

Dok. 230014
05. april 2022

Invitation til drøftelse om klimamærke på fødevarer

Til Miljø- og Fødevareudvalget,

Forbrugerrådet Tænk og DI Fødevarer inviterer sammen til morgenmad og samtidig drøftelse om klimamærke på fødevarer. Vi foreslår onsdag den 11. maj kl 8.30-9.30 (andet tidspunkt kan findes, hvis det ikke passer udvalget). Vi vil gerne afholde det der, hvor det er mest belejligt for udvalget, så flest har mulighed for at deltage. Hvis I råder over lokaler som kan bookes kommer vi gerne, alternativt vil vi forsøge at låne et lokale på Christiansborg eller vi kan invitere jer til H.C. Andersens Boulevard 18 ved DI Fødevarer.

Formatet for mødet vil være et oplæg fra henholdsvis Forbrugerrådet Tænk og DI Fødevarer med vores vigtigste pointer ifht. udarbejdelse af et meningsfuldt klimamærke på fødevarer. Dernæst vil der være god tid til at udvalgets medlemmer kan spørge ind til synspunkter, holdninger og dilemmaer, og således have mulighed for at høre begge sider af sagen.

Vores organisationer er enige om, at vi ønsker, at der kommer et nationalt klimamærke på fødevarer som udarbejdes med regeringen for bordenden og baseres på anerkendte klimadata. Disse aspekter fremgår også af vores fælles debatindlæg som blev bragt i Børsen i torsdags, og som her vedlægges. Vores organisationer har derimod forskellig tilgang til, hvordan vi mere konkret ser et nationalt klimamærke udformet og det er særligt disse perspektiver, som vi vil have fokus på ved dette udvalgs møde. Fx positivmærkning eller skala, på tværs af kategorier eller indenfor kategorier, incitament for forbrugerne eller virksomhederne.

I er velkomne til at tage kontakt til mig, hvis I har brug for at vende dele af denne invitation. Ellers ser vi frem til at høre jeres tilbagemelding.

På vegne af Anja Philip, formand, Forbrugerrådet Tænk og Leif Nielsen, Branchedirektør, DI Fødevarer.

Venlig hilsen

Stine Vuholm, Fødevarepolitisk medarbejder, Forbrugerrådet Tænk

Tlf. 41 88 16 23 / Mail: svu@fbr.dk

Debat | DI og Tænk: Forbrugere og virksomheder famler i blinde – lad os nu få et klimamærke

Bragt i Børsen 31.03.2022

Anja Philip, Formand, Forbrugerrådet Tænk

Leif Nielsen, Branchedirektør, DI Fødevarer

I december offentliggjorde Klimarådet sin rapport om klimavenlig kost. I rapporten anbefales det, at regeringen arbejder på at etablere et klimamærke på fødevarerprodukter, som skal informere forbrugerne bedre, når de handler.

Vi er enige i store dele af rapportens anbefalinger, og dermed er både uafhængige eksperter, og vi som repræsentanter for forbrugere og fødevareraktører fortalere for et dansk klimamærke, der skal synliggøre fødevarernes klimaaftryk og derved vejlede og inspirere forbrugeren til i højere grad at spise efter kostrådene.

Som en forudsætning for et sådan mærke peger Klimarådet på, at der er brug for statslige retningslinjer for, hvordan fødevarers klimaaftryk opgøres, så vi sikrer ensretning. En officiel klimadatabase for fødevarer med transparente og tilgængelige data, baseret på anerkendte beregningsmetoder, er fundamentet for et troværdigt klimamærke. DI Fødevarer og Forbrugerrådet Tænk opfordrer derfor til, at der politisk afsættes ressourcer til opgaven, og at arbejdet med klimamærkets udformning samt klimamærkets bagvedliggende klimadata igangsættes parallelt. Ifølge Klimarådet er kernen til klimamærkets succes, at mærket udvikles i et partnerskab/samarbejde imellem offentlige og private aktører, som man kender det fra eksempelvis Fuldkornspartnerskabet. Som forbrugerorganisation og brancheorganisation vil vi gerne bidrage og tager her de første fælles skridt. Og vi håber, at fødevarerministeren hurtigst muligt samler de relevante aktører og sætter sig i spidsen for udviklingen af et dansk klimamærke.

Vi er enige om, at myndighederne skal være garant for, at forbrugerne kan stole på virksomhedernes klimakommunikation. Der er et naturligt overlap og oplagt samspil imellem klimamærkning og klimaanprisninger – dvs. virksomhedernes markedsføring af særlige klimagegenskaber ved deres produkt og brug af ord som "bæredygtigt", "grønt" eller "klimavenlig". Brug af disse begreber kan være uklare og i nogen grad forvirre mere end de informerer, til skade for både forbrugere, og de virksomheder som arbejder konkret på at nedbringe deres klimaaftryk. Et klimamærke kan bidrage til det samlede helhedsindtryk fra en fødevarer, og således være med til mindske risikoen for vildledning fra resten af markedsføringen og skabe større tryghed hos forbrugerne. Men arbejdet mod klare retningslinjer for klimaanprisninger skal ligeledes kick-startes. Klar klimatale er vigtigt både for forbrugerne og for virksomhederne.

Desværre blev der på Finansloven for 2022 hverken øremærket midler til udviklingen af en officiel dansk klimadatabase for fødevarer eller til udvikling af et klimamærke. Det er ærgerligt, for hvis et klimamærke skal blive til virkelighed og kunne bruges af forbrugere og virksomheder, kræver det, at der bliver sat politisk og økonomisk handling bag ordene.

Vi er i begge organisationer enige om, at der på længere sigt skal arbejdes mod en fælles EU mærkning, da mange af vores fødevarer jo bevæger sig på tværs af grænserne. Men vi skal ikke læne os tilbage og vente, for en europæisk mærkning kan have lange udsigter. I stedet skal vi komme i gang med en national model, som kan vejlede de danske forbrugere, imødekomme virksomhedernes efterspørgsel på klar klimakommunikation og derved skubbe fødevarerforbruget og fødevarerproduktionen i en mere klimavenlig retning. Erfaringer fra en dansk model vil også stille os stærkere i forhold til at kunne påvirke udarbejdelsen af et fremtidigt fælles EU klima- eller bæredygtighedsmærke.

Hver måned vi udskyder arbejdet med en klimamærkning af fødevarer, er en måned, hvor forbrugere og virksomheder ikke får den information og de rammer, de efterspørger for at kunne bidrage til den grønne omstilling. Derfor er vores opfordring klar: de første streger til et dansk klimamærke til vores fødevarer skal tegnes NU.