

Nordiska miljömärket – något för bageribranschen?

Det Nordiska miljömärket, Svanmärket, är som namnet anger en miljösymbol som är gemensam för alla de nordiska länderna. Meningen är att märket ska uppmuntra tillverkarna att producera varor som är bättre ur miljösynpunkt och att det ska hjälpa konsumenterna välja produkter av det här slaget. Det är frivilligt för företagen att visa upp svansymbolen. Det nordiska miljömärket instiftades år 1989, och märket får användas – förutsatt att kriterierna uppfylls – på en stor mängd olika slags produkter och varor, allt från datorer och leksaker till papper och rentav golvbeläggingsmaterial. Bruket av Svanmärket har också utvidgats till olika tjänster, som hotell- och restaurangverksamhet. Nu finns det planer på att Svanmärkets användning också utsträcks till livsmedel, till att börja med bagerier och bröd. Nordiska miljömärkningen har kommit med förslag till kriterier för miljömärkningen och har nu bett olika instanser föra fram sina synpunkter om förslagen senast före mitten av mars.

Är det då förnuftigt att det här samnordiska märket, som i många branscher värdesätts högt, utvidgas till livsmedelsbranschen, och är det över huvud taget nödvändigt? Å ena sidan förefaller spridningen av märkets användning till att också gälla livsmedel vara bra, men å andra sidan så verkar det vara helt meningslöst, särskilt om det bland förutsättningarna för beviljandet också ställs upp kriterier som ingenting har att göra med miljön och dess tillstånd.

Min syn på användningen av olika märken går ut på att, ifall ett företag tror sej få ett tilläggsvärde i sin verksamhet med hjälp av att använda ett frivilligt märke, som man dessutom är villig att betala en avgift för, så måste märket faktiskt vara nyttigt och nödvändigt för företaget ifråga. Det väsentliga är dock att användningen av märket verkligen är genuint frivilligt och att frivilligheten består också i framtiden. I det här fallet kan vi dock fråga oss om det finns någon anledning för att det i vår bransch införs ytterligare ett märke, när det för livsmedel redan finns mer än tillräckligt av olika slags märken och märkningar?

Vilka olika märken (eller loggor) finns

då redan på livsmedelsförpackningarna? Vi kan börja med ursprungsbeteckningarna: svanmärket Gott från Finland med sin flagga (livsmedel tillverkat i Finland av inhemska råvaror), Nyckelmärket Made in Finland, Bäst i landskapet (Maakuntien Parhaat), Inhemska Trädgårdsprodukter (Kotimaiset kasvikset). Ekologimärkena är åtminstone Luomu – kontrollerad ekologisk produktion, EU:s Eurolöv-märke, nyckelpigemärket Luomu samt Demeter-märket. Bland utländska ekologiska märken kan vi nämna det internationella märket för ekologiska produkter Naturland, det svenska ekologiska märket Krav och det tyska Bioland. Sen förekommer Grobladsmärket (Lähileipä) som anger att spannmålen är till 100 % inhemska. Vidare finns märket för kolfotavtryck som informerar om varje produkts växthusgasutsläpp. Det finns också diverse av EU fastställda skyddade namn med varsin märkesbeteckning, som SUB (skyddad ursprungsbeteckning), bl.a. för kareliska piroger och kalakukko, SGB (skyddad geografisk beteckning, t.ex. för bageriprodukter under namnet Kainuun Rönttönen), samt GTS (garanterad traditionell specialitet). Det finns märken med etiska förteckningar, åtminstone märket för Rättvis handel. Hjärtförbundets hjärtmärke har för sin del att göra med produktens näringsegenskaper. Den här listan kan göras betydligt längre än så här. Vi ska inte heller glömma de obligatoriska märkningarna som enligt lag måste finnas på livsmedelsförpackningarna. Det kan nämnas att EU också håller sig med ett officiellt miljömärke, EU Ecolabel (tidigare EU-blomman) – är det kanske tänkt att också det märket ska införas på våra livsmedel?

Det finns alltså en hel uppsjö med etiketter och märkningar på produkternas förpackningar. Det verkar uppenbart att den enskilda konsumenten inte orkar hålla reda på alla de här märkena, med allt de står för och vad de berättar om, när inte ens alla i livsmedelsbranschen är säkra på saken. Vad är det då för vits med att hela tiden hitta på nya märken eller att utvidga existerande märkens användningsområden? Och vad är det för värdetillskott om

en produkt på paketet har flera märken samtidigt, t.ex. Gott från Finland med sin svan, Luomu-märket – och sedan det nu föreslagna Nordiska miljömärket. Åtminstone blir det gott om svanar, när det på ett och samma paket finns både blåa och gröna svanar. Kanske Luomu-märket också borde få en svan, kanske i orange?

Är då det Nordiska miljömärket ett så viktigt att också det borde införas för livsmedel? Om det är så, borde vi då avstå från något annat märke, eller är de alla lika nödvändiga? Om de alla är så väsentliga, så vore det kanske skäl att inte utvidga livsmedlens märkesflora med det Nordiska miljömärket? Det borde åtminstone vara självklart att det bland kriterierna för beviljandet inte får finnas överlappande eller sinsemellan motsägelsefulla krav, jämfört med kraven för de märken som redan är i bruk.

Likaså måste det vara en självklarhet att miljömärket, med de kriterier som ställs för dess beviljande, måste vara – enbart och uteslutande – ett miljömärke. Tyvärr finns det i utkastet för Svanmärket som nu skickas runt för utlåtande en hel mängd beviljningskriterier som har att göra med helt andra faktorer än de rent miljömässiga. Av någon anledning krävs det för mjukt bröd att det ska uppfylla de i kriterieutkastet uppräknade kraven på fett, salt, socker och kostfibrer. Varför det? Med tanke på miljön och dess tillstånd borde det inte spela någon som helst roll hur mycket fett, salt, socker och kostfibrer som ingår i ett bröd. Det här är saker som har att göra med enskilda konsumenters hälsa och välmåga, men beslut om sådana regler hör hemma i helt andra sammanhang än de som gäller miljömärkning. Det finns en risk för att kriteriekrav av det här slaget, som ingenting har att göra med miljömärkningens syften, helt kommer att förstöra miljömärkningen och dess goda målsättningar.

Mika Väyrynen