

# Ska det vara obligatoriskt att märka maten med ursprung?

*En rad skandaler under de senaste åren har lett till att matens ursprung har hamnat i blickfånget, vilket föranlett krav på att märkning av matens ursprung ska vara obligatorisk. Det sägs att tvingande ursprungsmärkning kan motverka fusk i livsmedelskedjan, stärka det svenska jordbruket och motverka problemen med antibiotikaresistens. Men är ursprungsmärkning verkligen lösningen på dessa komplexa problem? Och behöver märkningen i så fall vara obligatorisk? I denna artikel analyserar vi behovet och möjliga effekter av obligatorisk ursprungsmärkning ur ett svenskt perspektiv.*

Ursprungsmärkning är en märkning riktad till konsumenter som visar från vilket geografiskt område ett livsmedel kommer. Hur livsmedel ska märkas beslutas gemensamt på EU-nivå och den generella principen är att märkning av ursprung är frivillig. I dagsläget finns dock en rad undantag som kräver obligatorisk ursprungsmärkning, exempelvis nötkött, olivolja och ägg. Dessutom öppnar en EU-förordning från 2011 för möjligheten att det ska bli obligatoriskt att märka en lång rad nya produkter med ursprung. Det gäller främst sammansatta varor med kött eller mjölk som ingrediens (t ex färdigrätter och yoghurt), livsmedel med en dominerande ingrediens (t ex sylt) samt mjölk (EU-förordning 1169/2011).<sup>1</sup> I EU förhåller sig Sverige positivt till ett obligatorium och Sveriges riksdag har uppmanat regeringen att verka för att obligatorisk ursprungsmärkning bör gälla alla köttprodukter (Riksdagens protokoll 2013/14:105; Miljö- och jordbruksutskottets betänkande 2013/14: MJU21).

I denna artikel analyseras om märkning av ursprung bör vara frivillig eller obligatorisk för de produktgrupper som kan komma att omfattas av obligatorisk ursprungsmärkning i framtiden enligt EU-förordning 1169/2011. En central aspekt är vad samhället kan vinna respektive förlora på att gå från dagens frivillighet till en tvingande reglering. Analysen görs i två steg. Först diskuteras vilka potentiella välfärdsförbättringar ökad information om ursprung skulle kunna ge. Med detta som bakgrund analyseras sedan om frivillig eller obligatorisk ursprungsmärkning är att föredra ur svenskt perspektiv.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Även andra kategorier såsom obearbetade livsmedel och livsmedel med en enda ingrediens ska utvärderas enligt EU-förordningen. Dessa produktgrupper analyseras dock inte i denna studie.

<sup>2</sup> Analysen bygger på en empirisk studie som jämför kostnader för och nytta av att göra märkningen obligatorisk ur svensk synvinkel (Carlsson m fl 2014).

**CECILIA CARLSSON, HELENA JOHANSSON, CARL JOHAN LAGERKVIST, KRISTIAN SUNDSTRÖM OCH FREDRIK WILHELMSSON**

*Cecilia Carlsson* är MSc och verksam vid Sveriges lantbruksuniversitet och AgriFood Economics Centre. [cecilia.carlsson@slu.se](mailto:cecilia.carlsson@slu.se)

*Helena Johansson* är fil dr och verksam vid Lunds universitet och AgriFood Economics Centre. [helena.johansson@agrifood.lu.se](mailto:helena.johansson@agrifood.lu.se)

*Carl Johan Lagerkvist* är professor i företags ekonomi vid Institutionen för ekonomi, Sveriges lantbruksuniversitet. [carl-johan.lagerkvist@slu.se](mailto:carl-johan.lagerkvist@slu.se)

*Kristian Sundström* är fil dr och verksam vid Lunds universitet och AgriFood Economics Centre. [kristian.sundstrom@agrifood.lu.se](mailto:kristian.sundstrom@agrifood.lu.se)

*Fredrik Wilhelmsson* är fil dr och verksam vid Lunds universitet och AgriFood Economics Centre. [fredrik.wilhelmsson@agrifood.lu.se](mailto:fredrik.wilhelmsson@agrifood.lu.se)

## 1. Vilka mål kan uppnås med information om ursprung?

I den svenska debatten argumenteras för att obligatorisk ursprungsmärkning kan bidra till att uppnå en rad olika mål och i huvudsak fyra olika argument kan urskiljas. Det sägs att obligatorisk ursprungsmärkning kan bidra till att

- motverka fusk i livsmedelskedjan,
- stärka det svenska jordbrukets konkurrenskraft,
- bidra till bredare samhällsmål såsom djurvälstånd och minskad antibiotikaresistens,
- ge konsumenten möjlighet att göra informerade val.

Argumenten fokuserar på de positiva effekter som antas uppkomma om märkningen går från att vara frivillig till att bli obligatorisk, men de bakomliggande mekanismerna diskuteras mer sällan. För att förstå vilka effekter ett obligatorium skulle kunna få i praktiken måste man dock ta hänsyn till två aspekter. För det första måste det finnas *en koppling mellan information om ursprung och det mål man vill uppnå*. Om det inte finns en sådan koppling, är det inte troligt att varken frivillig eller obligatorisk märkning kan bidra till att målet uppnås. Om det finns en koppling, måste man vidare undersöka *om obligatorisk ursprungsmärkning skulle bidra till målet i högre utsträckning än frivillig märkning*. Nedan diskuteras de vanligen förekommande argumenten för obligatorisk ursprungsmärkning utifrån dessa två principer.

### *Ursprungsmärkning för att motverka fusk i livsmedelskedjan*

Ett argument för obligatorisk ursprungsmärkning är att märkning av ursprung behövs för att motverka fusk i livsmedelskedjan (Riksdagens protokoll 2013/14:105; Moraeus och Jonsson 2013). Vilka mekanismer som skulle göra att information om ursprung minskar möjligheten att fuska diskuteras dock sällan och det är generellt sett svårt att se någon koppling mellan geografiskt ursprung och fusk; fusk kan förekomma i alla länder och i alla delar av livsmedelssektorn. Dessutom är det redan förbjudet enligt lag att på olika sätt fuska med livsmedel; det är alltså inte tillåtet att t ex ursprungsmärka på missvisande sätt, exempelvis att märka tyska jordgubbar som svenska, att ange felaktigt innehåll, exempelvis att sälja fläskkött som oxfile, eller att felaktigt ange produktionsmetod, exempelvis att produkten är ekologisk trots att den är producerad med konventionella metoder. Problemet i detta fall är alltså inte att regler saknas utan att befintliga regler inte följs, vilket bl a påpekas av Fjellner (2013). Därför krävs riktade åtgärder mot fusk, snarare än information om ursprung.

Att ursprungsmärkning inte är någon garant mot fusk stöds av tidigare erfarenheter. Ett aktuellt exempel är det redan existerande kravet på obligatorisk ursprungsmärkning av nötkött. Obligatoriet infördes år 2002 i kombination med tvingande krav på spårbarhet, vilket innebär att leverantören ska kunna spåra köttet till ett visst slakteri och en viss gård. Trots detta har

det under de senaste åren uppdragats en rad incidenter rörande fusk med nötkött: exempelvis har hästkött och färgat fläskkött sålts som oxfile i Sverige (*Svenska Dagbladet* 2012; *Dagens Nyheter* 2013). Fusk har alltså förekommit trots omfattande lagstiftning om ursprungsmärkning och spårbarhet.<sup>3</sup>

### *Ursprungsmärkning för att stärka det svenska jordbruket*

Ett annat argument i den svenska debatten är att information om ursprung kan bidra till att stärka det svenska jordbrukets konkurrenskraft (Moraeus och Jonsson 2013; Motion 2013/14: MJ451; Riksdagens protokoll 2013/14:105). Den bakomliggande tanken är att konsumenterna skulle handla mer svenska livsmedel om de har information om varifrån maten kommer. Att tillhandahålla information om ursprung till konsumenterna ger dem möjlighet att göra mer informerade val och om konsumenterna har preferenser för svenska livsmedel skulle efterfrågan på dessa öka när de får tillgång till informationen. Om frivillig märkning saknas skulle ett obligatorium förför kunna leda till en ökad efterfrågan på svenska produkter. Detta förutsätter dock dels att konsumenterna är villiga att betala den merkostnad som tillhandahållandet av information medför och dels att konsumenterna verkligen agerar på informationen och börjar handla svenska varor i högre utsträckning än tidigare.

Den frivilliga märkning som förekommer i dag, som Svensk Fågel och Svenskt Kött, tyder på att det finns ett intresse för att köpa svenska livsmedel bland konsumenterna. I vilken utsträckning det svenska jordbruket skulle stärkas ytterligare av att gå från frivillig till obligatorisk ursprungsmärkning är dock en komplicerad fråga. För det första talar det faktum att det redan finns frivillig märkning av svenska varor för att ett obligatorium endast skulle ha marginell påverkan på efterfrågan på svenska livsmedel. Anledningen är att de konsumenter som är tillräckligt intresserade av att köpa svenskt för att vara villiga att betala den kostnad märkningen medför och den eventuella prispremie som finns på svenska produkter, i många fall redan kan köpa svenska produkter med vägledning av den frivilliga märkningen. Konsumenter som inte köper svenskt med hjälp av den frivilliga märkningen, kommer troligen inte heller att göra det om märkningen blir obligatorisk. Om efterfrågan på och betalningsviljan för svenska livsmedel på detta sätt redan har tillgodosetts av den frivilliga märkningen, får ett obligatorium således mycket begränsad effekt. För det andra kan obligatorisk ursprungsmärkning leda till att jordbrukarna får sämre betalt för sina råvaror eftersom förädlingsföretagen, som är färre till antalet och har större marknadsmakt (Olofsdotter m fl 2011), kan försöka pressa jordbrukarnas försäljningspriser nedåt för att kompensera för den kostnadsökning som märkningen orsakar för företagen i förädlingsledet. För det tredje kan obligatorisk ursprungsmärkning inom EU leda till minskad export av svenska

<sup>3</sup> Jämfört med reglerna för nötkött är den utvidgning av obligatorisk ursprungsmärkning som nu diskuteras mindre långtgående då den inte innehåller krav på spårbarhet EU-förordning 1169/2011).

livsmedel, om konsumenter i andra EU-länder i ökande grad prioriterar inhemska livsmedel. Likaså finns en risk att efterfrågan generellt minskar på råvaror från länder som Sverige som producerar små volymer, då förädlingsföretag kan välja att koncentrera sina inköp av råvaror till ett fåtal större länder för att reducera de kostnader som uppstår vid hantering av flera olika ursprung. Sammantaget finns således en överhängande risk att en obligatorisk ursprungsmärkning skulle få övervägande negativa snarare än positiva effekter på det svenska jordbrukets konkurrenskraft.

### *Ursprungsmärkning för att främja kollektiva nyttigheter*

Information om ursprung sägs också kunna bidra till kollektiva nyttigheter. I den svenska debatten framhålls t ex att ursprungsmärkning kan bidra till minskad antibiotikaresistens genom att konsumenterna får möjlighet att välja kött från länder som tar ansvar för sin antibiotikahantering och att märkningen kan bidra till en högre djurvälstånd genom att konsumenterna kan välja mat från jordbruk med en god djurhållning (Corazza Bildt och Norlén 2014; Riksdagens protokoll 2013/14:105; Wedin 2013; Örjes 2014).

Hur troligt är det då att information om ursprung kan bidra till att uppfylla dessa och liknande samhällsmål? Detta beror på om konsumenterna ändrar sitt beteende i önskvärd riktning till följd av informationen. Sannolikheten ökar om samhällets behov sammanfaller med privata behov, exempelvis om mat som framställts på ett miljövänligt sätt också har positiva hälsoeffekter för individen. Sannolikheten att konsumenterna väljer det samhällsnyttiga alternativet minskar dock genom möjligheten till *free-riding*; dvs att andra människor bidrar till målet och att den enskildes bidrag är så litet att det inte upplevs göra någon större skillnad. Risken för *free-riding* ökar i sin tur också om det finns en prisskillnad; om den ur samhällets synvinkel bättre varianten är dyrare kanske konsumenterna väljer den billigare varianten, även om de sympatiserar med målet i sig. Ytterligare en komplicerande faktor är att det krävs kunskap för att konsumenten ska kunna agera så att samhällets mål uppnås. Ursprung är en vag märkning, som i sig inte innehåller information om de mål som samhället vill uppnå, och konsumenten måste därför på egen hand hålla sig uppdaterad. I fallet med antibiotikaresistens måste konsumenten således veta vilka länder som har en god respektive mindre god antibiotikahantering och när det gäller djurvälstånd behöver konsumenten kunna jämföra mellan olika länder; har t ex kött djur i Brasilien det bättre eller sämre än kött djur på Irland? Dessutom kan det finnas variationer inte bara mellan utan också inom länder, vilket ytterligare försvårar konsumentens möjlighet att med hjälp av ursprungsmärkning välja varor som bidrar till kollektiva nyttigheter.

Det krävs alltså att konsumenten har tillräcklig kunskap i frågan samt intresse av att köpa en potentiellt dyrare variant av varan för att ursprungsmärkning ska kunna leda till en ökad efterfrågan på kollektiva nyttigheter. Hur kan vi då veta i vilken utsträckning konsumenterna faktiskt tar hänsyn

till kollektiva nyttigheter i praktiken? I vår studie av svenska konsumenters betalningsvilja för ursprungsmärkning (se ruta 1) tillfrågades konsumenterna bl a om i vilken utsträckning de ansåg sig kunna använda information om ursprung för att avgöra hur livsmedlen var producerade med avseende på säkerhet, kvalitet och socialt ansvarstagande (djurskydd och arbetsvillkor). Resultaten visar att konsumenterna i genomsnitt inte ansåg att ursprung är en stark signal för varken livsmedlens säkerhet eller kvalitet och endast en mycket svag koppling kan urskiljas till djurskydd och arbetsvillkor. Detta indikerar att den genomsnittlige svenske konsumenten endast i mycket begränsad utsträckning använder ursprungsinformation för att ta hänsyn till kollektiva nyttigheter när hon handlar. Kopplingen mellan information om ursprung och samhällsmålen är således svag och det är därför inte troligt att en obligatorisk märkning skulle få någon större effekt på konsumenternas val. För att tillhandahålla kollektiva nyttigheter och motverka allvarliga problem som ökad antibiotikaresistens behövs därför andra, mer träffsäkra styrmedel.

### *Ursprungsmärkning för att ge konsumenter möjlighet att välja*

Diskussionen ovan visar att det inte är troligt att obligatorisk ursprungsmärkning motverkar fusk, stärker det svenska jordbrukets konkurrenskraft eller bidrar till kollektiva nyttigheter. Detta innebär att det främst är konsumenternas egen privata nytta som kan öka om de får tillgång till information om ursprung. I detta fall finns en tydlig koppling mellan information om ursprung och det mål som man vill uppnå: konsumenternas nytta kan öka om de får information om ursprung då de kan köpa varor med önskat ursprung i högre utsträckning än om märkning saknas.<sup>4</sup>

Vår studie visar att en majoritet av konsumenterna, 64 procent, är villiga att betala för information om ursprung för att kunna välja mellan produkter. Bör då ursprungsmärkningen bli obligatorisk, eftersom det finns ett intresse hos konsumenterna? Det är lätt att anta att svaret är ja, då obligatorisk ursprungsmärkning innebär att konsumenterna får mer information. Svaret kompliceras dock av att det är kostsamt att tillhandahålla informationen och av att det kan finnas frivillig märkning som tillgodoser konsumenternas efterfrågan på information i tillräcklig utsträckning.

## 2. Hur ska vi avgöra om ursprungsmärkning ska vara frivillig eller obligatorisk?

För att undersöka om ursprungsmärkning ska vara frivillig eller obligatorisk är det den totala välfärdseffekten för samhället som helhet som är relevant. Samhällets nytta måste då vägas mot samhällets kostnader för ursprungsmärkning; är nyttan högre än kostnaderna ger märkning av

<sup>4</sup> I den mån konsumenterna är villiga att betala för ursprungsinformation för att kunna ta hänsyn till kollektiva nyttigheter som djurvälstånd och låg antibiotikaanvändning, ingår detta som en del av konsumenternas betalningsvilja.

Tabell 1  
När bör märkningen  
vara frivillig respek-  
tive obligatorisk?

	Fall 1	Fall 2	Fall 3
Konsumentnytta	Hög	Hög	Låg
Producentkostnader	Låg	Låg	Hög
Frivillig märkning	Hög	Låg	Låg
Situation	Frivillig märkning fungerar	Frivillig märkning fungerar inte	Frivillig märkning fungerar
Effekt av obligatorisk ursprungsmärkning för samhället	Begränsad	Potentiellt positiv	Negativ
Bör märkningen bli obligatorisk?	Nej	Ja/Nej	Nej

Källa: Carlsson m fl (2014) och Krissoff m fl (2004).

ursprung en välfärdsvinst. Samhällets nytta fångas av konsumenternas betalningsvilja. Samhällets kostnader består av producenternas kostnader för ursprungsmärkning och av offentliga kostnader för administration, uppföljning av lagstiftning osv. De offentliga kostnaderna inkluderas inte här men diskuteras i Carlsson m fl (2014). Dessutom behöver hänsyn tas till om det redan finns frivillig ursprungsmärkning på marknaden. I tabell 1 ovan presenteras tre renodlade fall med olika kombinationer av nytta, kostnad och grad av frivillig märkning baserade på Krissoff m fl (2004). De tre fallen används för att analysera när frivillig respektive obligatorisk märkning är att föredra.

### *Fall 1: Marknaden förser konsumenterna med information*

Det underliggande problemet som gör att märkning kan behövas är förekomsten av asymmetrisk information; producenten har information om ett attribut hos varan som köparen inte känner till. I Fall 1 är konsumenternas betalningsvilja för ursprungsinformation hög samtidigt som producenternas kostnader för att tillhandahålla informationen är låga och producenterna märker frivilligt varan med dess ursprung. Att producenterna märker en vara frivilligt när konsumenternas betalningsvilja för att få veta ursprung är högre än producenternas kostnad för märkningen är vad som kan förväntas enligt ekonomisk teori. Märkningen är ett sätt att göra varan mer attraktiv för konsumenterna och kostnaden för märkningen täcks av ökade intäkter.

Om ursprungsmärkning blir obligatorisk i Fall 1 blir effekten begränsad för både konsumenter och producenter. Konsumenternas nytta ökar inte eftersom de redan har tillgång till informationen och kostnaden för producenterna påverkas inte eftersom de redan märker sina produkter. I detta fall blir effekten av ett obligatorium främst överreglering och onödig byråkrati, vilket samhället generellt vill undvika. Sammantaget är därför frivillig märkning att föredra i Fall 1.

### *Fall 2: Obligatorisk ursprungsmärkning kan behövas*

Om frivillig märkning saknas kan det vara aktuellt med tvingande regler. I Fall 2 är konsumenternas nytta högre än producenternas kostnader, precis som i Fall 1, men producenterna väljer att inte märka produktens ursprung frivilligt trots att konsumenterna är villiga att betala kostnaden. I det här fallet har vi ett problem med asymmetrisk information som marknaden inte lyckas lösa och ett införande av obligatorisk ursprungsmärkning skulle i detta fall kunna få positiva effekter för samhället. Denna situation skulle kunna motivera ett införande av obligatorisk ursprungsmärkning. I den empiriska delen av denna studie är därför fokus på att undersöka om och i vilken utsträckning Fall 2 förekommer på den svenska marknaden.

### *Fall 3: Omärkta produkter är den bästa lösningen*

I både Fall 1 och Fall 2 är det eftersträvade resultatet att produkten ifråga märks och om informationen saknas behövs åtgärder. I vissa fall kan dock en situation utan ursprungsmärkning vara att föredra; om konsumenterna har ett begränsat intresse av ursprungsinformation samtidigt som det är kostsamt för producenterna att ursprungsmärka är det rationella beslutet för producenterna att inte märka produkten. Vi kan således ha en fullt fungerande marknad för frivillig märkning där ett livsmedel *inte* märks med ursprung. Denna situation illustreras i Fall 3 i tabell 1.

Om obligatorisk ursprungsmärkning införs i detta fall skulle livsmedelsproducenterna få ökade kostnader som de inte får kompensation för, vilket försämrar livsmedelsindustrins konkurrenskraft, samtidigt som konsumenterna får information som de inte efterfrågar. Dessutom kan det ske en omfördelning av välfärd mellan grupper av konsumenter. Om det finns en liten grupp som är intresserad av och har en positiv betalningsvilja för information om ursprung skulle denna grupp kunna gynnas av en tvingande märkning, om de får information som de tidigare inte har haft och som de är villiga att betala för. Övriga konsumenter, som inte är intresserade av ursprungsinformation, skulle missgynnas eftersom de tvingas betala ett högre pris trots att de inte tycker att informationen är värd detta. Sammantaget skulle tvingande lagstiftning leda till en välfärdsförlust för samhället och är inte att rekommendera i Fall 3.

## 3. Från teori till empiri

De tre fall som presenteras i tabell 1 används i en empirisk analys för att undersöka om de produkter som kan komma att omfattas av obligatorisk ursprungsmärkning i framtiden är i behov av tvingande märkning. I korthet är frivillig märkning att rekommendera för livsmedel som hör till Fall 1 och Fall 3, medan obligatorisk märkning kan behövas i Fall 2.

Att ett livsmedel kännetecknas av Fall 2-egenskaper är dock inte tillräckligt för att dra slutsatsen att obligatorisk ursprungsmärkning är den bästa lösningen. Om konsumenterna exempelvis anser att den existeran-

de frivilliga märkningen inte är trovärdig och därför inte agerar på sådan information, kommer producenterna att avstå från att märka frivilligt och produkterna förblir omärkta, trots att betalningsviljan för informationen egentligen är större än kostnaden för att tillhandahålla denna (Krissoff m fl 2004). I detta fall är det dock troligen en förstärkning av lagstiftningen kring frivillig märkning som behövs snarare än ett obligatorium. Innan obligatorisk märkning införs måste således alternativa åtgärder övervägas.

Denna studie fungerar därför som ett första test av om det finns produkter som kännetecknas av ett för lågt tillhandahållande av ursprungsinformation till konsumenterna. Om den empiriska studien visar att sådana produkter finns på marknaden är nästa steg att undersöka om obligatorisk ursprungsmärkning är den rätta lösningen på problemet.

Vi har genomfört tre empiriska studier. Konsumenternas nytta mäts med deras betalningsvilja i ett experiment i en livsmedelsbutik, producenternas kostnader uppskattas utifrån diskussioner med svenska livsmedelsföretag och graden av frivillig märkning undersöks i en onlinebutik för livsmedel. Mer information om studierna finns i ruta 1 nedan och i Carlsson m fl (2014).

*Ruta 1*  
Hur har vi mätt nytta,  
kostnader och frivillig  
märkning?

*Konsumenternas nytta* mättes genom en experimentell studie i en livsmedelsbutik där svenska konsumenter fick ange sin nytta i termer av betalningsvilja för information om ursprung i en verklig köpsituation. Detta upplägg har flera fördelar jämfört med enkät- och intervjubaserade studier, där respondenter enbart får ange sin betalningsvilja i en hypotetisk valsituation. För det första är experimentet verklighetstroget genom att det utförs i en miljö där respondenterna redan är inställda på att göra liknande avvägningar för andra varor. För det andra ges respondenter incitament att ange sin verkliga betalningsvilja, eftersom de tvingas betala för ursprungsinformationen med riktiga pengar i de fall de säger sig vara villiga att betala för informationen. För det tredje mäts betalningsviljan för att få tillgång till själva informationen om ursprung och inte hur betalningsviljan varierar för produkter som kommer från olika länder.

Genom detta experiment mätte vi hur mycket konsumenterna var beredda att betala för information om ursprung för de alternativ som presenteras i tabell 2. Betalningsviljan gällde ursprungsinformation för en vara och för att få en uppskattning av total betalningsvilja undersöktes även hur många enheter av de olika produkterna som köptes per år. De olika produkterna rangordnades därefter på en låg-medel-hög-skala utifrån hur den beräknade totala betalningsviljan förhöll sig till övriga produkter (se tabell 2). Rangordningen är således en förenklad jämförelse av betalningsvilja mellan produkter snarare än en jämförelse i absoluta, monetära, termer.

Anledningen till denna förenkling är att *producenternas kostnader* inte gick att uppskatta med större precision än den tregradiga låg-medel-hög-skalan.



Svårigheten beror på att det finns en mängd olika anpassningsmöjligheter för företagen och dessa resulterar i olika kostnader som är svåra att bedöma innan lagstiftningen är utformad. I diskussioner med berörda företag framkom att inte heller företagen kunde uppskatta hur stora kostnader som skulle uppkomma.

Baserat på diskussionerna med livsmedelsföretagen uppskattade vi i stället kostnaderna på en låg-medel-hög-skala utifrån en rad generella kriterier: ju mer komplex produktionsprocess, ju större antal möjliga ursprung och ju mer detaljerad information som krävs, desto högre är de förväntade kostnaderna. Precis som i rangordningen av konsumenternas nytta är rankingen av producenternas kostnader således en inbördes, relativ jämförelse av produkterna.

För att undersöka i vilken utsträckning *frivillig ursprungsmärkning* förekommer för produkterna i tabell 2 genomförde vi en mindre studie i en internetbutik för livsmedel. Utifrån resultaten i denna studie klassificerades där efter graden av frivillig märkning som låg när 0–33 procent märks frivilligt, som medel för en märkningsgrad på 34–66 procent och som hög när 67–100 procent av produkterna var frivilligt märkta.

De produktgrupper som kan bli aktuella för tvingande märkning i framtiden innehåller en rad vitt skilda livsmedel. För att kunna mäta nytta, kostnad och frivillig märkning empiriskt har vi därför i samråd med den för lagstiftningen ansvariga myndigheten Livsmedelsverket valt ut ett antal produkter som är representativa för de olika produktgrupperna. Dessa är färdigrätter, bacon, sylt, mjölk och yoghurt.<sup>5</sup>

#### 4. Resultat av empiriska studier

Resultaten från de empiriska studierna presenteras i tabell 2 nedan för de fem representativa produkterna. I tabellen definieras ursprung som det land den huvudsakliga ingrediensen i produkten kommer från, t ex vilket land köttet i en färdigrätt kommer från och i vilket land bären i en burk sylt är plockade. Vi har också testat alternativa definitioner av ursprung för samtliga produkter, t ex vilket land färdigrätten produceras i och om bären i sylten kommer från de geografiska områdena ”EU” eller ”icke-EU”. Dessa alternativ visas inte i tabell 2, men redovisas i Carlsson m fl (2014).

Vad kan vi då dra för slutsatser från den empiriska undersökningen? Resultaten tyder på att obligatorisk ursprungsmärkning inte bör införas för någon av de studerade produkterna. Anledningen är att ingen produkt uppfyller kriterierna för ett marknadsmisslyckande (Fall 2 i tabell 1). Ingen av de studerade produkterna visar således en hög betalningsvilja kombi-

<sup>5</sup> Dessa livsmedel representerar produktgrupperna kött som ingrediens (färdigrätt och bacon), livsmedel med ingrediens som utgör mer än 50 procent (sylt), mjölk (mjölk) och mjölk som ingrediens i mejeriprodukter (yoghurt), som ingår i EU-förordning 1169/2011.

Tabell 2  
Resultat av empiriska studier av konsumentnytta, producentkostnader och frivillig märkning

	Färdigrätt	Bacon	Sylt	Mjölk	Yoghurt
Konsumentnytta	Låg	Medel	Låg	Hög	Medel
Producentkostnader*	Medel-hög	Låg-hög	Låg-hög	Låg	Låg-medel
Frivillig märkning	Låg	Medel	Låg	Hög	Låg
Fall i tabell 1	Fall 3	Troligen fall 1	Fall 3	Fall 1	Oklart

*Anm:* ursprung definieras som det land köttet kommer från för färdigrätt och bacon, vilket land bären är plockade i för sylt och vilket land mjölken kommer från för mjölk och yoghurt.

\* Producentkostnaderna omfattar för vissa produkter hela skalan låg-medel-hög på grund av den osäkerhet som föreligger i uppskattningen av dessa kostnader. Se Ruta 1 för mer information.

*Källa:* Carlsson m fl (2014).

nerat med långa producentkostnader och frånvaro av frivillig märkning. Detta gäller även samtliga alternativa definitioner av ursprung som inkluderats i analysen men som inte visas i tabell 2. Ett möjligt undantag är yoghurt, där konsumenterna har ett visst intresse som eventuellt kan vara högre än producenternas kostnader.

För Fall 1 finns en produkt som följer det föreskrivna mönstret i tabell 1. Detta är mjölk, där konsumentnyttan av att få veta ursprung är hög och producentkostnaderna bedöms vara låga. Graden av frivillig märkning är hög i detta fall, vilket tyder på att marknaden fungerar på ett tillfredsställande sätt.

För två av produkterna, färdigrätt och sylt, finns en avsevärd risk att ett obligatorium skulle få negativa effekter. För dessa två produkter är konsumentintresset för information om ursprung lågt och kostnaderna potentiellt höga. Dessa två produkter, som motsvarar Fall 3 i tabell 1, utgör således exempel på livsmedel där en låg grad av frivillig märkning är motiverad och där en tvingande lagstiftning skulle leda till direkta välfärdsförluster för samhället.

För bacon och yoghurt är utfallet mer osäkert, då de inte tydligt uppfyller kriterierna för något av de tre fallen i tabell 1. För bacon finns ett visst intresse från konsumenternas sida kombinerat med en viss grad av frivillig märkning, vilket indikerar att den frivilliga märkningen fungerar. För yoghurt finns ett visst konsumentintresse för ursprungsinformation, men graden av frivillig märkning är låg och obligatorisk märkning skulle möjligen kunna ge en samhällsvinst i detta fall. För att få reda på om så är fallet krävs en fördjupad analys av producenternas kostnader.

Det huvudsakliga syftet med analysen ovan är att identifiera om någon av de studerade produkterna tillhör Fall 2 i tabell 1, för att se om det finns produkter där behovet av ett obligatorium kan behöva analyseras närmare. Det visade sig att yoghurt kan vara en produkt där en sådan mer detalje-

rad analys kan behövas. Att analysen främst är tänkt att fungera som ett första ”filter” för att sälla ut potentiella produkter, innebär också att vissa begränsningar i studien får mindre betydelse. En sådan begränsning är att kostnaderna endast kan uppskattas grovt på en låg-medel-hög-skala (se ruta 1). Denna rangordning är fullt tillräcklig för syftet med denna studie, men för att beräkna välfärdseffekterna av obligatorisk ursprungsmärkning skulle mer detaljerad information om kostnadernas storlek behövas.

Ytterligare en begränsning är att studien underskattar kostnaden för märkningen i förhållande till nyttan. Den offentliga nyttan av märkningen ingår i studien genom konsumenternas betalningsvilja, men de offentliga kostnaderna, t ex statens eventuellt ökade kostnader för kontroll, inkluderas inte. Eftersom kostnaderna underskattas i förhållande till nyttan är det troligare att produkter klassificeras som Fall 2 i vår empiriska studie än att de faktiskt är Fall 2-produkter i verkligheten. Att vi trots detta inte finner några produkter som uttalat uppfyller kraven för Fall 2 styrker resultatet att frivillig ursprungsmärkning är tillräcklig för de studerade produkterna.

## 5. Slutsats – obligatorisk ursprungsmärkning är ingen mirakellösning

I den svenska debatten om ursprungsmärkning av livsmedel framställs obligatorisk ursprungsmärkning ibland som en enkel lösning på flera komplexa problem. En närmare granskning av argumenten visar dock att så inte är fallet. Vad som är viktigt för att kunna ta ställning för eller emot ett obligatorium är snarare om konsumenternas intresse för information om ursprung tillgodoses av marknaden i tillräcklig utsträckning.

Vår studie tyder på att marknadens tillhandahållande av information är tillräckligt och frivillig märkning är därför att föredra. Med frivillighet skapas flexibilitet, så att konsumenterna kan välja livsmedel i olika prisklasser beroende på preferens och så att producenterna har möjlighet att märka enbart de produkter för vilka märkningskostnaderna kompenseras av en ökad efterfrågan och ett högre pris.

En viktig konsekvens av studien är att behovet av obligatorisk ursprungsmärkning måste utvärderas separat för varje produkt, eftersom nytta, kostnad och frivillig märkning skiljer sig kraftigt åt mellan de studerade produkterna. Om obligatorisk ursprungsmärkning införs på generell basis för flera produkter utan en separat analys finns en risk att både konsumenter och producenter drabbas negativt; maten riskerar att bli dyrare samtidigt som företagets konkurrenskraft påverkas negativt av det högre kostnadsläget. Därmed riskerar en lagstiftning om obligatorisk ursprungsmärkning också att motverka andra offentliga satsningar, t ex det förenklingsarbete som pågår hos Jordbruksverket, Tillväxtverket och andra myndigheter samt olika former av exportsatsningarna för jordbruks- och livsmedelsprodukter.

## REFERENSER

- Carlsson, C, H Johansson, C J Lagerkvist, K Sundström och F Wilhelmsson (2014), "Origin Labelling of Food – Costs and Benefits of New EU Legislation for Sweden", Report 2014:1, AgriFood Economics Centre, Lund.
- Corazza Bildt, A M och A Norlén (2014), "Märk kött bättre", *Östgöta Correspondenten*, 26 februari 2014.
- Dagens Nyheter* (2013), "Oxfilet var hästkött", 8 april 2014.
- Europaparlamentets och rådets förordning (EU) 1169/2011 den 25 oktober 2011 om tillhandahållande av livsmedelsinformation till konsumenterna, och om ändring av Europaparlamentets och rådets förordningar (EG) nr 1924/2006 och (EG) nr 1925/2006 samt om upphävande av kommissionens direktiv 87/250/EEG, rådets direktiv 90/496/EEG, kommissionens direktiv 1999/10/EG, Europaparlamentets och rådets direktiv 2000/13/EG, kommissionens direktiv 2002/67/EG och 2008/5/EG samt kommissionens förordning (EG) nr 608/2004. *Europeiska Unionens officiella tidning* L304:18-63.
- Fjellner, C (2013), "Fler och hårdare regler är inte lösningen på hästköttskandalen", 14 februari 2013, <http://www.fjellner.eu/flerochhardare-regler-ar-inte-losningen-pa-hastkottskandalen/>.
- Krissoff, B, F Kuchler, K Nelson, J Perry och A Somwaru (2004), "Country-of-Origin Labeling: Theory and Observation", Electronic Outlook Report from the Economic Research Service, United States Department of Agriculture (USDA), [http://www.ers.usda.gov/publications/wrs-international-agriculture-and-trade-outlook/wrs0402.aspx](http://www.ers.usda.gov/media/326598/wrs0402_1_.pdf).
- Miljö- och jordbruksutskottets betänkande (2013/14:MJU21), *Livsmedelspolitik*.
- Moraes, M och H Jonsson (2013), "Nyckeln heter ursprungsmärkning", *Dalarnas tidningar*, 8 mars 2013.
- Motion (2013/14:MJ451), *Obligatorisk ursprungsmärkning av kött, charkuteri- och mejeriprodukter*.
- Olofsdotter, K, J Gullstrand och K Karantini (2011), "Konkurrens och makt i den svenska livsmedelskedjan", Working Paper 2011:1, AgriFood Economics Centre, Lund.
- Riksdagens protokoll (2013/14:105), *tisdagen den 29 april*.
- Riksdagens protokoll (2013/14:108), *onsdagen den 7 maj*.
- Svenska Dagbladet* (2012), "Färgad fläskfilet säljs som oxfilet", 16 oktober 2012.
- Sveriges Konsumenter (2013), "Ny undersökning – 83 procent vill ha ursprungsmärkning på kött", 24 januari 2013, <http://www.sverigeskonsumenter.se/Mat/Nyheter/Ny-undersokning-83-procent-vill-ha-ursprungsmarkning-pa-kott/>.
- Wedin, M (2013), "Ursprungsmärkning vapen mot smitta", *Svenska Dagbladet*, 6 oktober 2013.
- Örjes, J (2014), "Ge konsumenten chans att välja svensk mat", *Östersunds-Posten*, 29 augusti 2014.