



DET KONGELIGE
LANDBRUKS- OG MATDEPARTEMENT

Statsråden

Stortinget
Ekspedisjonskontoret
Karl Johans gate 22
0026 OSLO

Deres ref
spm 1853

Vår ref
201101104-/FLY

Dato
06.09.2011

Spm. nr. 1853 til skriftlig besvarelse fra stortingsrepresentant Torgeir Trældal

Jeg viser til Stortingsrepresentant Torgeir Trældal sitt spørsmål:

"Er statsråden enig med sin kollega Erik Solheim, at vi må innstille oss på å spise mindre kjøtt og spare landbruket for produksjon som fremmer utslipp, og hvis så, kan statsråden redegjøre for hvordan dette skal gjennomføres for å nå målet, og hvordan sammenfaller dette med at det samtidig bevilges 68 mill. kroner til Opplysningskontoret for egg og kjøtt for å markedsføre og derigjennom øke etterspørselen av kjøtt?"

Miljø- og utviklingsminister Erik Solheim har rett i at det er ressurskrevende å produsere kjøtt. Det er også riktig at transport, bolig og kjøttkonsum er områder hvor klimagassutslippene kan reduseres. Jeg ønsker imidlertid ikke å gå inn i denne debatten ved å moralisere over kjøttforbruket til hver enkelt av oss.

I Storingmelding nr. 39 (2008-2009) Klimautfordringene – landbruket en del av løsningen, har regjeringen beskrevet kildene til klimagassutslipp i jordbruket. Et viktig signal her er også at vi må redusere kastingen av mat i hele verdikjeden. Dette tiltaket alene vil redusere utslippene betraktelig, uten at vi endrer hver enkelt sitt konsum av ulike matvarer.

Meldingen er også tydelig på at kornprodukter og rotvekster er av de matvarene som er minst ressurskrevende og mest klimavennlige. Sett fra et forbrukerperspektiv betyr det å bevare det tradisjonelle norske kostholdet med mye brødmat. I tillegg er kjøtt relativt sett dyrt i Norge. Jordbrukspolitikken stimulerer dermed til et nøkternt konsum av kjøtt. Staten legger altså til rette for et variert og sunt kosthold, hvor kjøtt inngår.

Opplysningsvirksomheten i landbruket, her under for egg og kjøtt, er i all hovedsak finansiert av en lovfestet omsetningsavgift som betales av produsentene selv. Opplysningskontorene i landbruket jobber med generisk markedsføring og de videreformidler kunnskap om produktene, om ernæring, tilberedning av mat, samt kompetanse om markedet, spisevaner og forbrukerbehov.

En betydelig grad av denne informasjonen er i dag altså rettet mot å fremme et sunt og ernæringsmessig riktig kosthold.

Med hilsen


Lars Peder Brekk