilsen til NNN: – NNN har et godt utgangspunkt for et miljøengasjement ved å få de ansatte med i den omstillingsprosessen vi skal inn i. Det er ikke nødvendigvis dagens arbeidsplasser som skal trygges. Orkla skal investere i Norge i tiden som kommer, men vi skal også gjennom noen store systemendringer. Vi har krav på oss og da må også fagbevegelsen være med. Bærekraftsarbeid er egentlig en langsiktig trygging av arbeidsplasser.

Kjuus har gode erfaringer med å inkludere de ansatte i arbeidet: – På en av fabrikkene bruker vi nå de ansattes kompetanse til å lage plantebaserte produkter. Jeg opplever at de ansatte på våre fabrikker er veldig omstillingsdyktige, er med på nye løsninger og opptatt av bærekraft. De ser jo for eksempel hvor mye som kastes hver dag. De ansatte er jo også forbrukere, de har barn som er engasjert, de får impulser fra mange kanter.

Har kontroll over verdikjeden

– Å produsere melkeprodukter er energikrevende, og vi har en jobb å gjøre med å redusere klimaavtrykkene, sier Bjørn Malm, som er leder for samfunnsansvar i Tine.

Tine har om lag 5300 ansatte og er en samvirkebedrift for mer enn 9000 melkebønder.

– Det er ingen tvil om at det å produsere mat belaster naturen - uansett hvor i verden vi gjør det. Det er ulike utfordringer i ulike bransjer, men for oss – som produserer produkter basert på melk – er utfordringen å utnytte ressursene optimalt i produksjonen. Det er en energiintensiv produksjon og vi må redusere avtrykket av metan og lystgass. Konkret handler det om kua – som produserer gassene – og fôret er veldig viktig her. Vi må også se på hvordan vår virksomhet bidrar i kretsløpet, da handler det blant annet om biomangfold og beitemark.

Her jobbes det langs flere spor fortelle Malm. Produksjonen må forbedres, både hos bøndene og i Tine. I tillegg utvikles det vegetabiliske alternativer til melk.

– Vi må både ha mer bærekraftig produksjon og i tillegg se på hva som legges til grunn når vi bestemmer hva som er bærekraftig. Det er lettere å regne på andre typer investeringer enn investeringer i bærekraft. Sistnevnte kan bli sett på som en ren utgift, en kostnad – da må du overbevise om at jo, det er en investering.

Også Malm er opptatt av at det er utfordrende å definere bærekraft: – Bærekraft handler ikke bare om klimagassutslipp. Det har vært viktig fram til nå, men det blir stadig større oppmerksomhet også om de andre målene. Eksempelvis mener vi jo at utstrakt beiting er viktig i Norge. Det handler både om mang-

fold og karbonbinding i jord. Jeg synes ikke det har nok oppmerksomhet om dette i dag og dermed kommer det heller ikke inn i klimatallene.

Tine produserer produkter laget av melk og med diskusjonen knyttet til rødt kjøtt og kjøttkonsum i bakhodet spør vi om hvordan det er å jobbe med 'den snille delen' av kua?

– Vi er jo avhengig av kua. 50 prosent av kjøttet kommer fra melkekyr og vi kan ikke koble oss fri fra diskusjonene om rødt kjøtt og metangass. Tine kunne fokusert på melk, fått god troverdighet og vist til et godt bærekraftsavtrykk. Men så lenge vi er knytta til kjøtt må vi bidra. Reduserte utslipp fra produksjon av melk og melkeprodukter vil også bidra til at avtrykket fra kjøttet blir bedre. Vi ender på sett og vis med hvordan vi skal hjelpe forbrukerne til å ta de riktige valgene og da må vi ha god bakgrunn for det vi sier.

Samvirke som organisasjonsformen gir Tine kontroll over verdikjeden, noe Malm er opptatt av.

– Vi er en av de få virksomhetene som har kontroll over hele verdikjeden, helt tilbake til kua. Det er en veldig styrke når det gjelder matsikkerhet og bærekraft. Det gir oss helt andre muligheter enn bedrifter som ikke er så tett knytta til verdikjeden.

Også hos Tine er man opptatt av at nordmenn vil ha norsk og lokalprodusert mat, men hvordan lar det seg kombinere med stordrift og effektiv produksjon? – Det kan være vanskelig, svarer Malm og fortsetter: – På de små lokale meieriene er det ikke noe problem å understreke at dette er lokale produkter, norsk lokal ost. I de store – der vi lager Norvegia og Jarlsberg er nettopp



Bjørn Malm
Leder bærekraft, Tine

// Vi har et mål om at vi både skal jobbe med å forbedre oss i Tine, men vi må også ha en diskusjon knyttet til kua og bærekraft.

kontrollen over hele verdikjeden viktig. Kontrollen gir mulighet for å være transparent hele veien, det er det konkurransekraft i.

Malm er opptatt av hvordan arbeidet med bærekraft og konkurransekraft henger sammen: – Det har vært en voldsom utvikling, og det har blitt mye mer oppmerksomhet om temaet både i Tine og hos eierne våre. Hvis vi ikke satser på bærekraft ender det jo med at vi ikke får solgt melken. Det å jobbe målrettet med bærekraft på grunn av konkurransesituasjonen er helt sentralt. Vi er ikke så mye på den der «redde planeten» – heller det at du skal redde gården din. Er vi gode på dette får vi fortsatt solgt melk, og vi kan stå rak i ryggen og selge verdens beste melk.

Eierne – det vil si bøndene – er Tines viktigste samarbeidspartner i arbeidet med bærekraft. – Det viktigste er at vi – kombinasjonen eierne og oss – at vi får det til sammen. Hvis mye skal skje hos eierne, altså enkeltbønder kan det være vanskelig å få til gode initiativer. Det er lettere for oss som er et selskap. Derfor prøver vi å ta større initiativ overfor eierne. Det vil si at vi kan være den samlende kraften, samle satsingen i primærleddet i større grad enn det vi har gjort før. Den viktigste partneren i bærekraftsarbeidet er eierne våre.

Men Malm er også klar på at politikerne må bidra, og at der trengs sterkere koordinering av politikken:

– En større politisk koordinering er en fordel fordi det er så mange forhold som griper inn i hverandre. Om du setter landbruket i midten, så er vi både avhengig av helsemyndighetene, industrien og klima- og miljøkrav. Det er trolig lurt med en egen med matminister som kunne samlet interessene. Før kunne vi lene oss på Landbruksdepartementet. I dag holder ikke det. Vi er helt nødt til å ha dialog med mange ulike departementer og disse må ha en god dialog seg imellom.

Malm forteller at han har hatt lite kontakt med NNN på bærekraftsområdet og vi ber han spekulere litt rundt hva som kan være grunnen til dette:

– Godt spørsmål. Vi har jo hatt en næringsinngang til arbeidet og sett på utfordringer knyttet til produkt og hvordan de skal selges. For å finne en samarbeidspartner har vi gått til NHO og sett hva de kan bidra med når det gjelder politisk gjennomslag på bærekraftsområdet. Vi er på jakt etter de samarbeidspartnerne som gjør at vi kan nå våre mål, og tilsvarende at vi kan bidra til at de når sine mål. Samarbeid med NNN må bygge på at vi har felles interesser.

Store nok til å gjøre en forskjell

– Med vår størrelse og posisjon følger det både ansvar, muligheter og gjennomslagskraft. Vi har et ansvar for at virksomheten vår skal gi så få negative ringvirkninger som mulig, sier Johanna Ellefsen Rostad.

Hun er kommunikasjonsdirektør i Ringnes AS og har ansvar for selskapets bærekraftsagenda. Ringnes er eid av danske Carlsberg og produserer 61 prosent av flaskevannet, 43 prosent av brusen og 48 prosent av ølet nordmenn drikker.

Rostad er opptatt av at Ringnes lenge har satt bærekraft på dagsordenen. - Ringnes er det markedet i Carlsberg som har det laveste klimaavtrykket per produserte liter. Vi er klimanøytrale på Farris, Imsdal og EC Dahls. Det er veldig inspirerende å være i front. Men først og fremst motiverer det for videre arbeid, sier hun.

I Ringnes' klimaløfte har de forpliktet seg til å bli klimanøytrale ved alle sine anlegg innen 2030 og redusere klimaavtrykket fra verdikjeden med 30 prosent. I løpet av de siste fire årene er klimaavtrykket redusert med 17 prosent. På det store anlegget på Gjelleråsen utenfor Oslo gjenstår utskifting av en reservekjøl som går på diesel før de kan kalle seg klimanøytrale.

– Å følge produktenes vei fra råvare til konsument er en kompleks oppgave. Men det er også helt avgjørende, sier Rostad.

I Carlsberg-systemet kartlegges hvert marked sitt «Beer in hand carbon footprint», som angir klimaavtrykket per produserte liter. - På denne måten har vi lært at emballasje utgjør over 50 prosent av vårt relative CO2-avtrykk. Nettopp derfor jobber vi nå med utvikling av smartere løsninger som skal redusere klimaavtrykket,

som mindre emballasje og mer resirkulert materiale, fortsetter hun.

– «Jo mer du jobber med bærekraft, desto vanskeligere blir det,» var det en som sa til meg en gang. Det har vi også erfart i Ringnes, forteller Rostad.

I arbeidet med å kutte plast ser vi at vi støter på interessen motsetninger. Ved å gå over fra shrink (plastemballasjen som binder en six pack sammen) og erstatte dette med papp, kan vi redusere bruken av plast. Men papp-løsningen har et høyere CO2-avtrykk enn plastemballasjen. Nettopp derfor mener jeg vi skal være varsomme med å promotere slike overganger som klimatiltak, forteller Rostad.

– Ny kunnskap og endrede forutsetninger har gjort at vi har valgt å gå fra 100 til 80 prosent resirkulert plast i våre Imsdalsflasker. I fjor høst introduserte Ringnes også Farrisflasker i ny drakt, laget med 80 prosent resirkulert plast. Rostad forteller at selskapet har samarbeidet tett med panteselskapet Infinitem i forbindelse med denne overgangen.

– Grep vi har gjort med Imsdal høres kanskje ut som at det er et skritt tilbake, men faktisk handler dette om å ta to steg fram. Ved å redusere mengden resirkulert plast i Imsdal-flaskene forlenger vi levetiden til materialet. Plasten kan ta flere runder i systemet for resirkulering.

– Vi har vist at det er mulig å lage en flaske av 100 prosent resirkulert plast. Når det nå kommer stadig mer resirkulert materiale inn i pantesystemet, må vi vurdere effekten dette har på totalen. Og som Norges største drikkevareselskap er vi forpliktet til å tenke på hva som er best for det totale kretsløpet og være langsiktige, forklarer Rostad.



Johanna Ellefsen Rostad
Kommunikasjonsdirektør, Ringnes

I løpet av 2022 skal alle plastflaskene i Ringnes' portefølje gå over til 80 prosent resirkulert plast. Dette representerer en betydelig besparelse i bruken av ny plast og reduserer selskapets klimaavtrykk ytterligere.

Kommunikasjonsdirektøren forteller at den resirkulerte plasten som brukes i Imsdal og Farris-flaskene kommer fra det nye gjenvinningsanlegget som ble åpnet sommeren 2021. Tidligere ble flasker fra det norske markedet sendt til utlandet for resirkulering.

– Dette er sirkulærøkonomi i praksis og bekrefter på ny at Norge ligger i front når det gjelder å etablere velfungerende produsentansvarsordninger. I 2020 satte vi ny rekord med en pantegrad på 93 prosent, vi har allerede overinnfridd EUs krav til innsamlet emballasje for 2030. Hele det norske folk fortjener en stor takk for det, sier hun.

Rostad forteller at det er mange som tror at det er staten som står bak det norske pantesystemet. - Jeg har mang en gang vært nødt til å minne om at det er næringslivet selv, handel og drikkevarebransjen, som forvalter pantesystemet og har bygd opp panting som en institusjon i Norge. Det viktigste bidraget fra staten var å innføre en smart avgift som premierte bransjen for andel innsamlet emballasje.

Nå ønsker Ringnes og øvrig drikkevarebransje myndighetene med på laget for å øke andelen resirkulert materiale i drikkevareemballasjen.

– Tiden er overmoden for å endre innretningen av den gamle grunnavgiften og erstatte denne med en materialavgift som premierer bruken av resirkulert plast, sier Rostad, som forteller at dette er en sak Ringnes løfter fram i de mange politiker-møtene de har hatt sammen med sine tillitsvalgte.

– Dette er noe vi vil fortsette å snakke med regjeringen om, i forbindelse med den videre oppfølgingen av strategien for sirkulærøkonomi og i deres annonserte arbeid for å få ned handelslekkasjen til Sverige.

– I 2019 registrerte SSB hele 9,5 millioner dagsturer over grensa. Det tilsvarer utslippet fra all veitrafikk i Oslo i en måned. Den gangen var det slik at 1 av 5 brus som ble drukket i Norge kom fra Sverige. Nå håper jeg at regjeringen fortsetter arbeidet med å redusere prisforskjellene, sier Rostad og fortsetter. - Oppsiden for Norge AS og norsk næringsmiddelindustri er betydelig. Bare for Ringnes alene ser vi at vi kunne økt bemanningen med nær 10 prosent dersom vi beholdt det volumet som i et normalår har forsvunnet til den andre siden av grensa. For handel og leverandørindustri samlet er det snakk om et potensiale opp mot 8 000 arbeidsplasser.

– Og det er ikke slik at det er et motsetningsforhold mellom næringsinteresser og folkehelse. Erfaringene fra Danmark har vist oss at avgiftslettelse på øl og brus både reduserte grensehandelen og fikk ned hamstringsforbruket, avslutter Rostad.



**I 1955
spiste vi 36 kg
kjøtt hver**

**I 2019
spiste vi 72 kg**

Nye kostholdsvaner

I 1950 brukte vi om lag 40 prosent av inntekten til mat og drikke. I 1980 hadde andelen sunket til 25 prosent og i dag bruker vi 11 prosent. Husholdninger med høy inntekt har nesten fire ganger så høyt utslipp knyttet til mat som husholdninger med lav inntekt.

I 1955 spiste hver nordmann 36 kg kjøtt, i 2019 72 kg.

- Poteter:
Fra 93 kg i 1955 til 16 kg i 2019
- Grønnsaker:
Fra 35 til 80 kg
- Melk:
Fra 205 til 78 liter
- Ost:
Fra 8 til 18 kg
- Fisk:
Fra drøyt 36,5 kilo per person i året i 2007 til 29,9 kilo i 2017

Nordmenn vil ha norsk mat: Forbruksforskningsinstituttet Sifo ved OsloMet gjennomførte en undersøkelse i 2021 og finner at:

- 73 prosent mener vi bør øke eller opprettholde produksjonen av kjøtt og 83 prosent mener at vi bør opprettholde produksjonen av melk og meierivarer for å ivareta leveringssikkerhet, selvforsyning og beredskap.
- 87 prosent foretrekker norskproduert fisk, sjømat, kjøtt og meieri.
- 80 prosent oppgir at grunnen til at de foretrekker norsk mat, er at de ønsker å støtte norske arbeidsplasser.



Produser mer norsk mat!

Kan ikke kaste en tredjedel av maten

– Når produksjonen er så belastende som det den er så kan vi heller ikke kaste en tredjedel av maten sånn som vi gjør nå, globalt sett. Her må vi se på hele verdikjeden, sier Kaia Andresen, leder for samfunnsansvar og bærekraft i REMA 1000.

– Vår tilnærming er at vi skal gjøre mer enn det som forventes av oss i egen virksomhet. Samtidig er det en erkjennelse at vi har et stort avtrykk bakover i verdikjeden. Derfor er det også viktig å få bedre oversikt over våre indirekte utslipp og øvrig foravtrykk, og bidra til å redusere negativ påvirkning, sier Kaia Andresen.

– Det er en viktig del av vårt ansvar å hjelpe kundene med å gjøre gode valg. Flere undersøkelser viser at forbrukerne vil handle sunnere og mer bærekraftig, men samtidig er det for få som kjenner til merkevarer og produkter som gjør dette mulig.

Posisjonen mellom kunde og produsent gir ansvar sier Andresen:

– Jeg tror at det er veldig bra at forbrukerne i stadig større grad utfordrer oss. Det skaper endring. Et eksempel er når vi i 2014 faset ut palmeolje av egne matvarer. Kundene og miljøorganisasjonene stilte krav, og vi tok et standpunkt. Vi satte i gang noe som mange mente ville bli vanskelig. Når vi selv var i mål, stilte vi tilsvarende krav til merkevareleverandørene, og i dag har blant annet Orkla faset ut palmeoljen.

Andresen peker på at det er mye som skjer hos leverandørene på feltet. Hun nevner blant annet Orklas satsning på klimamerking og plantebasert mat og Tines arbeid med emballasje som gode eksempler på at bran-

sjen tar ansvar. – Vår rolle er å stille krav og ha god dialog med leverandørene om ansvar. Videre produserer og utvikler vi egne merkevarer der vi gjennom mange år har jobbet for å sikre ansvarlig produksjon. REMA 1000 har flere egne industriselskaper som produserer produkter og merkevarer eksklusivt for kjeden.

Videre foreller Andresen at REMA 1000 på alle egne produkter jobber med mer bærekraftig emballasje og med å gjøre produktene både sunnere og mer ansvarlige.

– Vi har nylig lansert en ny ansvarsstrategi mot 2030 som omfatter områdene miljø, helse, arbeidsliv og ansvarlig og bærekraftig handel.

REMA 1000 har alltid profilert seg sterkt som lavprisselskap. Er det en utfordring for bærekraftsarbeidet?

– Tvert imot! Målet om laveste pris gjør at de gode valgene blir tilgjengelige for alle. Når vi gjør små og store tiltak på varer som selges i store volum gir det store endringer. Bytte av kyllingrase i 2018 er et godt eksempel. Resultatet er bedre dyrevelferd for 30 prosent av kyllingene som produseres i Norge, samtidig som det er blitt et godt alternativ for forbrukere som ønsker ansvarlighet, men også en lav pris.

Er bærekraft noe som trekker folk, er det et konkurransefortrinn? Andresen svarer med å peke på kundenes forventninger:

– Ingen kan bli 100 prosent bærekraftig over natten, men jeg tror at den nye normalen er man må være ærlig med utfordringene man har, fortelle om hvordan man jobber og løfte frem konkrete eksempler på gode tiltak.



Kaia Andresen

Leder for samfunnsansvar og bærekraft, REMA 1000

// **Forsetter utviklingen som nå mener forskerne at både kaffe og sjokolade kan bli luksusvarer fordi klimaendringer vil påvirke produksjonen og føre til råvareknapphet.**

Jeg tror vel ikke egentlig at du får pluss-poeng med mindre du virkelig gjør kundens hverdag enklere.

REMA 1000 har gjort bærekraft til en sentral del av strategien sin. Andresen utdyper:

– Vi har plassert bærekraft – eller ansvar som vi kaller det – i forretningsideen vår: kundene får laveste pris, de får god kvalitet og de skal få varer som er solgt og produsert på en ansvarlig måte. Det har ligget i kjernen av vår forretningsdrift siden 2014. Og så kommer det jo en ny generasjon med nye holdninger og verdier. Skolestreikerne for klima skal også på butikken etter hvert.

– Det handler om alt fra bytte til LED-belysning og miljøvennlige kjølegasser i butikkene, til tiltak som reduserer utslipp fra transporten. For fem år siden var det ikke snakk om plast, nå er det blant de tingene som kunden oppgir at de er mest opptatt av og noe av det vi bruker mest tid på. Men, vi kommer ikke unna at ting tar tid og at reisen må skje skritt for skritt. Noen ganger gjør man store tiltak – som ny kyllingrase – andre ganger handler det om å bytte plastsugerøre med papp. Men begge deler monner og plutselig har du faset ut ni millioner sugerør i året. Det

summen av alle tiltakene som forhåpentligvis gir kunden en sunnere og mer bærekraftig hverdag.

Men er dette nok, eller kan det ende med beskyldninger om grønnvasking?

– Grønnvaskingsdebatten er der av en grunn. Det er bra, for man skal holde en høy forretningsmoral og ha hold for det man sier. Samtidig tror jeg at dersom man skal vente til man er 100 prosent bærekraftig i alt man gjør før man begynner å snakke om gode løsninger og tiltak, kan det bli vanskelig å få til fart og endring. Jeg tror samtidig det må skapes et rom for å fortelle de gode historiene, løsningene og tiltakene om er der, selv om ikke alt nødvendigvis er på stell ennå.

– Vi er nødt til å samarbeide, for ingen sitter ikke på alle løsningene selv. Setter vi hårete mål til den dugnaden tror jeg at vi skal komme et godt stykke på vei. Små og store tiltak som gjøres hver eneste dag vil jo ende opp i noe bedre. Forhåpentligvis vil våre tiltak – gjort alene eller sammen med andre – være et solid bidrag som gjør handlekurven og hverdagen til den norske dagligvarekundene bedre.

Fra holdning til handling

– Hele tiden kommer det undersøkelser som viser at forbrukerne ønsker mer en bærekraftig handlekurv. Handlekurven blir også mer bærekraftig – men det går ikke like rask som holdningsundersøkelsene tilsier, sier Signe Bunkholt Sæter og Inge Erlend Nesset i Norgesgruppen.

Norgesgruppen er, med om lag 1800 butikker, den største aktøren på dagligvaremarkedet og selger 44 prosent av maten vi spiser.

Signe Bunkholt Sæter er bærekraftsdirektør og Inge Erlend Nesset var kvalitetsdirektør i Norgesgruppen. Han er nå ansatt i Mattilsynet. – En av de største utfordringene å gå fra holdning til handling. Det er noe som vi som et sisteledd – sammen med våre leverandører – kan jobbe strukturert med, sier Sæter.

Nesset sier det slik: – Vi opplever at våre kunder vil gjøre mer bærekraftige valg og at de vil ha hjelp til å gjøre de valgene. Da har vi, som en stor aktør, et ansvar.

Men hvordan får man oss forbrukere til å gjøre disse gode valgene? Sæter utdyper: – Det er en stor utfordring å gjøre valget enkelt nok for folk. Forståelsen av hva som er de gode valgene og tryggheten på hva som har skjedd bakover i verdikjeden er veldig utfordrende og viktig. Jeg tror at folk på mange måte vil at de gode valgene skal være tatt for dem når de går og handler. Produsentene har laget et produkt og når vi i dagligvarebransjen har tatt det inn og selger det – da er det en høy forventning fra kundene om at har vi sørget for at det er bra produksjon.

Både Sæter og Nesset avviser klart at de skal oppdra forbrukerne til å ta mer miljøvennlige valg: – Nei, vi skal ikke oppdra

forbrukeren, ikke bruke pekefinger, vi skal gi valgmuligheter. Det er ikke vårt mandat å fortelle kunden hva de skal og ikke skal kjøpe, men vi skal tilby veldig gode alternativer. Vi sier ikke «ikke kjøp rødt kjøtt» - vi sier «du kan kjøpe rødt kjøtt – eller du kan kjøpe kylling – eller fisk». Vi skal tilrettelegge for gode og faktabaserte valg.

– Overordnede bærekraftsmål for Norgesgruppen er miljø, helse og mennesker. Når det gjelder miljø og klima så er det jo ikke bare klimautslipp, men også arealbruk, avskoging, råvarer i produksjonen, kjemikalier osv. Det er en stor oppgave å kartlegge miljøutfordringer i verdikjedene og det kommer opp mange viktige tema: mattrygghet, riktig merking, framstilling av innholdet. Vi må gjøre en ordentlig god kontrolljobb og dokumentere at vi tar ansvar. Dette bidrar til bedre forbrukervalg og gjør det lettere å gå fra holdning til handling. Vi kan ikke si at forbrukerne selv ikke skal ha et stort ansvar, men forbrukerne har ikke ansvar for å sikre verdikjedene.

Sæter er opptatt av at timingen er viktig. – Du må tenke godt gjennom når du presentere nye og mer bærekraftige varer. Det er viktig å fange opp strømninger hos forbrukerne og henge deg på ved å komme med gode bærekraftige løsninger på de produktene som mange kjøper. Kjøttdeig er et eksempel. Vi forandret forpakningen og gjorde den tynnere. Det er et lite tiltak, men når vi selger så mye kjøttdeig som vi gjør så monner det.

Nesset utdyper: Når du skal lykkes med noe nytt i markedet så må produktet ha mange styrker. Et godt miljøtiltak er sjelden nok alene, du må ha helhetlig pakke rundt det du presentere slik at det blir et attraktivt valg. Konkurransen er stor, og nye produkter har generelt liten sjanse for å lykkes.



Signe Bunkholt Sæter
Bærekraftsdirektør, Norgesgruppen

// Om Norgesgruppen er best i klassen? Jeg skjønner ikke hvorfor det skal være en konkurranse, det er nok bærekraft(sarbeid) til alle – for å si det forsiktig.

Nordmenn oppfattes ofte som konservative og handlekurven forandrer seg lite. Vi undres derfor om det er smartere å gjøre noe med 'de gode gamle produktene' enn å forsøke noe nytt. Representantene fra Norgesgruppen er ikke nødvendigvis enige i dette:

– Du må både tenke på at noen gjerne vil prøve noe nytt, mens andre går for det gamle og da må du prøve forbedre det. Vi må både gjøre forbedringer i de eksisterende produktene og i de varene som går i stort volum, i tillegg til å ha godt med nyheter som stimulerer gode valg.

– Vi tenker nok ikke at det er en revolusjon som skjer. Mat er et primærbehov. Når andre ting vi bruker belaster kloden for mye – så skal vi uansett ha mat, og maten må produseres ut fra de muligheter og det ressursgrunnlag som finnes i Norge. Målsettingen må være mest mulig mat fra norsk jord. Da må vi dyrke det vi har forutsetninger for å dyrke og det må gjøres i tråd med miljø- og bærekraftsmålsettingene, svarer Sæter.

I Norge er Norgesgruppen en stor aktør, men hva med utenlandske leverandører? Nettet svarer: - Generelt er det nok tyngre å få til endringer i en bestselger fra en internasjonal aktør enn fra en norsk merkevareleverandør. Men vi har også vellykkede

eksempler på at vårt arbeid har spilt over på de store internasjonale aktørene – fettype i kjeks er et eksempel her. Norske aktører er nok litt kjappere i responsen, men på den andre siden – store internasjonale aktører har ressursene til å ta større grep.

Men hva har så Norgesgruppen gjort for å feie for egen dør? Igjen er Nettet og Sæter opptatt av at her er det mange ting som gjelder: - Vi jobber både med egen drift – transport og butikker – og vi jobber med produkter og kjedene bakover. Det er vanskelig å velge én ting. Noe av det viktigste vi gjør på bærekraftsområdet er at det jobbes langsiktig og ordentlig for å sette standarder som andre i bransjen følger etter hvert. Det som trolig blir det viktigste i de neste årene er hvordan vi jobber sammen med produsentene.

Sæter understreker hvor viktig det er å jobbe systematisk med hvert enkelt tema: – Se på målet om kun fornybar energi til transportdelen vår. Selv om vi ikke har den fulle løsningen, så måler og rapporterer vi systematisk til ledelse og styret, og saken er tydelig forankra. Det er lett å uttrykke gode ambisjoner på miljø og bærekraftsområdet, men det er den konkrete jobbinga som gjelder. Vi må også være forberedt at våre løsninger blir diskutert og utfordret, men vi må tørre å prøve å finne løsninger.



Maten står for 9 prosent av klimautslippene i Norge.

Innsatsfaktorer og produksjonsledd: 50 prosent

Prosessering, distribusjon og salg: 50 prosent

Miljøutfordringer i norsk matproduksjon

En full oversikt over utslippene i den norske verdikjeden er ikke utarbeidet, men Cicero skriver at:

- Matproduksjon utgjør rundt 8,5 prosent av Norges nasjonale utslipp. Rundt 90 prosent av dette er knyttet til husdyrhold.
- Animalske produkter utgjør om lag 80 prosent av de norske utslippene fra matkonsum. Mat utgjør i snitt rundt 14 prosent av norske husholdningsutslipp (uten restaurantbesøk).
- Rundt 82 prosent av norske matutslipp er produsert i Norge.
- Tiltak for å redusere forbruket av høyutslippsmat, endringer i produksjonsleddet for å redusere utslippene og tiltak for å legge om produksjonen i retning av mindre høyutslippsmat, har til sammen et stort potensial for å bidra til utslippskutt og å nå de nasjonale klimamålene.
- For mat generelt står innsatsfaktorene og produksjonsleddet samlet for 50 prosent av utslippene, og post-gårdsutslipp (inkludert prosessering, distribusjon, salg) for de resterende 50 prosent. Disse tallene er svært avhengige av hvilke typer mat man ser på. For kjøtt og særlig kjøtt fra drøvtyggere står produksjonsleddet for en større andel av de totale utslippene.

Vi må spise mindre kjøtt

Ingrid Kleiva Møller er fagrådgiver og fagansvarlig for bærekraftig mat i Framtiden i våre hender. Hun jobber med kjøttkutt, matsvinn, og bærekraftig jordbruk. Hva er så de største utfordringene på veien til bærekraftig mat sett fra miljøbevegelsens side?

– Matproduksjonen er spesiell, fordi den nok aldri vil bli en nullutslippssektor fordi mange av utslippene er forbundet med biologiske prosesser. Likevel må utslippene ned, noe som vi betyr at vi må spise mer mat som gir lavt utslipp.

Så handler det om bruk av landareal og matjord, forurensing og utfordringer for det biologiske mangfoldet. Og, i tillegg, må vi se på ressursbruken – vann, næringsstoffer og ikke minst produksjon av dyrefôr. En bærekraftig matproduksjon må levere på alle disse områdene, ikke bare på klima.

Møller er klar i sine anbefalinger:

– Vi må legge om til et mer plantebasert kosthold og spise mer kålplanter, rotgrønnsaker, korn, frukt og bær. Det gjelder globalt, og det gjelder i Norge. Kjøttforbruket må ned, og dessuten må vi spise bedre kjøtt.

En mer bærekraftig kjøttproduksjon handler spesielt om fôret. Vi ønsker oss mindre importert soya, mer beite, og at vi tar i bruk nye norske alternative fôrråvarer som alger og gjærprotein fra treflis. I Norge har vi hatt overskudd på både svin, kylling og egg. Vi må bli flinkere til å produsere riktige mengder og bruke alle ressursene. Verpehøns og kje er eksempler på kjøttyper som ikke blir brukt så mye i dag, og sauekjøtt har blitt solgt til dumpingpriser på grunn av overproduksjon. Blant annet er det oftere dyrere å slakte enn å sende til destruksjon. Kort sagt: vi må spise hele dyret.

– Mindre kjøttforbruk kan gå utover arbeidsplassene i matindustrien, hva tenker dere om det? – En mer bærekraftig kjøttindustri innebærer at dyrene skal få yte litt mindre. Det betyr mindre kraftfôr på bås og mer beite. Dette trenger ikke bety nedleggelse av gårder og arbeidsplasser, men en mindre industrialisert drift. Men dette krever en ny retning for jordbrukspolitikken – hvor vi prioriterer bruk av areal i hele landet.

Kommer kokebøkene til å handle om «100 morsomme retter av norsk kål»? – Det går fint an å spise både mer plantebasert og norsk mat uten at det går utover variasjonen. Rotgrønnsaker, kålvekster og andre grønnsaker vi kan dyrke på frimark i Norge, er de råvarene med aller lavest klimaavtrykk og det vi har best forutsetninger for å dyrke i store deler av landet. Det å bruke rotgrønnsaker og kål har jo vært en tydelig trend i restaurantverdenen de siste årene også, Vi kan også dyrke mer belgvekster. Her pågår det spennende forskningsprosjekter hvor man ser på potensialet for å dyrke mer erter, bønner, linser og lignende. Havre og andre mer robuste korntyper er andre gode alternativer for å øke produksjonen av proteinvekster.

Møller påpeker at forbrukerne allerede er i ferd med å endre seg. – Det er mange som vil spise mindre kjøtt. Det er viktig at matproduksjonen tilpasser seg disse trendene, så vi ikke blir akterutseilt.

Hvor vil så Framtiden i våre hender adressere utfordringene? – Alle ledd i verdikjeden må ta ansvar, men vi burde nok starte med en politisk endring. Det må legges penger på bordet så landbruket kan omstilles. Det kan ikke være slik at bonden skal betale for våre klimakutt. Det må bli mer lønnsomt for bonden å dyrke grønnsaker og korn.



Ingrid Kleiva Møller

Fagrådgiver, Framtiden i våre hender

// Alle deler av industrien kan forbedre seg. I 2021 kan ingen bedrifter si at de ikke har forbedringspotensial.

Politikerne må gjøre det enklere for forbrukeren å ta bærekraftige valg i butikken. Matindustrien må tilby mer plantebaserte, økologiske produkter på norske råvarer, slik at ikke det nye vegetarmarkedet fortsetter å være dominert av utenlandske aktører

Møller er kritisk til den innsatsen myndigheten har lagt ned så langt: – Til nå har politikerne vist liten vilje til å påvirke kostholdet vårt i sunnere og mer bærekraftig retning. Det er interessant at flere initiativer til å veilede forbrukerne kommer fra industrien selv. Eksempelvis har Orkla utviklet egen klimamerking for Toro-produktene. Andre produsenter kommer nå også med egne ordninger. Industrien opplever altså at det er et krav fra forbrukerne om informasjon slik at den kan ta mer bærekraftige valg.

Møller ser likevel noen farer ved at det er bransjen som har initiativet: – Det er kjempebra at bransjen selv tar tak i dette. Men det er selvsagt en fare at næringsaktørene selv får definere hvilke krav som skal stilles, hva som skal måles.

– Under halvparten av nordmenn spiser anbefalt mengde frukt og grønt, så det å få flere til å velge en mer plantebasert kost vil gi en stor helsemessig effekt.

Men vi skal vel også spise mer fisk?

– Vi må passe på at vi spiser villfisk fra bestander som forvaltes på en bærekraftig måte. Utfordringen med oppdrettsfisk er først og fremst føret. Soyaforbruket bidrar til en stor global etterspørsel som legger press på sårbar natur og økosystemer i land som Brasil. Mye av foredlingen har forsvunnet til utlandet og fisken som fraktes med fly har et skyhøyt klimaavtrykk. Her må politikerne trå til for å beholde og skape arbeidsplasser i Norge. Det handler både om å redusere utslipp fra transporten og om sosial bærekraft i sektoren. Jobbene i matindustrien og primærnæringene som landbruk og fiske er for viktige til at vi kan miste dem til utlandet.

Klarer vi dette uten at maten blir dyrere?

Ja, det tror jeg. Vi har jo sett at det er ganske lett å tjene penger på å selge mat i Norge, det som er vanskelig er å tjene penger på å *produsere* maten. Norgesgruppen, Rema og Coop har eiere på inntektstoppen i Norge som har tjent enorme summer, mens norske bønder er blant de lavest lønnede yrkesgruppene i Norge. Vi må finne politiske reguleringer som sikrer gode vilkår for de som faktisk produserer maten vår.

Klimadebatten er for smal

– Vi trenger større bredde i klimadebatten. Det er lett å gå seg bort i miksen av klima og ernæring, sier Jon Petter Løvstad.

Da intervjuet med Jon Petter Løvstad fant sted, var han fremdeles på plass i Småbrukarlagets lokaler. Nå har han blitt pensjonist, etter å ha jobbet i Småbrukarlaget i drøyt 42 år. Han kan derfor med rette kalles for en institusjon. På slutten av karrieren ble han omtalt som «øyrekviskrar», trolig den eneste i Norge med denne tittelen.

Løvstad understreker Småbrukarlagets tette samarbeid med fagbevegelsen.

– Vi har derfor sluttet å spre møkk og heiser flagget på 1. mai, sier han.

– Bondeorganisasjonene og fagbevegelsen har mange felles utfordringer. For eksempel er det viktig å bevare arbeidsplasser i distriktene. Og, vi vil tjene på et enda fastere og tettere samarbeid, gjennom hele verdikjeden. Vi må bli flinkere til å framsnakke hverandre, påpeker Løvstad.

Kontakten med industrien og det politiske Norge framheves også, for eksempel når det gjelder importvernet. Det omtaler Løvstad som «proppen i systemet». Løvstad legger heller ikke skjul på at både jordbruket og industrien har miljøutfordringer.

– Dette er ingen influensa som går over, for å si det på den måten. Det må gjøres noe, i stor skala. Rekoringer og lokalmat er fint det, men det store volumet er i industrien.

Samtidig mener han at debatten om klima og miljø må tilpasses en norsk virkelighet. Det er for eksempel et spørsmål om det er bedre å

spise hvitt kyllingkjøtt enn rødt lammekjøtt. Lammet har gått på beite, mens kyllingen er avlet opp. Og hva er et realistisk alternativ til melkeproduksjon i Norge? Ifølge Løvstad kommer norske bønder til å «tviholde på kua og sauene», og han etterlyser større bredde i debatten om hva som er bærekraftig over tid. Dyrehelse og fôr er også viktige sider i denne diskusjonen.

Samlet nyttbart beiteareal i Norge utgjør forgrunnlag for 8 millioner sau. Utrengninger viser at bare om lag halvparten av beiteressursen i utmark er i bruk.

Kilde: NIBIO

Salget av rødt kjøtt går fremdeles bra. Løvstad tror imidlertid at det raskt vil komme mange nye produkter uten kjøtt. Farten på endringene blir større.

– Det jo forbrukeren som bestemmer, og det må vi ta hensyn til. Primærjordbruket må hele tiden være i dialog med resten av verdikjeden. Vi lever i et skjebnefellesskap. Tidligere var industrien opptatt av å importere billig råstoff. Nå har det blitt en bedre forståelse av å bruke norske råvarer, og industrien står opp for fellesskapet på en helt annen måte.

– Koronakrisen har bidratt til å avsløre hvor avhengige vi er av god matforsyning. Mangelen på arbeidskraft i bæråkrene ble også en aha-opplevelse. Norsk mat har en preferanse hos forbrukerne. Det tror jeg har sammenheng med hvordan maten produseres, for eksempel bruk av sprøytemidler.



John Petter Løvstad

Pensjonist, tidligere assisterende generalsekretær i Norsk Bonde- og Småbrukarlag

// Da Rema begynte å merke egg fra frittgående høner, satt bønder som hadde investert i nye og moderne bur igjen med svarteper.

Forholdet mellom bønder og deler av miljøbevegelsen kan til tider være anstrengt, ikke minst på grunn av ulvedebatten.

– Jeg er litt redd for at klima blir den nye ulven, hvis du skjønner hva jeg mener. Det er ganske steile fronter i rovdyrdebatten. Dersom vi får de samme frontene i spørsmålet om klima, så tror jeg det er til stor skade for alle, og ikke minst for saken.

Småbrukarlaget har blant annet inngått samarbeid med Natur og Ungdom i et prosjekt kalt «Grønt spatak».

– Dette er et kjempefint prosjekt som vil bidra til å øke forståelsen for hverandres synspunkter. Det går ut på at unge sendes ut til bønder i ti dager i løpet av sommeren for å hjelpe til med melking, graving, ysting, høsting og sauepass, forteller Løvstad.

Løvstad understreker at bøndene skal ta ansvar, men at de også trenger mer støtte til å gjennomføre nødvendige omstillinger.

– Det er ikke nødvendigvis bonden men systemet det er grunn til å kritisere. Når Solberg-regjeringen prioriterte «store fjøs», så mener jeg at det ikke er bærekraftig politikk i Norge. Utvidelser av gårdsbruk fører til mindre kontroll av ressursene. Vi trenger i stedet utvikling av ny teknologi, for eksempel roboter som kan ta seg fram i ulendt terreng for å få fram nye, drivverdige områder. Vi trenger mer utnytt av skogen, for eksempel til forproduksjon, og vi bør dyrke mer frukt og grønt i Norge.

Jon Petter Løvstad er glad for at vi har en egen landbruksminister i Norge, men han savner noen som tar politisk ansvar for helheten innenfor matproduksjonen.

A woman with blonde hair in a ponytail, wearing a white textured sweater, is seen from the side. She is looking at a document or menu placed on top of a grey trash bin. The background shows trees and a building under a clear sky.

**Matsvinn totalt:
78 kg pr. nordmann**

FAKTAARK

Matsvinn

En tredjedel av all mat som produseres i verden blir ikke spist. Matsvinn utgjør 8 prosent av de globale utslippene.

I Norge kaster vi hvert år kastes mat tilsvarende 78 kg pr nordmann (tall fra 2018) – et tap på 20,7 mrd kr. I tillegg kommer mat som kastes i jordbruket og sjømatindustrien. I husholdningene kastes 42,6 kg mat per person i året.

Det kjente svinnet fordeler seg slik:

- Matindustrien 24 prosent
- Grossistledet 2 prosent
- I butikker 13 prosent
- I hotell- og serveringsbransjen 3 prosent
- I husholdningene 58 prosent

De 42,6 kg som husholdningene kaster – pr. person – fordeler seg slik:

- Gryte- og tallerkenrester 13,7 kg
- Frukt og grønnsaker 9,5 kg
- Brød og bakevarer 9,3 kg
- Diverse 4,2 kg
- Kjøtt og fisk 3,7 kg
- Meieriprodukter 3,7 kg



Spis opp maten!

An aerial photograph of a rural landscape in Norway. In the foreground, there are green fields and a cluster of buildings, including a large yellow school-like building and several red barns. The middle ground shows a mix of green fields, forests, and a winding road. In the background, there are rolling hills and a large body of water under a clear sky. A large red circle is overlaid on the center of the image, containing white text.

**Norske forpliktelser:
50 prosent reduksjon av
klimagasser innen 2030**

**90-95 prosent
reduksjon innen
2050**

Målsettinger

Norge har forpliktet seg til 50 prosent kutt i klimautslippene innen 2030 og 90-95 prosent kutt innen 2050. I Hurdalsplattformen står det at kuttet skal være 55 prosent (målt mot 1990) og forpliktelsen gjelder hele økonomien, inklusive kvotepliktig sektor.

Noen eksempler på viktige målsettinger:

- Matvarebransjen har som mål å redusere matsvinnet med 50 prosent innen 2030.
- Nortura har besluttet å redusere klimautslippene fra fabrikk med 100 prosent, redusere utslipp fra transport med 80 prosent og kutte matsvinn med 60 prosent - og ha 100 prosent bærekraftig emballasje innen 2030.
- Orkla vil ta ansvar for klimapåvirkningen i verdikjeden gjennom tiltak rettet mot produksjonen av råvarer, med mål om å redusere indirekte klimagassutslipp med rundt 30 prosent innen 2025 og 77 prosent innen 2040.
- Innen 2025 vil TINE kun bruke fornybar energi og drivstoff.



Konkrete mål er bedre enn luftige ambisjoner

Vil lage mer sjømat i Norge

Jeg tror fortsatt produktutvikling blir veldig viktig for fiskeindustrien, sier nyslått fiskeri- og havminister Bjørnar Selnes Skjæran fra Arbeiderpartiet. Å få flere til å spise mer fisk og sjømat er både sunt og bra for klimaet.

Han viser til sin egen «svogerforskning», med barn som ikke alltid er like begeistret for fisk.

– Utvikling av produkter og smakssetting vil bidra til at oppvoksende generasjoner har mer fisk på bordet, også i voksen alder.

Ministeren er så vidt blitt varm i stolen når intervjuet foretas. Han viser til at regjerings-erklæringen, den såkalte Hurdalsplattformen, har store ambisjoner for fiskeri og havbruk, inklusive industrien.

– Vi kommer til å stille krav. Alle må bidra til å få ned utslippene. Men, vi kommer også til å stille opp, forsikrer Skjæran.

– Det er også viktig å huske på at det skjer mye positivt innenfor dette området. Det er ikke slik at overgangen til et grønnere samfunn bare er vondt og vanskelig, understreker ministeren. Samtidig, blant jobbene som det skal gjøres noe med innenfor hans ansvarsområder står transport og mer bærekraftig fôr i havbruksnæringen høyt på tiltakslista.

– For fiskeflåten blir dessuten overgangen fra fossilt drivstoff en stor oppgave. Der har vi en vei å gå, sier Bjørnar Selnes Skjæran.

Den nye regjeringen vil blant annet etablere et marint verdiskapingsprogram for å stimulere til bruk av ny teknologi i fiskeindustrien. Målet er også å øke bearbeidningen av sjømat i Norge, ved at ordninger som belønner leveranser av fersk fisk til lokale landanlegg skal vurderes.

– Det blir nødvendig å redusere svinnet i større grad, altså av vi må lage mat av avskjær og restråstoff. Jeg tror vi alle kommer til å bli enda flinkere til å utnytte alle mulige ressurser i en sirkulær økonomi. Hvis vi får det, så vil det kunne utvikles ny industri, påpeker fiskeri- og havministeren.

Også når det gjelder problemene med fôr i havbruksnæringen er det prosjekter i gang som kan danne grunnlag for ny industri langs kysten. Målet er at alt fôr til havbruksnæringen skal være fra bærekraftige kilder innen 2030, og at man skal legge til rette for bruk av karbon (CCU) innen fôrproduksjon.

– Matproduksjon spiller en sentral rolle i debatten om klima og miljø. Matproduksjon er én av årsakene til problemet, den er en av ofrene for klimaendringene og samtidig utgjør den del av løsningen.

– Hvorfor løsningen? Jo, fordi vi i større grad kan tilby mat som er produsert på en klimavennlig måte, i tillegg til at forbrukerne etterspør det. Jeg tror at markedet for mat som er laget uten hensyn til bærekraft vil forsvinne. Det vil derfor lønne seg å satse miljøvennlig.



Bjørnar Skjæran

Fiskeri- og havminister, Arbeiderpartiet

“ Matproduksjon er en del av problemet i debatten om klima og miljø. Den er også et offer for klimaendringene, men samtidig en del av løsningen.

– I Norge har vi alle muligheter til å få det til. Slik jeg kjenner de ansatte i fiskeindustrien, så har de et stort engasjement for arbeidsplassen og er villig til å være med på omstillinger. Vi har gode fagfolk, og alt ligger til rette fra naturens side.

Det gjelder å spille kortene sine riktig, understreker Skjæran.

En viktig forutsetning er at arbeidsplassene er både trygge og gode. Det omfatter både heltids arbeid og at man unngår sosial

dumping og arbeidslivskriminalitet. Det er et høyt innslag av utenlandsk arbeidskraft i norsk fiskeindustri.

Skjæran inviterer NNN og næringen til et tett samarbeid: – Mye av politikktutformingen foregår i fagbevegelsen og andre organisasjoner. Jeg vil i større grad ha med meg partene i arbeidslivet på denne jobben. Det vil for eksempel bety at partene er godt representert i offentlige utvalg som danner grunnlag for ny politikk, sier Bjørnar Selnes Skjæran.

Foretrekker gulrot framfor pisk

– Å sette klima- og miljøutfordringene på dagsordenen har stor betydning. Det skal NNN ha honnør for, sier Sandra Borch som er vår nye landbruks- og matminister fra Senterpartiet.

– Jeg tror at kunnskap og bevissthet om utfordringene er helt avgjørende. Fagbevegelsen har styrke til å være en pådriver i arbeidet. Det omfatter både den daglige produksjonen i bedriftene, i det politiske arbeidet og for å synliggjøre problemstillingene. Det hadde også vært fint om bedriftene seg imellom er flinke til å dele kunnskap og erfaringer.

Sandra Borch mener at kortreist mat vil være et viktig miljøpolitisk tiltak og at det er en stor fordel, både for jordbruket og industrien.

– Forbrukerne kommer til å kreve mer etter hvert. Det er ikke noe vei tilbake, understreker den ferske ministeren.

Landbruks- og matdepartementet har et bredt ansvarsområde. Det omfatter arealforvaltning, jord- og skogbruk, husdyrhold, reindrift og utvikling av nye næringer med utgangspunkt i landbruket

– Jordbruket er den eneste næringen som har inngått en forpliktende avtale med staten for å dreie produksjonen i mer klimavennlig retning. Problemet med den forrige regjeringen var at det ikke fulgte med nødvendig verktøy til omstillingen, sier Sandra Borch.

Borch henviser til klimaavtalen med organisasjonene i jordbruket om å redusere klimagassutslippene og øke karbonopp-taket med til sammen 5 millioner tonn CO2-ekvivalenter fram mot 2030.

– Den nye regjeringen har verktøy for å få dette til. Det viktigste er etablering av Bionova, en finansieringsmekanisme til støtte for klimatiltak i landbruket. Jeg tror også det finnes gode muligheter for å utvikle ny industri.

– Etter min mening er bedre med gulrøtter enn pisk i verktøykassa. Nå har vi en gulrot i Bionova, som skal fungere som et klimafond. Et annet viktig verktøy er treparts-samarbeidet, fordi det fungerer forpliktende for alle parter. Vi ønsker et tett klimasamarbeid for å få ned utslippene, og jeg håper på en god dialog med partene og industrien.

– Å være blant de landene i verden med lavest utslipp i verden er et bra fører sete for Norge å sette seg i. Jeg tror at det kommer til å bli et konkurransefortrinn for oss i årene framover. Det blir et viktig argument for å velge norsk mat, sier Sandra Borch.

Hun er opptatt av å understreke at uansett hvilke vanskeligheter man støter på, så gjelder det å se mulighetene i stedet for å «grave seg ned» i problemene.

Under koronapandemien har det vært stadige diskusjoner om matsikkerhet og selvforsyning. I regjeringserklæringen, også kalt Hurdalsplattformen, heter det at målet



Sandra Borch

Landbruks- og matminister, Senterpartiet

// Jeg synes ikke noe om kjøttskam. Folk skal få spise akkurat det de vil.

for selvforsyningsgraden, korrigert for import av fôrråvarer, er på 50 prosent. I dag ligger selvforsyningsgraden på mellom 40 og 50 prosent, alt etter som hvordan man regner inn import av fôrråvarer. Målet skal nås gjennom en opptrappingsplan. Regjeringen ønsker også å innføre en matkastelov for å redusere matsvinnet. Det skal i tillegg opprettes et nasjonalt råd for rettferdig omstilling. Der vil partene i arbeidslivet spille en sentral rolle.

I tillegg vil den nye regjeringen legge fram en stortingsmelding om markedsrett i verdikjeden for mat.

– Helheten er viktig. Altså at det jobbes i alle ledd. Det inkluderer matmerking i butikkene. Vi trenger å vite hvor maten vi

spiser kommer fra, hvor dyra her beitet og hvordan maten er produsert. Industrien vil spille en nøkkelrolle her, og forbrukerne vil bli mer kravstore. Vi ønsker større oppmerksomhet om matmerking, og vi vil se på strengere krav til merking av matvarer.

Sandra Borch understreker også at ved å spise norsk kjøtt, for eksempel, så vil forbrukerne være trygge på at det er god dyrevelferd og lav bruk av antibiotika.

Hun vil ikke høre snakk om kjøttskam.

– Nei, jeg synes ikke noe om såkalt kjøttskam. Folk skal få spise akkurat det de vill! Jordbruket og industriens oppgave er å produsere rein, norsk mat, understreker Sandra Borch.





Bærekraft er mer enn miljø!

FNs mat- og landbruksorganisasjon definerer et bærekraftig kosthold som et kosthold som:

- har lav innvirkning på miljøet.
- bidrar til mat- og ernæringsikkerhet og et sunt liv for nåværende og framtidige generasjoner.
- beskytter biologisk mangfold og økosystemer, er kulturelt akseptabelt, tilgjengelig, økonomisk rettferdig, trygt og sunt, og sørger for optimal ressursbruk.

Om bidragsyterne

Kaia Andresen er leder for bærekraft og samfunnsansvar i REMA 1000 Norge og leder selskapets arbeid med miljø, helse og ansvarlig handel.

Sandra Borch er landsbruks- og matminister.

Annechen Bahr Bugge er sosiolog (dr. polit) og forsker ved Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet – storbyuniversitetet. Hun har i en årrekke forsket på problemstillinger knyttet til mat og spisevaner

Anne Berit Aker Hansen er forbundsleder i Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund (NNN), et verv hun tiltrådte i 2019. NNN er en arbeidstakerorganisasjon som organiserer de ansatte i mat- og drikkevareindustrien i Norge, i både blå og grønn sektor.

Jon Petter Løvstad har jobbet i Bonde- og Småbrukarlaget i en årrekke og han var assisterende generalsekretær fra 1989 til 2020.

Johanne Kjuus er leder for Bærekraft i Orkla Foods Norge og har ansvar for selskapets satsning på bærekraft og implementering av bærekraft i selskapets forretningsvirksomhet.

Bjørn Malm er utdannet siviløkonom og har ansvar for TINES arbeid på bærekraft i TINE. Han har erfaring fra finans med jobb i Storebrand og veldedig arbeid fra Røde Kors. Han kom til TINE i 2010.

Ingrid Kleiva Møller er fagrådgiver og fagansvarlig for bærekraftig mat i Framtiden i våre hender. Hun jobber blant annet for et mer bærekraftig jordbruk og for å bekjempe matsvinn.

Johanna Ellefsen Rostad er kommunikasjonsdirektør i Ringnes AS og har ansvar for selskapets bærekraftagenda.

Bjørnar Skjæran er Fiskeri- og havminister og nestleder i Arbeiderpartiet.

Terje Sletnes er Direktør for analyse og politikk i NHO Mat og drikke.

Henrik Stenswig er Direktør for miljø og helse i Sjømat Norge.

Aina Stensgård jobber som forskningsleder ved NORSUS (Norsk institutt for bærekraftsforskning). Hun koordinerer også de to forskningsområdene matsvinn og emballasje.

Signe Bunkholt Sæter er bærekraftsdirektør i NorgesGruppen og har det overordnede ansvaret for arbeidet som gjøres innen hovedområdene helse, miljø og mennesker i selskapet.

Bob van Oort er biolog og klimaforsker ved CICERO der han i flere år har forsket på rollen til matsystemet i global oppvarming, og hvordan klimaendringer på sin tur påvirker matsystemet.

Fotokreditering portrettfoto:

s 9: Mari Aftret Mørtvedt | s 11: Esten Borgos | s 13: Sverre Chr. Jarild | s 17: Bente Birkeland
s 19: Siv Dolmen | s 21: Hans Fredrik Asbjørnsen | s 27: Caroline Roka | s 29: Katrine Lunke
s 31: Kilian Munch | s 35: Aina Steensgaard | 37: NorgesGruppen | s 41: Framtiden i våre hender
s 43: Vilde Haarsaker | s 49: NTB Kommunikasjon, Statsministerens kontor | s 51: Torbjørn Tandberg

Referanser faktaark

Et karrig land

- <https://www.regjeringen.no/no/tema/mat-fiske-og-landbruk/landbrukseiendommer/innsikt/jordvern/jordvern/id2009556/>
- https://arktisklandbruk.no/wp-content/uploads/2019/02/NIBIO_RAPPORT_2018_4_75-Klimaenringenes-p%C3%A5virkning-p%C3%A5-landbruket-i-Norge-innenfor-ulike-klimasoner.pdf

Miljøbelastning fra matproduksjonen – globale utfordringer

- <https://ourworldindata.org/environmental-impacts-of-food>

Sjølfforsyning og dekningsgrad

- <https://www.nibio.no/nyheter/ferske-tal-om-norsk-sjølfforsyning>
- <https://www.helsedirektoratet.no/rapporter/baerekraftig-kosthold-vurdering-av-de-norske-kostradene-i-et-baerekraftperspektiv/>

Fisk er klimamat

- <https://cicero.oslo.no/no/publications/internal/2885>
- <https://www.aftenposten.no/meninger/kommentar/i/wPqqX4/norsk-laks-flyr-som-aldri-foer-joacim-lund?#xtor=RSS-3>

Nye kostholdsvaner

- <https://www.oslomet.no/forskning/forskningsnyheter/tenker-annerledes-rundt-mat-etter-korona>

Miljøutfordringer norsk matproduksjon

- <https://pub.cicero.oslo.no/cicero-xmliui/bitstream/handle/11250/2595969/CICERO%20Report%202019%2005%20-%20web.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Matsvinn

- <https://www.matprat.no/artikler/matsvinn/7-matsvinnfakta/>

Målsettinger

- <https://www.regjeringen.no/no/dokumenter/hurdalsplattformen/id2877252/>
- <https://www.regjeringen.no/contentassets/1c911e254aa0470692bc311789a8f1cd/matsvinnavtale.pdf>
- <https://www.nortura.no/nyheter/veien-til-klimakutt-og-mer-klimavennlig-norsk-matproduksjon>
- <https://www.orkla.no/news/orkla-blant-de-beste-pa-klimaledelse-2/>
- <https://www.tine>download>attachment>84>

Bærekraft er mer enn miljø!

- <https://www.helsedirektoratet.no/rapporter/baerekraftig-kosthold-vurdering-av-de-norske-kostradene-i-et-baerekraftperspektiv/>

Hvilke miljø- og klimautfordringer vil næringsmiddelindustrien stå overfor de neste årene?
Gjennom 15 intervjuer gir ulike aktører sitt svar på spørsmålet. Både partene, forskere, politikere, organisasjoner, bedriftene og matvarekjedene kommer til ordet.

NNN har finansiert heftet og Fafo er ansvarlig for innholdet.

Helsidefoto fra film av Goodstory.
Design/layout av Gjerholm.



Norsk Nærings- og Nytelsesmiddelarbeiderforbund
Postboks 8719 Youngstorget
0028 Oslo
Telefon: 23 10 29 60
Telefaks: 23 10 29 61
E-post: firmapost@nnn.no

nnn.no