

Høringssvar

Erklæring for klimakommunikation om fødevarer

Afsender og dato:

Dansk Erhverv, den 10. august 2021

Kontaktpersoner og -oplysninger:

Saoirse Eriksen, sme@danskerhverv.dk

Lotte Engbæk Larsen, lel@danskerhverv.dk

Generelle bemærkninger:

Dansk Erhverv er glad for, at ministeriet har taget initiativ til at udvikle et branchefælles kodeks for klimakommunikation om fødevarer, som virksomheder kan anvende som rettesnor, når de vil kommunikere om fødevarer og klima. Dansk Erhverv mener dog, at det bør fremgå klart af erklæringens indledning, at det er en forudsætning for tilslutning, at man følger allerede gældende lovgivning, i forhold til bl.a. markedsføring og dokumentation. Et frivilligt kodeks bør være noget, som går udover gældende lovgivning i et forsøg på at gøre noget mere for at fremme indsatser, der understøtter FN's verdensmål.

Det er i dag en stor udfordring for virksomheder at markedsføre fødevarer med oplysninger om klima på en billig, effektiv og enkel måde. Der er både forskellige opgørelsesmetoder og et omfattende regelsæt fra både Forbrugerombudsmanden og Fødevarestyrelsen, som virksomhederne skal kende til bunds, før de kan informere forbrugerne om varernes klimaaftryk. Dansk Erhverv har derfor længe efterlyst retningslinjer og mere vejledning fra myndighedernes side, så virksomhederne ved, hvad der som minimum skal være opfyldt, før de kan kommunikere om klimavenlighed og reduktioner på fødevarer.

Alliancen for klar klimatale og dets kodeks for klimakommunikation om fødevarer er derfor et rigtigt skridt på vejen. Dansk Erhverv ser meget gerne, at myndighederne fortsætter i det spor de kommende år, og får udarbejdet officielle og offentligt tilgængelige klimadata på fødevarer, som virksomheder kan anvende, hvis de vil dokumentere, at deres produktion er bedre ift. klima sammenlignet med andre produkter i samme kategori.

Tekstnære bemærkninger:

Tekst:	Retvisende og troværdig kommunikation skaber grundlag for, at de klimaambitiøse producenter og handelsaktører kan belønnes i markedet for deres indsatser og investeringer. Samtidig er retvisende og troværdig kommunikation afgørende i forhold til at værne om forbrugernes tillid.
Kommentar:	"Producenter og handelsaktører" bør skrives sammen til "virksomheder". I afsnittet kan det også nævnes, at man som minimum skal leve op til gældende lovgivning på området. Det bør tilføjes, at før at virksomheder skal kunne belønnes for deres indsatser og investeringer, bør de også have ført til konkrete CO ₂ -reduktioner.
Forslag til ændring:	Retvisende og troværdig kommunikation skal, udover at leve op til den allerede gældende lovgivning på området, skabe grundlag for at de klimaambitiøse virksomheder kan belønnes i markedet for deres indsatser, investeringer og CO ₂ -reduktioner. Samtidig er retvisende og troværdig kommunikation afgørende i forhold til at værne om forbrugernes tillid.

Tekst:	Partnerne bag denne erklæring er enige om, at klimakommunikation om fødevarer skal hjælpe forbrugerne til at følge De officielle Kostråd – godt for sundhed og klima og dermed bidrage til den grønne omstilling på fødevarerområdet.
Kommentar:	Teksten om de officielle kostråd bør udgå. Det giver ikke mening, at de officielle kostråd fylder så meget i erklæringen, når de blot udgør et af de ti principper i selve kodeks. Vi mener ikke at der er grund til at fremhæve ét af principperne i den samlede erklæring, og slet ikke når det drejer sig om De officielle Kostråd, da det ikke er udbredelsen af dem, der er det primære formål med kodeks.
Forslag til ændring:	<i>Afsnittet bør slettes.</i>