

Landbruks- og matdepartementet

Berlin, 12. desember 2011

Re: Høringsuttalelse om NOU:4/2011 Mat, makt og avmakt.

Vi har arbeidet med sporing av matvarer og innsatsfaktorer til mat siden 2000, og spesielt i forholdet til global handel.

Vi ønsker å uttrykke støtte til det syn som informed individuals fremmer; at ideer om matportal er umoderne og lite formålstjenlig for konsumentene i handelsøyeblikket.

Strømningene nå i USA og Europa går i retning at informasjonsgerilja-bevegelser, samler og presenterer den informasjonen konsumentene etterspør (barcoo, wegreen, foodwatch er eksempler fra Tyskland). Resultatet er stor grad av unøyaktighet i produktinformasjonen, som gjør at en del av de store matprodusenter etter hvert åpner for å forsyne dem med data. (Coca-Cola, Danone).

SyncOne databasen (verdens største database for matproduktinformasjon) er i ferd med å tilpasse seg virkeligheten, gjennom å åpne såkalte API'er, slik at leverandører av konsumentinformasjon kan benytte disse dataene til å lage formålstjenlige applikasjoner for konsumentgrupper. Dette står i kontrast til at EPD basen i Norge (som eies av de 4 store Retail grupper) ikke tillater noen bruk av tilsvarende data.

Fra vår posisjon i Berlin synes det rart at norske matprodusenter blir påvirket i retning av ikke å bidra til mest mulig åpenhet til informasjon om produktene sine. Norske egg er f.eks. de eneste garantert salmonellafrie egg i hele Europa. Alt norsk lam er nesten økologisk. Norsk storfekjøtt har lavest hormondiett i hele Europa osv. Det finnes gode grunner til å promotere kvalitetene i en del norske produkter overfor konsumentene, men siden det ikke gjelder alle produkter kan det virke som markedsregulatorene (les Nortura et.al) ønsker at ingen informasjon skal nå konsumenten.

Norge har i tillegg verdensledende offentlige informasjonsløsninger, gjennom Altinn og Difi.

Kombinasjonen av fremragende produkter og fremragende offentlige informasjonstjenester, kan gjennom riktige valg, enkelt bringe Norge i en klar tetposisjon for konsumentinformasjon. Samtidig vil konsumentinformasjon være en bærebjelke i fortsatt sjømateksport (med elektroniske fangstsertifikater) og forberedelse til en like suksessfull eksport fra norsk landbruk.

Smartere bearbeiding av relevant informasjon for konsumenten vinner frem, fordi den kan frita oss alle fra angsten vi har knyttet til de vanskelige hverdagsvalgene som postmodernismen har akselerert.

Med vennlig hilsen

Factlines AS



Knut Jørstad
Styreformann