

Ansvaret

Klima fra jord til bord



For at nå klimamålet vil Arla Foods på transportområdet anvende 2. generation biobrændstof, uddanne i miljøvenlig kørsel og øge effektiviteten gennem blandt andet bedre ruteplanlægning. De eksterne vognmænd, som måtte slå sig i tøjet, vil som konsekvens ikke kunne køre for Arla på længere sigt

En af Danmarks største udledere af CO2 tager sit ansvar alvorligt og har et globalt klimamål om frem til 2020 at ned-sætte sin CO2-udledning med 25 procent

Af Jesper Winther Andersen

Europas største andelsmejeri Arla Foods har en målsætning om at nedbringe CO2-udledningen med 25 pct. inden 2020.

-Transport, produktion og emballage spiller en meget stor rolle for en virksomhed som vores.

Helt konkret skal dyr og foder transporteres til og fra gården, råmælken skal køres til mejeriet, herefter er der produktionen på mejeriet og fremstilling af emballage, og så skal den færdige mælk køres ud til supermarkedet, hvor den skal opbevares. Endelig skal mælken transporteres hjem i kundens køleskab. En liter mælk, for eksempel, har sin helt egen livscyklus, som

Arla sætter nye mål for klimaet

Arla Foods' udledning af drivhusgasser på verdensplan er estimeret til 1,5 millioner tons om året fordelt på produktion, transport og emballage. Der skal skæres 25 procent af Arla-koncernens globale udledning af drivhusgasser inden for produktion, transport og emballage inden 2020, og det skal ske gennem en række indsatsområder, som er besluttet for den nye klimastrategi. Desuden vil Arla se på kvægbruget, herunder fodersammensætning, udnyttelse af værdistoffer i gødningen, biogasproduktion på affaldsstoffer m.v.

man kan spore tilbage og derved måle ved det klimamæssige fodaftryk i naturen – det såkaldte "carbon footprint", forklarer Corporate Environmental Manager Jan Dalsgaard Johannesen, der er ansvarlig for at implementere Arla Foods nye klimastrategi. -Det skal være troværdigt, når vi siger, vi vil begrænse udledningen med 25 procent. Og det bliver det. For vi har bred opbakning i hele organisationen, siger Jan Dalsgaard Johannesen og henviser dermed til, at mejerigigantens topchef Peder Tuborgh i foråret blev citeret for at sige, at "Vi har erfaring med, at miljø- og klimahensyn som strategisk styringsværktøj er godt ikke bare for bundlinjen i regnskabet men også afgørende for vores brand. Vi ved, at vi kan gøre noget". Der er dermed givet grønt lys til at bringe Arla Foods frem i forreste række på klimaområdet.

-Det betyder, at vi kan og skal finde nye metoder til at mindske udslippet. Udover de helt konkrete ting, vi kan sætte i værk her og nu, handler det også om at investere i ny forskning på området. Således er der konkret afsat et tocifret millionbeløb i 2008 til investeringer i forskning og udvikling af nye produkter, ny emballage og ny teknik, som er godt for klimaregnskabet, pointerer Jan Dalsgaard Johannesen.

Et konkret eksempel er, at ved at udskifte de firkantede bægre til for eksempel cremefraiche med runde bægre kan CO2-forbruget til produktion af emballage formindskes med 79 tons om året.

Klimaet på dagsordenen

Arla Foods er blandt de fem mest energiforbrugende virksomheder i Danmark, og derfor er der selvfølgelig også god økonomi i at spare på energien og blive mere effektiv.

-Den økonomiske gevinst har ikke været afgørende for vores

beslutning. Det er i sammenhængen således ikke uvæsentligt, at vores engelske kunder ganske enkelt kræver det, pointerer Jan Dalsgaard Johannesen.

Omkring en tredjedel af Arla Foods 47 mia. kr. store omsætning ligger i dag i England.

-De største detailhandelskæder i England er ekstremt opmærksomme på klimahensyn. Disse storkunder kræver konkrete initiativer, og derfor er vi



Emballagemængden skal minimeres, og der skal benyttes materialer med lav miljøbelastning. Desuden skal der anvendes flere materialer, som kan genbruges



Fødevarerproduktionen skal bidrage ved, at der anvendes ny teknologi, at der bruges CO2-neutrale brændstoffer frem for fossile brændstoffer og gennem øget effektivitet

som leverandør gået sammen med dem for at udvikle nye klimaeffektive produkter og systemer, forklarer Jan Dalsgaard Johannesen.

Arla Foods har dermed sat klimamålet på dagsordenen for at tage sin del af ansvaret for et bedre klima. Klimastrategien, der skal løbe frem til år 2020, vil være udgangspunktet for mere målrettede initiativer.

-For eksempel arbejder vi på at CO2-mærke produkterne, så forbrugerne sort på hvidt kan se, hvor meget CO2 produktet belaster miljøet med. I runde tal har en liter mælk for eksempel et carbon footprint på 1 kg CO2, og ost og smør sniger sig op på 2 til 10 kg CO2, forklarer Jan Dalsgaard Johannesen. Det varer dog et stykke tid, før det er muligt at klimamærke produkterne, da der endnu ikke findes en international standard på området. Klimastrategien er en del af



En vigtig del af strategien for at nå klimamålet er at inddrage landbruget. Arla Foods tager initiativ, støtter og samarbejder med brancheorganisationer, forskere, rådgivere og landmænd i Danmark, Sverige og England om CO2-forhold vedrørende primærlandbrug. Indsatsområder er fodersammensætning, udnyttelse af værdistoffer i gødningen og biogasproduktion på affaldsstoffer

vores målsætning. Men helt naturligt ønsker de, det skal være konkret og håndterbart. Derfor kan vi uden at blinke sige, at vi vil reducere med 25% inden for områderne fødevarerproduktion, transport og emballage. Men når det gælder primærlandbruget, vil vi samarbejde med vores andelshavere, forskningsinstitutioner og brancheorganisationer om at nå så høj en reduktion i kvægbruget som muligt, forklarer Jan Dalsgaard Johannesen og tilføjer:

-Som eksempel iværksætter vi sammen med en række forskningsinstitutioner et projekt for at skaffe os mere viden om, hvordan udledningen af drivhusgasser også kan reduceres i primærlandbruget. Fodersammensætningen kan være et område. En meget spændende tanke er at arbejde med biogasproduktion tæt på kilden – altså ude på gården.

Det nye klimamål er en del af Arlas miljøstrategi, som er funderet i det etiske program "Vores Ansvar", der er koncernens guidelines for ansvarlighed over for samfund, miljø og mennesker.

-Det er ikke uvæsentligt, at Arla Foods som andelselskab har mulighed for at se på hele kæden fra jord-til-bord. Derfor vil selskabet også aktivt støtte og samarbejde med landbrugets brancheorganisationer på virksomhedens tre hovedmarkeder i Sverige, Danmark og Storbritannien. Vi har mange strenge at spille på, og vil bruge en fokuseret indsats for at nå målet. Vi vil arbejde med ny teknologi, forskning, nye løsninger, nye materialer, dialog, innovation og udvikling og uddannelse og træning. Vi vil ikke løse vores klima-problem ved at tænde et voksløst og købe CO2-kvoter. Vi vil være skarpe, pointerer Jan Dalsgaard Johannesen.



-Vi har allerede gjort mange gode ting i virksomheden og har i de senere år øget vores investeringer på området med fine resultater til følge. Derfor er tiden nu inde til at sætte nye mål. Og det gør vi med en konkret klimastrategi, som betyder, at vil skære vores CO2-udledning ned med 25 procent over de næste 12 år. Vi er store, derfor har vi en forpligtelse. Vores indsats er en sag for hele koncernen, indsatsen kommer indefra, siger Jan Dalsgaard Johannesen