

• Tørke-trøbbel



Smør: Kan det bli tomt i hyllene igjen?

Foto: Siri Juell Rasmussen

Det kan bli tomt for både smør og melk

Landbruksekspert spår at det kan bli smør- og melkekrise på grunn av tørka i Nord-Europa. Bondelaget avfeier spådommen.

Det er radiokanalen P4 som skriver dette på sine nettsider.

– Smørkrisen i 2011 er bare blåbær i denne sammenhengen. Hele Nord-Europa er rammet av dette, som kan gjøre det vanskelig å få tak fersk melk og dermed melkeprodukter som du og jeg er avhengig av, sier daglig leder i Agri Analyse, Christian Anton Smedshaug til kanalen.

– Hard prioritering

Det er forventet at at kjøttproduksjonen vil øke med tanke på at flere må se seg nødt til å slakte ned besetninger på grunn av mangel på fôr, dette gjelder både i Norge og i flere andre land i det nordlige Europa.



Faset ut

«Det kan bli mangel på på yoghurt og smør, og flere ostetyper kan bli faset ut.»

Christian Anton Smedshaug, daglig leder i Agri Analyse

– Det vil bli en hard prioritering av melkeprodukter. Det kan bli mangel på på yoghurt og smør, og flere ostetyper kan bli faset ut, sier Smedshaug til P4.

Smedshaug tror også at dette kan påvirke prisen på produkter, og at prisen på melkeprodukter kan stige, mens prisen på kjøttprodukter kan gå ned.

– Ikke bekymret

Leder Lars Petter Bartnes i Bondelaget, er imidlertid ikke bekymret for norsk melk.

– Med utgangspunkt i situasjonen i dag tror jeg ikke det skjer. Tine melder at innveiningen av melk er stabil og i tråd med prognoser. Og jeg er trygg på at melkeprodusenter lar melkekua være det absolutt siste dyret man reduserer antallet på, sier Bartnes til NTB.

Men lederen er tydelig på at tørkekrise er en vedvarende trussel som henger over norske bønder. Norsk landbruk er i den verste sommertørken siden 1947, og så langt viser regnestykket at over 12.000 dyr mangler fôr.

– Det er klart situasjonen er krevende. Vi kan allerede slå fast at det blir ekstraordinær slakting av husdyr. Hvor utbredt det blir, er for tidlig å si. Hadde vi bare fått tre-fire dager med regn, ville mye endret seg, sier Bartnes.

Smørkrise i 2011

Tine, som er markedsregulator,

måtte i 2011 gå ut og beklage etter at det ble en såkalt «smørkrise» i landet, hvor mange butikker gikk tomme for smør. Også den gangen var det været som fikk deler av skylda.

– Værsituasjonen har gjort at melkeleveransen har tatt seg opp senere enn vanlig, og i tillegg har vært en ekstrem etterspørselsvekst i løpet av høsten. Det til sammen har gjort at vi har havna i denne situasjonen. Når vi vet det vi vet i dag, så burde vi ha satt i gang tiltak tidligere. Det beklager vi at vi ikke har gjort, sa konserndirektør for kommunikasjon Elisabeth Morthen i Tine til Nationen den gangen.

Smørkrisen fikk til og med internasjonal oppmerksomhet og blant annet flere amerikanske medier skrev om smørangelen i Norge.

– Det er faktisk sant. I en moderne, avansert nasjon, et land som scorer høyest på statistikkene over hvor det er best å leve, har de nå en stor mangel på en helt vanlig matvare. De er vanvittig rike på olje, har en av verdens høyeste gjennomsnittsinntekter, er sosialdemokratiske, har en rekke gode statlige tilbud og allikevel klarer de ikke å ha nok smør i butikkhyllene sine, skrev den amerikanske avisen Forbes.

Lars Bilit Hagen

lars.hagen@nationen.no

Cannabis i kokke-show gir reaksjoner

MATKULTUR

På Netflixs nye kokke-show lærer eksperter publikum å lage mat med marihuana. Actis frykter at cannabisbransjen i USA får stadig sterkere innflytelse i Norge.

TV-programmet «Cooking on High» ble lansert på Netflix 22. juni med 16 års aldersgrense. På strømme-gigantens norske nettside beskrives programmet slik:

«For første gang får du se en tv-sendt matlagingskonkurranse der to kokker lager lekre marihuanaretter til et dommerpanel bestående av meget tilbakelente kjendiser.»

– Vi frykter denne typen programmer bidrar til å øke den sosiale aksepten for cannabis blant unge. I USA ser vi framveksten av en ny kommersiell industri som har få skrupler med å promotere et produkt som kan gi avhengighet og helseskader, sier fungerende generalsekretær i rusfeltets samarbeidsorgan Actis, Pernille Huseby.

Cannabis er storindustri

Cannabis er legalisert i flere stater i USA. Huseby påpeker at salg av cannabis begynner å bli en storindustri i landet. Finansavisen Business Insider anslo i desember at det ble solgt cannabis over disk i USA i 2017 for nær 10 milliarder dollar – en vekst på 33 prosent fra 2016.

Instituttleder Bendik Meling Samuelsen i Institutt for markedsføring på BI, forteller at det er naturlig for en bransje å fremme sine egeninteresser.

– Gjennom å vise et objekt lærer du seerne opp om det objektet. Hva cannabis angår er produkt plassering gjennom TV-programmer og filmer en måte for bransjen å vise cannabis i en forbrukskontekst, i motsetning til en misbrukskontekst, sier Samuelsen til NTB.

– Ingen moralsk mur

Fire av ti nordmenn bruker

Netflix ukentlig, og en oversikt publisert i Dagens Næringsliv viser at strømme-tjenesten vil oppnå om lag 776.000 betalende abonnenter i Norge innen 2020.

– Du kan ikke tro at bare fordi noe er forbudt i et land, vil kommunikasjonseffekten ikke oppstå der. For eksempel gambler nordmenn ganske mye online. Det er ikke slik at det går en moralsk mur rundt Norge, påpeker Samuelsen.

Generelt merker Actis en økende normalisering av cannabis i samfunnet og frykter trykket fra amerikansk popkultur. Huseby påpeker at det står programskapere fritt å lage det innholdet de vil, men mener voksenkulturen må være sitt ansvar bevisst.

Styreleder Ester Nafstad i foreningen Normal uttalte til Dagbladet i juni at et TV-program som «Cooking on high» representerer en naturlig utvikling der legaliseringskulturen fra USA etter hvert kommer til Europa.

NTB har prøvd å få en kommentar fra Netflix i forbindelse med denne saken, men selskapet har ikke svart på henvendelsen.

Fredrik Grønningsæter, NTB

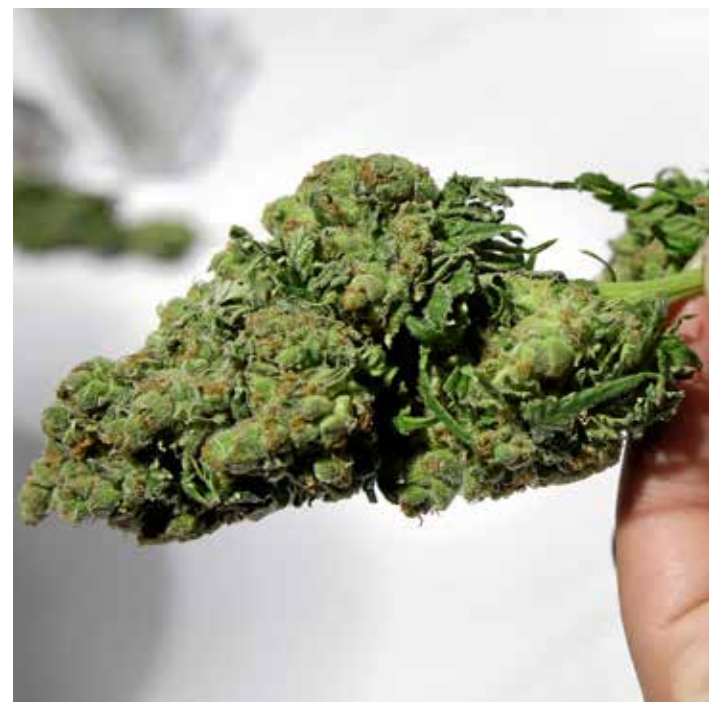
redaksjonen@nationen.no



Aksept

«Denne typen programmer bidrar til å øke den sosiale aksepten for cannabis blant unge.»

Pernille Huseby, fungerende generalsekretær i Actis



Marihuana: Et cannabisprodukt vist fram på et seminar i Boston i mars. Illustrasjonsfoto: AP/NTB scanpix