

## 1 **Hvem skal lære oss å se verdien av de lokalproduserte matvarene våre?**

2 I Norge kastes om lag 1200 tonn med mat hver eneste dag. Mye av det kastes fordi  
3 det er utløpt på dato, men store mengder av maten vi kaster er av ypperlig kvalitet.  
4 Det finnes flere årsaker til at man kaster mat, men vi antar at mye av problemet  
5 stammer fra mangel på kunnskap om hvor verdifull maten vi kaster faktisk er. Det er  
6 ikke ukjent at flere sitter med inntrykket av at maten kommer fra butikken, noe som  
7 på et vis stemmer – der er jo ofte der man har kjøpt den. Realiteten er at bønder,  
8 fiskere og andre matprodusenter jobber dag inn og ut for å produsere mat til  
9 forbrukerne. For å sikre at forbrukerne får kunnskap om hvilken verdi matvarene har,  
10 er man avhengig av at de vet hvor maten kommer fra. Og dersom man setter større  
11 pris på maten, er sannsynligheten for økt matglede stor. Dette resulterer ikke bare i  
12 mer respekt for maten, matglede bidrar også i flere tilfeller til et sunnere kosthold og  
13 mer matlagingsglede hos både barn og voksne.

14 Å prioritere besøksgårder, matkultursentre og markedsføring av lokale, gode  
15 matvarer er et skritt i riktig retning. Det er flere årsaker til at nettopp dette bør  
16 prioriteres, en viktig årsak er blant annet hvor lærerike og tilrettelagte besøksgårdene  
17 er. De gir et tydelig innblikk i hvordan gårdslivet fungerer og hvordan maten  
18 produseres, og i flere tilfeller tilbyr de arbeid til personer som av ulike årsaker kjenner  
19 på utenforskap. Når maten først er produsert handler det for mange om å  
20 markedsføre den slik at den blir solgt. Men markedsføringen kan også handle om å  
21 belyse verdiene av lokal, kortreist, ren mat og ikke minst fordelene med høyest mulig  
22 selvbergingsgrad.

23

## 24 **Senterungdommen vil:**

- 25 • Ha hyppigere gårdsbesøk i barnehagen og skolen
- 26 • At faget mat og helse i større grad skal gi elevene kunnskap om hvor maten  
27 kommer fra og hvilke verdier de ulike matvarene har
- 28 • Styrke relasjonen mellom produsent, matvarer og forbrukere
- 29 • At informasjon om rekorder, lokale matbutikker og gårdsutsalg i større grad  
30 når ut til forbrukerne
- 31 • Betydelig øke selvforsyningsgraden og utnytte jordbruksarealene på best  
32 mulig måte

33 Innsendt av Agder Senterungdom