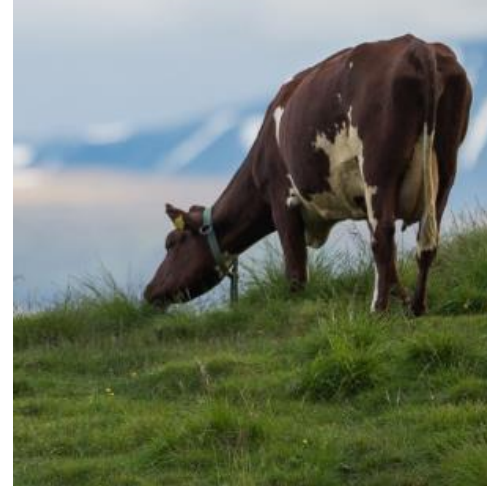
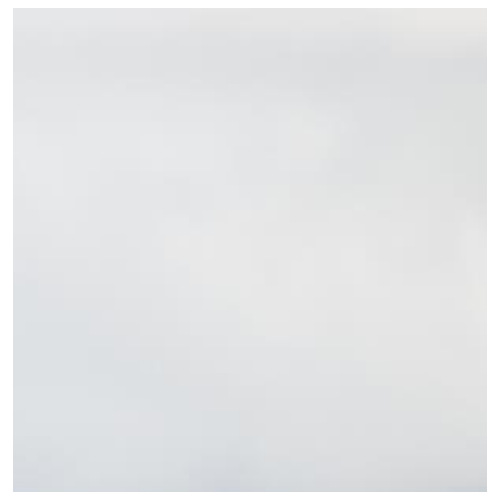
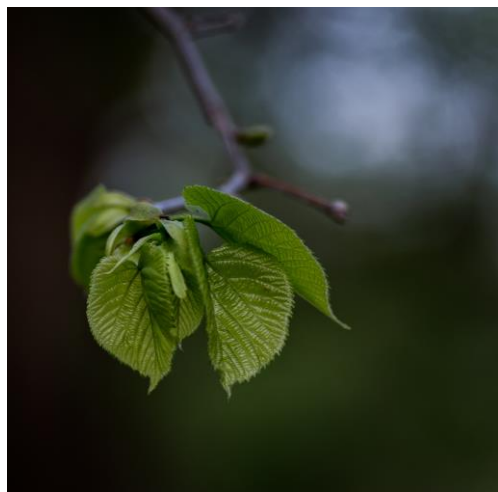


Klimamerke – tanker fra TINE





Klima og bærekraftsmerke

Hvorfor?

- Økt oppmerksomhet på hvordan vi produserer og selger varene vi kjøper i butikken
- Forbruker ønsker å kunne ta de gode og informerte valgene – Hvordan kan jeg bidra?
- Å kunne dokumentere en bærekraftig verdikjede, *lettfattelig* for forbruker blir konkurransekraft
- Vi føler allerede på presse – «show us your numbers»

Hva skal være med?

Vi må finne den riktige balansen mellom ytterpunktene...

- «enkelt og lett å forstå for forbruker»
mot
- «omfang som gir et helt riktig bilde av produktets bærekraft»

Hvilke elementer tenker vi det er naturlig å ta med som en del av klimamerket?



- Klimagassutslipp (Klima)
- Biomangfold og ressursutnyttelse (miljø)
- Karbonkretsløp



- Dyrevelferd
- Sosiale forhold (Etisk handel etc.)
- Disse bør være et krav, men ligge «utenfor» merket





I forhold til?

Hva er det riktige forholdstallet?

- Gi forbruker muligheten til å ta gode og informerte valg, både på bærekraft og ernæring kombinert
- Ønsket enhet: På produktnivå
- Lite hensiktsmessig å bruke «kilo CO2 per kilo produkt»
- Må se «bærekraftsverdien» mot «ernæringsverdien» (ernæringstetthet)
- «Nutrition densety index» (Ri.se)?
- De norske kostrådene bør brukes som grunnlag for vurdering av næringsverdi