



Valio är Finlands mest hållbara varumärke för sjunde året i rad

I undersökningen Sustainable Brand Index™ Europas största varumärkesundersökning mättes de största varumärkena i Norden med fokus på hållbar utveckling och Valio knep återigen förstaplatsen.

Det konsumenterna uppskattar hos Valio är det långsiktiga arbetet med den egna produktionen, god djuromsorg och hållbara förpackningar.

- Vi är glada över att Valio fortfarande är det mest ansvarsfulla varumärket i Finland, vi är ödmjuka inför utmaningarna och fortsätter att arbeta för att förbättra miljöns, djurens och människors välbefinnande. Vi tror att hållbara mjölkprodukter kommer att ha en plats även i framtiden, säger Valios VD Annikka Hurme.

- Trots att mejeribranschen under senare år har varit föremål för ifrågasättande inom klimat och miljö har Valio lyckats förmedla till marknaden att de arbetar hårt för att ställa om företaget till en hållbar produktion. Det är klart imponerande, säger Erik Elvingsson Hedén, grundare av Sustainable Brand Index.

- Den utmanande situationen med coronaviruset har visat att hållbarhet, livsmedelsförsörjning och säkerhet är viktigare än någonsin. Oavsett om det är en pandemi eller en annan extraordinär händelse, är det vårt jobb att se till att konsumenterna får mat, även under exceptionella omständigheter. Mjölkbönderna i Norden spelar en viktig roll för att säkerställa livsmedelsförsörjningen och det är avgörande att den lokala livsmedelsproduktionen fungerar: att åkrarna förblir odlade, kunskapen hos producenterna bibehålls och fabrikernas hjul snurrar, fortsätter Hurme.

Nu gör vi allt för att stötta våra mjölkbönder och medarbetare så att de ska må bra och att deras viktiga arbete kan fortsätta, avslutar Annika Hurme.



Bakgrundsfakta:

Sustainable Brand Index

Europas största oberoende varumärkesstudie om hållbarhet. I år firar studien 10 år och den har genomförts årligen sedan 2011. 2020 har totalt 58 000 respondenter intervjuats i Finland, Sverige, Norge, Danmark, Nederländerna, Estland, Lettland och Litauen. Respondenterna utgörs av ett riksrepresentativt urval av befolkningen i varje land, i Finland omfattades 195 varumärken och 9480 respondenter. Totalt har 1400 varumärken bedömts utifrån FN:s globala mål för hållbar utveckling. [Läs mer](#)

Valios hållbarhetsmål - att mjölken ska vara koldioxidneutral till 2035

Hållbarhetsarbetet löper som en röd tråd genom alla delar av verksamheten. Utsläppen på gårdar och i produktion minskas, och resterande utsläpp fångas in genom att utnyttja odlingsmarkerna som kolsänkor. Exempel på insatser är att korna får helt sojafritt foder, växtbaserade förpackningar och att bönderna utbildas i kolbindande jordbruk. [Läs mer](#)

För mer information eller högupplösta bilder, kontakta:

Kalle Löfstrand, presskontakt på Valios kommunikationsbyrå Shomei

Mail: kalle.l@shomei.se

Mobil: 0733-58 26 65

Anette Björnlund, media och kommunikationschef, Valio Sverige AB

Mail: anette.bjornlund@valio.se

Telefon: 08-725 51 50

Valio grundades i Finland 1905. 1994 introducerades Valio i Sverige och 2002 lanserades de första laktosfria produkterna på den svenska marknaden. Varje år investerar Valio ca 250 miljoner kronor i forskning, utveckling och nya innovationer. Satsningen har resulterat i ett av världens bredaste sortiment av laktosfria produkter som smakar som de ska. Nu har Valio överfört den kunskapen till växtbaserat och erbjuder ett växande sortiment av gurt och dryck under varumärket Oddlygood. Valio är även känt för sitt goda smör och krämiga yoghurt. De senaste tio åren har Valio kontinuerligt ökat tillväxten på den svenska marknaden och omsatte 2018 ca 1 170 MSEK. Resan med att utveckla goda och hälsosamma produkter för ditt välbefinnande fortsätter även i framtiden. www.valio.se

