

Innan EU inträdet förhandlade staten och LRF om avräkningspriser för nötkött. Detta upphörde då Sverige gick med i EU 1995 då det istället blev de priser som marknaden är beredd att betala. Sedan dess är det upp till varje enskild företagare, eller grupp av företagare, att förhandla om avräkningspriset.

Men det finns fortfarande behov och intresse för näringen att ha ett stabilt och bra avräkningspris. Ska lantbruksföretagare våga utveckla och utöka sitt företag eller för att unga ska vilja satsa på nötköttsproduktion behöver vi ha ett stabilt avräkningspris som täcker både produktionskostnader, lön och en vinst till framtida investeringar. För ett stabilt avräkningspris behövs en fortsatt stark efterfrågan hos konsumenterna. Svensk nötköttsproduktion har högt förtroende hos konsumenterna men det krävs hela tiden påverkansarbete och fortsatt utveckling av god djurhälsa för att behålla det förtroendet.

Svenska konsumenter i butik är köptrogna och de flesta väljer i först hand svenska kött. Men som i allt företagande måste man hela tiden hitta nya kunder och nya marknader för att säkra efterfrågan. Ett sätt är att undersöka möjligheterna till export av svensk kvalitetskött. Utomlands upplevs Sverige som ett land med ren och frisk natur, att invånarna har en hälsosam livsstil och det svenska varumärket står för kvalitet och effektivitet. Dessa värden ska vi använda till att hitta nya marknader. SNP har tagit ansvar för att göra en förstudie för att undersöka vilka förutsättningar det finns för export. Tillsammans med slakterier och myndigheter kommer vi att se vilka marknader som kan vara aktuella och vad som krävs för att exportera vårt kvalitetskött.

Livsmedelsstrategin är också ett verktyg för att öka efterfrågan på svenskt kött. Nu finns det en enad politisk vilja som visar att svenskt lantbruk är en riksangelägenhet. Varje län har gjort eller håller på med sina regionala livsmedelsstrategier som innehåller vilka åtgärder och insatser som behövs inom respektive region för att utveckla branschen. I detta regionala arbete är våra klubbar och enskilda producenter nyckelspelare. Engagera er i de träffar länen ordnar och sätt press på beslutsfattarna att strategierna följs och utvärderas. Tillväxt i nötköttsproduktion sker inte på riksnivå utan på gräsrotsnivå.

Även om svenska konsumenter har högt förtroende för oss måste den inhemska marknaden hela tiden bearbetas. Genom vårt ägande i Svenskt Kött marknadsför vi våra mervärden som god djuromsorg och låga användning av antibiotika. Svenskt kött har bland annat startat "Köttpodden" där aktuella gäster pratar om kött. I höstas lanserades "Köttskolan" som visar hur man styckar kött, den används av butikspersonal, restauranger och privatpersoner. De har också gjort en kartläggning av vilka prioriteringar kommuner vill göra i offentliga upphandlingar. Den finns på SNP:s hemsida och är bra att använda i regionalt påverkansarbete.

Svenskt kött är hårdvaluta och har ett högre marknadsvärde än importerat nötkött. De senaste åren har ett antal brott med köttfusk avslöjats. Att hitta ett säkert sätt att verifiera köttets ursprung har blivit mer och mer aktuellt. Svenska Köttföretagen driver ett projekt om kontroll av ursprungsmärkning på nötkött via DNA analys. Om det visar sig vara praktiskt och ekonomiskt genomförbart skulle det innebära en mängd fördelar som till exempel: Ett kontrollverktyg som hittar fusk och därmed också har ett avskräckande syfte, förhindrar osund konkurrens och ger trovärdighet hos konsumenterna. Projektet pågår och förankras hos berörda parter.

Detta är några av de sätt SNP arbetar med för att påverka avräkningspriset och ge lönsamhet på gårdsnivå.

Jan Forssell
ordförande SNP

