

NOAH – for dyrs rettigheter
Osterhausgate 12
0183 Oslo

Oslo, 30 november 2011

**Hørings svar –
Mat, makt og avmakt - om styrkeforholdene i verdikjeden for mat**

NOAH – for dyrs rettigheter mener tilgangen til vegetarprodukter i dagligvare, storhusholdning og servicehandelen per i dag ikke er tilfredsstillende. Minst 4% av Norges innbyggere er ifølge SIFO vegetarianere og langt flere enn dette ønsker å spise mer vegetarisk mat.¹

Forbrukerinteresser og manglende vareutvalg

Situasjonen per i dag hvor hovedsakelig bare spesialforretninger (helsekostbutikker) og de største dagligvarekjedene selger vegetariske produkter (soyaprodukter) forhindrer forbrukerne fra å kunne kjøpe de varene de ønsker seg. Som nevnt i høringsnotatet viser en HSHs undersøkelse fra høsten 2010: at

”Det er nettopp i utvalget av ferskvarer, helseriktige og økologiske produkter forbrukerne er minst fornøyd. Det er på det rene at utvalget av helseriktig og sunn mat, lokale produkter og økologisk mat er begrenset i norsk dagligvarehandel sammenlignet med andre land. F. eks har det til nå vært begrenset med tyngre satsinger på produktserier blant industriens og kjedens merker som i varetar forbrukernes ønske om bedre kosthold, god helse eller prioriteringer av kortreist mat/lokal opprinnelse. Utvalgets rapport, som beskriver status og utvikling av vareutvalget av økologisk mat i norske butikker, bekrefter dette. Det er vanskelig å tro at norske forbruksønsker og trender skulle adskille seg vesentlig fra tilsvarende preferanser hos konsumentene i andre skandinaviske land og i Europa for øvrig.”² (s. 102)

Stadig flere blir bevisst på fordelene ved å spise vegetarisk mat, både for miljø, bærekraft, helse og dyr. I mange andre vestlige land selges vegetarprodukter i de fleste vanlige dagligvarebutikker og utgjør en betydelig del av markedet for ferdigprodukter. Spesielt i Sverige, Storbritannia og USA er vegetarisk mat blitt en

¹ Statens institutt for forbrukerforskning (SIFO), Dyrevelferd i Norge, nr 10, 2002.

² Nielsen Company 2010 ”Hvor tilfredse er norske dagligvarekunder med norsk dagligvarehandel?”

del av det basisinventaret i dagligvareforretningene. Det er en økende etterspørsel etter vegetarisk mat, også her i Norge, men matsektoren ser ut til å være lite sensitiv til dette ønsket. Høringsnotatet påpeker også at:

"Slik sett mener utvalget at den norske matvaresektoren, sammenlignet med andre land, er relativt lite sensitiv både for nye forbrukerønsker og behov for et mer variert varetilbud." (s. 102)

En av grunnene til det mangelfulle tilbudet av vegetarisk mat i Norge kan være at vi ikke har en norsk produsent av vegetarprodukter. Dermed må alle vegetariske produkter importeres fra utlandet noe som påvirker både tilgjengelighet og pris. For å kunne øke tilbudet av vegetarmat i matsektoren må distributører satse på produktutvikling av vegetariske produkter, og butikkjedene må gjøre disse produktene tilgjengelige for forbrukerne ved å la de bli en del av vareutvalget.

Merkeordninger

Som nevnt i høringsnotatet mangler Norge også gode merkeordninger for visse produktsegmenter. Mange andre land har merkeordninger for vegetarisk og helvegetarisk (uten egg og melkeprodukter) mat, NOAH mener dette er noe vi også burde innføre her i Norge for å gjøre det enklere for forbrukerne å orientere seg i jungelen av produkter.

Slik det er i dag er mangler forbrukerne i stor grad mulighet til å påvirke matsektoren. Det er bare gjennom frivillige organisasjoner og interesseorganisasjoner at man kan utøve noe makt ved å ha kampanjer og mobiliserer folk til å ta sosialt ansvar. Men det må være matsektorens ansvar å tilby de produktene forbrukerne etterspør.

Med vennlig hilsen

NOAH – for dyrs rettigheter

Kaisa Hautala, leder vegetarkampanje