

Axfood och KRAV: "Gör ekologiskt till en större och konkurrenskraftigare del av svensk matproduktion"

Sverige behöver producera mer mat, stärka livsmedelsberedskapen och samtidigt minska matproduktionens påverkan på natur och miljö. I en gemensam debattartikel i Dagens Industri vill Axfood och KRAV se långsiktiga spelregler som gör det möjligt att öka den ekologiska produktionen och stärka dess konkurrenskraft. Bland förslagen finns nationella mål för ekologiskt, en utfasning av PFAS ur matproduktionen och slopad moms på ekologiska livsmedel.

Ekologisk och KRAV-certifierad produktion sker utan naturfrämmande kemiska bekämpningsmedel och konstgödsel, ger bättre förutsättningar för biologisk mångfald och innebär högre krav på djurvälstånd. Den kan också bidra till stärkt jordhälsa och minskat beroende av vissa importerade insatsvaror.

Trots det har den ekologiska jordbruksarealen minskat kraftigt. Sedan toppåret 2019 har den krympt med nära 23 procent och i dag är 15,9 procent av Sveriges jordbruksmark ekologisk eller under omställning.

Axfood och KRAV ser en möjlighet att göra ekologiskt till en större och mer lönsam del av svensk matproduktion. Det kan stärka lantbrukets affärer och svensk mats konkurrenskraft och samtidigt göra det enklare för konsumenter att bidra genom sina val i matbutiken.

För en lantbrukare tar en omställning till ekologiskt tid, kräver investeringar och innebär en ekonomisk risk. Förutsättningarna skiljer sig också mellan olika produktkategorier. I vissa finns brist på ekologisk råvara, medan det i andra behövs en starkare efterfrågan. Axfood undersöker därför tillsammans med leverantörer möjliga satsningar inom kategorier där tillgången i dag är begränsad.

– Sverige behöver inte bara mål för hur mycket mat som ska produceras, utan också för hur den produceras och vilka värden svensk ekologisk mat ska konkurrera med. Med långsiktiga spelregler kan fler lantbrukare och företag våga ställa om och investera, säger **Helena Allard**, hållbarhetsinnovatör på Axfood.

Regeringen har nyligen tillsatt en utredning som ska föreslå mål och åtgärder för en hållbar och robust svensk livsmedelsproduktion fram till 2045. Axfood och KRAV anser att utredningen ger ett viktigt tillfälle att ange en tydligare riktning för ekologiskt.

– Vi behöver ett matsystem som kan ge mat på bordet både i dag, och för generationer framåt. En del av lösningen är att satsa mer på ekologiskt. Genom att stärka efterfrågan och samtidigt minska risken för lantbrukare som vill ställa om kan politiken bidra till en starkare marknad för svensk ekologisk mat, säger **Caroline Hellbacher**, affärs- och marknadschef på KRAV.

I debattartikeln lyfter Axfood och KRAV tre konkreta förslag:

- **Inför mätbara nationella mål för ekologisk produktion och konsumtion.** Sverige saknar i dag politiskt beslutade och samlade mål för ekologiskt och skiljer sig därmed från nästan alla andra EU-länder. Målen bör kompletteras med en tidsatt handlingsplan, årlig uppföljning och stöd som minskar riskerna vid omställning. Näringslivet bör samtidigt bidra med egna publika och mätbara mål. Axfood har som mål att ekologiskt ska stå för minst 10 procent av livsmedelsförsäljningen senast 2030 och är den enda svenska dagligvaruaktören med ett publikt försäljningsmål för ekologiskt.

- **Fasa ut PFAS ur matproduktionen.** Vissa växtskyddsmedel som innehåller PFAS-ämnen är fortfarande tillåtna i konventionellt jordbruk. Sverige bör driva på för ett förbud och en snabb utfasning inom hela EU. Det skulle minska spridningen av svårnedbrytbara kemikalier och skapa likvärdiga konkurrensvillkor.

- **Slopa eller sänk momsen på ekologiskt.** När den tillfälliga sänkningen av matmomsen upphör bör momsen på ekologisk, och gärna annan hållbarhetsmärkt mat, sänkas eller slopas. Det skulle göra hållbara alternativ mer tillgängliga och stärka efterfrågan.

Sverige har lantbrukarna, kunskapen och marknaden att bygga vidare på. Med långsiktiga beslut kan ekologiskt bli en större del av svensk matproduktion och bidra till både miljönytta, stärkt beredskap och ökad konkurrenskraft.

Debattartikeln är publicerad i Dagens Industri den 14 september: [DEBATT: Mer ekologisk mat stärker livsmedelsberedskapen](#)

För ytterligare information, kontakta:

Magnus Törnblom, presschef Axfood, 070-266 27 12, magnus.tornblom@axfood.se

Axfood ska vara ledande inom prisvärd, bra och hållbar mat. I vår bolagsfamilj ingår butikskedjorna Willys, Hemköp och City Gross, liksom Tempo, Handlar'n och Matöppet. Grossistförsäljning sker genom Snabbgross och vårt supportbolag Dagab ansvarar för koncernens produktutveckling, inköp och logistik. I Axfoodfamiljen ingår även Urban Deli och delägda Apohem och Eurocash. Tillsammans har koncernen cirka 15 000 medarbetare och en omsättning om närmare 90 miljarder kronor. Axfoods aktie är sedan år 1997 noterad på Nasdaq Stockholm och huvudägare är Axel Johnson AB. Läs mer på www.axfood.se.