

Beregningsmetodikk for Klodemerket

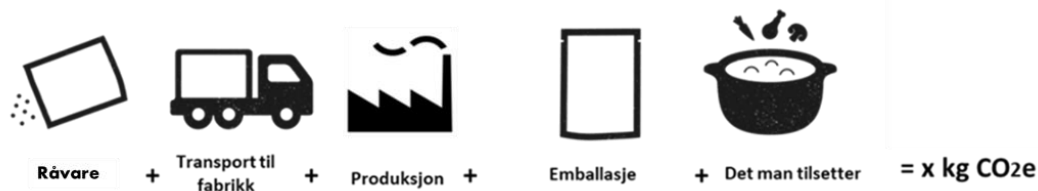
Her beskrives TORO og Orkla Foods Norge sine retningslinjer for klimamerking ved bruk av TORO sitt klimamerke for mat; Klodemerket. Den samme beregningsmetodikken benyttes i andre Orkla-selskaper i andre markeder (Sverige, Finland m.m.).

Klodemerket



Hva inngår i beregningene?

- Alle aktiviteter som signifikant bidrar til klimapåvirkning og som vi som virksomhet selv kan styre over inngår i beregningen av produktets klimaavtrykk. Dvs:
 - Råvare/ingrediens
 - Transport av innsatsfaktorer/halvfabrikata til produksjon
 - Foredlingsprosess
 - Emballasje
 - Det som evt. skal tilsettes av sluttbruker for å lage retten (gjennomsnittstall for Norden)

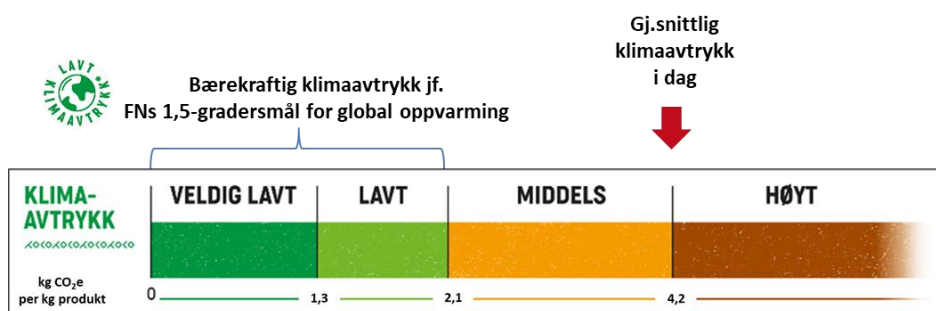
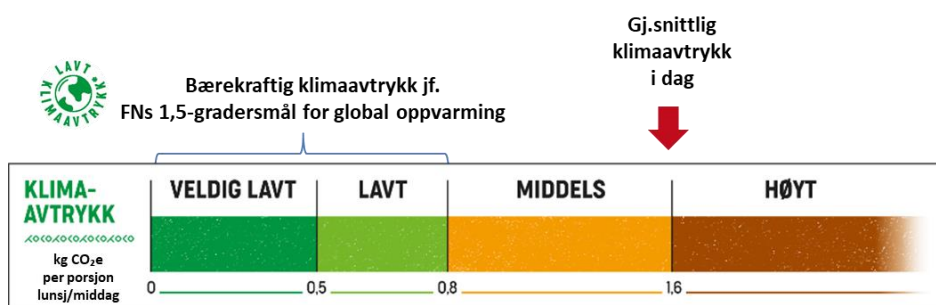


For råvarer og ingredienser kan data fra RISE klimadatabase for næringsmidler eller lignende benyttes. RISE klimadatabase for næringsmidler inneholder klimaavtrykk for ca. 700 næringsmidler. Klimaavtrykket bygger på livssyklusanalyse-metodikk (ifølge ISO 14 040-serien). For transport og emballasje finnes det tilsvarende databaser med klimaavtrykk. For produksjon i egne fabrikker regnes klimaavtrykket ut ifra data for energiforbruk.

Resonnement bak merkingen:

- Klimamerket bygger på at man må halvere dagens klimaavtrykk fra maten vi spiser, slik at man er innenfor en daglig kvote for klimautslipp på 2,7 CO₂e fra maten vi spiser. En halvering av klimautslippet fra mat er et viktig bidrag i tiltakene som kreves frem til 2030 for å nå FN's 1,5-gradersmål for global oppvarming.

- Basert på klimaskalaer, rangeres klimaavtrykket i CO₂-ekvivalenter på en skala fra «veldig lavt» til «høyt» per porsjon eller per kg produkt.
 - «Veldig lavt» = tilsvarer det nivået som kreves på lang sikt ifølge vitenskapelige studier.
 - «Lagt» = nivået vi må under for å klare 1,5-gradersmålet (halvering av dagens utslipp til 2030 fra matverdikjeden)
 - «Middels» = Mellom 50 og 100% av dagens gjennomsnitt (snitt for nordisk kosthold)



Elementer i beregningene:

- I klimaskala per porsjon inngår klimaavtrykket til: råvare, transport, produksjon, emballasje og tilsatte ingredienser i henhold til standard tilberedning.
- I klimaskala per kg produkt inngår klimaavtrykket til: råvare, transport, produksjon og emballasje.

Klimaskalaene er tatt frem av forskningsinstituttet RISE på oppdrag av Orkla.

Klodemerkets hensikt

Klodemerket har til hensikt å gjøre det lettere å spise mer klimasmart, og er en positiv veiviser for forbruker til produkter som har lavt klimaavtrykk. Siden merket skal bidra til «nudging» mot mer bærekraft konsum skal klimamerket kun brukes på produktets emballasje hvis produktet har et lavt eller veldig lavt klimaavtrykk. Merket kan derfor kun brukes når et lunsj- eller middagsmåltid ligger under 0,8 kg CO₂e per porsjon eller en matvare ligger under 2,1 kg CO₂e per kg produkt.

Hvilke produkter kan merkes?

Klimamerket har til hensikt å bidra til forbrukervalg som utgjør en reell positiv endring i klimaavtrykk. I tillegg skal den oppleves som relevant for forbruker. Klimamerkingen skal derfor fortrinnsvis benyttes på:

- Produkter, oppskrifter og tilberedningstips som utgjør et måltid lunsj eller middag (klimaskala per porsjon)
- Produkter som er hovedkomponenter eller definerer et måltid frokost, lunsj og middag (klimaskala per kg)
- Produkter som ikke utgjør en hovedkomponent i et måltid, vil heller ikke utgjøre en reell stor klimabelastning per porsjon (f.eks. tilbehør som sauser, dressing, ketchup m.m.). Slike produkter skal ikke bruke Klodemerket, men de kan, i de tilfeller de tilfredsstiller kravet om lavt klimaavtrykk per kg/produkt, omtale merket i positiv forstand.

Bruk av merket:

- Det er kun produkter med lavt klimaavtrykk som skal merkes.
- På nettsider kan man vise klimaavtrykk også for de produkter som har medium/høyt klimaavtrykk per porsjon, men Klodemerket kan ikke brukes dersom produktet ikke har veldig lavt eller lavt klimaavtrykk.
- Merket kan brukes i tillegg til absolutte tall på emballasje/hjemmeside.
- Dersom merket brukes, er det viktig med god forklaring av merket på produktemballasje og på nettsider.
- Den som merker sine produkter, står ansvarlig for at markedsføringsloven følges.

Risikovurdering

- Merkingen skal ikke være villedende og skal være i tråd med gjeldende markedsføringslover.
- Husk at beregningen kun tar hensyn til klimaavtrykket. Dvs. at selv om produktet har lavt klimaavtrykk betyr det ikke at det er bra med tanke på andre miljøeffekter. Klimasmart er ikke det samme som miljøsmart. Dette er viktig å ta med i vurderingen når man vurderer å sette på Klodemerket på et produkt, for å unngå at merkeordningen oppleves som villedende for forbruker.
- For å sikre troverdighet, er det viktig at det er en transparent kommunikasjon rundt hva som inngår i beregningene av produktets klimaavtrykk.

Noen vanlige spørsmål om Klodemerket

- Hvorfor kan ikke "unyttige" produkter få klimamerket?
 - Det er først og fremst hva man spiser til hovedmåltidene i løpet av en dag som påvirker ditt klimaavtrykk fra mat. Hvilke kaker, snacks, godteri du velger har mindre betydning.
 - Om unyttige produkter merkes, vil det kunne oppfattes som grønnvasking som vil kunne redusere merkets troverdighet.

- Hvorfor kan ikke tilbehør i et måltid klimamerkes?
 - Valg av tilbehør til et måltid (som ketchup, saus m.m.) utgjør en minimal forskjell for klimaet. Substitutter for smakssettere er ofte likeverdige, og dermed ha relativt likt klimaavtrykk – dvs. at et merket ikke vil veilede forbruker i noen grad hvis det brukes på slike tilbehør.
 - Tilbehør kan også ofte brukes til produkter som kjøtt (som har et høyt klimaavtrykk), og da vil valget av tilbehør ha liten betydning i forhold til måltidets klimaavtrykk i seg selv. Derfor vil det kunne være en stor fare for grønnvasking og feil bruk av merket i forhold til dets hensikt.

- Hvorfor kan ikke mellommåltider merkes?
 - Det finnes i dag ingen klimaskala for mellommåltider. Dette kan eventuelt utvikles på sikt, men foreløpig er det hensiktsmessig at merket brukes kun på produkter og måltider som har en stor klimabelastning (frokost, lunsj/middag) der alternativer med lavt klimaavtrykk vil ha en reell, veiledende effekt for forbruker.
 - Det er vanskelig å definere hva et mellommåltid er, og hva som inngår av produkter i denne kategorien. Det er derfor en risiko for at «unyttige» produkter vil definere seg som mellommåltid, og merkes, som igjen vil kunne øke risikoen for anklager om grønnvasking.