

Matvælaráðuneytið

Efni: Umsögn um drög að þingsályktunartillögu um matvælastefnu til 2040, mál nr. 31/2023.

Undirritaður fagnar framkominni Matvælastefnu og setur fram nokkrar athugasemdir. Almennt vantar ögn eldmóð í stefnuna, og orðalag er víðast afar almennt og teygjanlegt. Þá vekur athygli að ekki er öruggt að stefnunni muni fylgja aðgerðaráætlun, og líklega ekki fjármagn.

Framtíðarsýn.

Stolt fyrir íslenskum matvælum og vilji til að auka tekjur ætti að vera skýrt framsett í framtíðarsýn t.d. „Ísland framleiðir eftirsótt og verðmæt matvæli“. Þá er einnig eftirtektarvert að orðalag um matvælaframleiðslu er nánast allt um hagkvæmni og skilvirkni. Ekki um framboð innanlands, né að stuðla að auknu verðmæti afurða. Markaðssetning íslenskra matvæla er ekkert nefnd. Einnig má minnast á það að við búum við umhverfi þar sem öll framleiðsla er kostnaðarsöm, og matvælastefna hlýtur að þurfa að miðast við fjölbreytni í stærð fyrirtækja. Ekki bara miðast við stórfyrirtæki. Við getum tæpast öll stefnt á að keppa á verðgrundvelli, heldur í gæðum og að nýta smæðina sums staðar sem styrk, ekki síst þegar kröfur í t.d. landbúnaði um aðbúnað eru mun strangari en í þeim löndum sem innfluttar staðgönguvörur koma frá. Má segja þetta upphátt?

2.2. Samfélag

Í stefnuna vantar að líta í spegil og greina hver við erum og hvaða matvæli við byggjum okkar framleiðslu og neyslu á. Nefna matarmenningu sem er verðmæti fyrir samfélag sem líður vel í eigin skinni og kann með að fara. Sá sem kannast ekki við uppruna sinn, mun óhjákvæmilega missa sjónar af tækifærum sem skapast í því að miðla menningu í gegnum hefðir hráefna og matar.

Það vantar þráð í gegnum stefnuna sem minnir á að það sem við eigum sé verðmætt, að samfélagið eigi að gæta þeirra verðmæta, þróa áfram og byggja á. Óháð framtíðarmúsík tækni framfara og mögulegra neyslubreytinga einhvern tímann seinna, þá neytum við nú helst innlendra afurða þar sem þær bjóðast, og hnattræn lega markar það framboð eðlilega. Það er nefnilega enn svo að neytendur hvar sem er í heiminum kjósa helst innlendar matvörur, velja talsvert út frá tilfinningum og vissu um að heimaþinginn baggi sé hollastur. En ekki alltaf það sem er ódýrast í töflureikninum.

Nú er unnið í sama Matvælaráðuneyti með þrjár stefnur sem sumir tengja lítið saman heldur setja hvora í sitt sílóid. Undirritaður telur að *Matvælastefna*, *Landbúnaðarstefna* og vinna starfshópa í verkefninu *Auðlindin okkar* verði að skoðast að einhverju leyti saman með samfélagið og verðmætasköpun sem útgangspunktur. Og hér vantar eitt sílóid til, úr öðru ráðuneyti vissulega, *ferðapjónustu* sem þarf aðgang að innlendum gæða matvælum eigi þjónustan að vera af hæstu gæðum og verðklassa. Besti útflutningur landbúnaðarafurða er á diska ferðamanna á Íslandi.

Sjávarútvegur flytur nánast allar afurðir úr landi, sem er eðlilegt m.v. framleiðslumagn. En hins vegar er ótækt á eyju í Atlantshafi með ríka hefð fiskveiða að fyrirtæki í veitingarekstri

geti ekki nálgast besta hráefnið úr hafinu. Ferðaþjónusta þ.m.t. veitingarekstur skilar miklum gjaldeyri í þjóðarbúið. Vel borgandi ferðamenn skoða ekki bara fossa og firði, þeir vilja borða það sem Íslendingar borða, íslensk hráefni með sanna og áhugaverða sögu. Hvernig væri að tryggja að þau fyrirtæki sem hafa aðgang að auðlindinni okkar sýni samfélagsábyrgð og þjónusti heimamarkaðinn? Með því að horfa á sjávarútveg sem eingöngu útflutningsgrein hráefna, tapast augljós verðmæti úr þjóðarbúi og matarmenningu. Menningu sem getur orðið kjarninn í öflugum markaðsstarfi sjávarútvegs, beri okkur gæfa til að feta þá slóð.

Ef við skoðum eftirsóttar erlendar mat og drykkjarvörur sem eru fluttar í stórum stíl út frá framleiðslulöndum. Þá er það samt svo að þær eru alltaf boðnar fram með stolti í upprunalandinu. Enda partur af matarmenningu viðkomandi staða, flestum Íslendingum þætti undarlegt að fá ekki Parma skinku á Ítalíu, franskar ostrur og kampavín í Frakklandi, nú eða skoskt viskí í Skotlandi? Þjóðum sem líður vel með sjálfsmyndina, gleyma aldrei heimamarkaðnum. Við eigum ekki svo mörg hráefni að við getum sleppt fiski. Aðgengi að fiski á landsbyggðinni er mjög lélegt, ekki bara fjarri ströndinni, í mörgum sjávarplássum er ómögulegt að fá fisk. Nema frosinn í slöku úrvali. Hvernig væri að heimila hafnarstjórum að hafa milligöngu um lögmæt viðskipti í smáum stíl með fisk frá fiskiskipum til fyrirtækja með veitingaleyfi?

2.7. Horft til framtíðar

Stolt fyrir íslenskum matvælum ætti að vera skýrt í framtíðarsýn. Markaðssetning íslenskra matvæla er ekkert nefnd. Hér eru augljós tækifæri kjósi stjórnvöld að leggja innlendum hagsmunum lið auk þess að hvetja til upprunamerkinga og að dusta rykið af vernduðum afurðaeitum í neðstu skúffunni. Í þeim löndum sem við berum okkur helst saman við hafa vel lukkaðar matvælastefnur lagt áherslu á langtíma samstarf við keppnismatreiðslu Kokkalandsliða og Bocuse d'Or. Þar sem flinkt fagfólk æfir og keppir á innlendum og erlendum vettvangi með áherslu á innlendar afurðir og hagsmuni, og sinnir gríðarlegri vörupróun. Útflutningsgreinar s.s. sjávarútvegur og ferðaþjónusta auk opinbers markaðsstarfs viðkomandi landa nýta keppnisfólkið. Sem kynna matarmenningu lands og þjóðar heima og erlendis, vörur og þjónustu undir langtíma markmiðum matvælastefnu. Við þurfum ekki að finna upp hjólið, verum líka stolt af því sem er okkar og notum fordæmin.

3. Mat á áhrifum

Ekki dugir að ráðgera aðgerðaáætlun, heldur þarf að setja skýrt fram að aðgerðaáætlun ásamt fjármagni sem getur fylgt nauðsynlegum breytingum fylgi. Opinber matvælastefna getur tæpast byggt á uppskriftinni af naglasúpu?

4.2. & 4.3. Matvælaöryggi

Færa ætti öll verkefni heilbrigðiseftirlita landsins inn í Matvælastofnun, styrkja þannig MAST samhliða því að samræma framkvæmd lögboðinna verkefna sem nú eru á könnu heilbrigðiseftirlita, sem yrðu lögð niður við breytinguna. Framkvæmd heilbrigðiseftirlits er nú í hróplegu ósamræmi milli starfssvæða sem skekkir stöðu fyrirtækja að óþörfu.

Virðingarfyllst

Hafliði Halldórsson

framkvæmdastjóri Icelandic Lamb