

VI KÖPER OSS UR REGNSKOGSSKÖVLINGEN

- Svenskar villiga att betala mer för att förhindra skövling

Allt fler inser värdet i att bevara urskogarna som är hem till över hälften av världens djur- och växtarter. Majoriteten av svenskarna är mer oroliga över regnskogsskövlingen idag än tidigare. I syfte att minska skövlingen är svenskar mest positiva till att köpa märkta varor och man betalar gärna mer för märkta varor om de förhindrar skövlingen av regnskog. Detta visar en ny undersökning som gjorts av omvärlds- och analysföretaget United Minds på uppdrag av Kraft Foods.

Regnskogen har länge varit hotad både på grund av klimatförändringar och på grund av skogsskövling. Intresset för att bevara skogen har dock ökat och fler engagerar sig i olika åtgärder. Mer än hälften av svenskarna (53 procent) anser sig idag vara mer eller mycket mer oroliga över skövlingen av regnskog än för fem år sedan.

Märkta matvaror gör skillnad. Svenskarna anger att de främst skulle köpa märkta matvaror (57 procent) om de visste att det skulle minska skövlingen av regnskog. Endast 16 procent kan tänka sig att arbeta som volontär i samma syfte. Nästan hälften (49 procent) är även beredda att betala mer för märkta matvaror än ett livsmedel som saknar märkning. Av de som är beredda att betala mer kan i genomsnitt tänka sig att höja priset med 12 procent för att få en märkt matvara.

- Vi ser ett stort värde i att regnskogen numera är på de flestas läppar och att konsumenterna är villiga att göra ett aktivt val för att förhindra skövlingen. Genom att erbjuda ett stort sortiment av produkter som är från Rainforest Alliance certifierade odlingar vet vi att vi som stort globalt företag kan göra en stor skillnad, säger Kjersti Oppen, Manager External Communications Nordic på Kraft Foods.

Socialt, ekonomiskt och miljöansvar är värt att betala för. Majoriteten av svenskarna är villiga att betala ett högre pris för märkta matvaror om de främst motverkar barnarbete (49 procent). Tätt därefter vill man att odlare får skäligt betalt för sina råvaror (44 procent) och att regnskogen inte skövlas (39 procent). Ekologisk odling kommer först på en sjätte plats (22 procent).

Om jag visste att det skulle minska skövlingen av regnskog skulle jag...

- | | |
|--|-----|
| 1. Köpa märkta matvaror | 57% |
| 2. Stödja en organisation | 38% |
| 3. Inte dricka alkohol under en månad | 20% |
| 4. Avstå från att köpa nya kläder under en månad | 19% |
| 5. Arbeta som volontär | 16% |

Om undersökningen

Kraft Foods märkningsundersökning bygger på en kvantitativ webbenkät med 1013 svarande i åldrarna 18 år och äldre. Svaren har insamlats i representativa kvoter med avseende på kön, ålder och region. Undersökningen har genomförts av omvärlds- och analysföretaget United Minds under oktober 2009.

För ytterligare information, kontakta:

Kjersti Oppen, Manager External Communications Nordic , +47 90 01 05 35,
koppen@krafteurope.com

Om Rainforest Alliance

Rainforest Alliance är en oberoende miljövårdsorganisation som arbetar för att bevara biologisk mångfald och skapa hållbara försörjningsmöjligheter för arbetare och odlare som odlar tropiska grödor. Rainforest Alliance certifierar odlingar enligt 10 grundprinciper, vilka innefattar 94 olika kriterier inom miljö, ekonomi och etik. Genom organisationens princip "hjälp till självhjälp" utbildas odlare i produktivitet, kvalitetsökning och kostnadskontroll vilket stärker odlarnas ekonomi. Dessutom säljs ofta Rainforest Alliance certifierade grödor till ett högre pris. Rainforest Alliance arbetar för att ge arbetare tillgång till säkra arbetsplatser, goda boendeförhållanden, hälsovård, och utbildning för sina barn. Certifieringen innebär att ekosystem, djurliv, vattendrag och jordar bevaras. För mer information, besök www.rainforest-alliance.org.

Kraft Foods samarbete med Rainforest Alliance

Kraft Foods har sedan 2003 samarbetat med Rainforest Alliance kring hållbar odling av råvaror som kaffe och kakao. November 2009 blev Marabou först i Norden inom chokladsegmentet med att besluta att producera flera produktsegment (kakor, praliner och stycksaker) med kakao från Rainforest Alliance certifierade odlingar. Marabou ställer om hela sitt sortiment av chokladprodukter till 100 % kakao från Rainforest Alliance certifierade odlingar innan 2012.

Om Kraft Foods

*Kraft Foods "makes today delicious" i 150 länder världen över. Våra 100 000 anställda arbetar för att göra goda produkter som konsumenterna tycker om. I Norden är vi ledande inom choklad, kaffe, färskost och chokladdryck. Våra varumärken **Marabou, Daim, Twist, Japp, Gevalia, Freia, Philadelphia, O'boy** och **LU** ger tusentals konsumenter glädje varje dag.*

Kraft Foods (NYSE: KFT) är världens näst största livsmedelsföretag med en årlig omsättning på 42 miljarder USD. Företaget är medlem av Dow Jones Industrial Average, Standard & Poor's 500, Dow Jones Sustainability Index och Ethibel Sustainability Index.

Kraft Foods i Norden har ca. 1600 anställda. I Sverige finns vi i Upplands Väsby och Gävle. Läs mer på vår webbplats www.kraftfoodsnordic.com Kraft Foods, Smedbyväg 8, 194 86 Upplands Väsby, Tfn: +46 8 627 10 00. Fax +46 8 98 61 00