

För åttonde året i rad – Valio är Finlands mest hållbara varumärke

I undersökningen Sustainable Brand Index™ Europas största varumärkesundersökning mättes över 1400 varumärken i Norden med fokus på hållbar utveckling. I år blev Valio utsedd till det mest hållbara varumärket– för åttonde gången. Konsumenterna uppskattar framförallt Valios lokala produktion, hälsosamma produkter, djurens välmående och miljöfrågorna.

- Vi är oerhört stolta att för åttonde gången i rad väljas till Finlands mest hållbara varumärke, av konsumenterna. Det speciella året mitt under pandemin har visat oss, att god livsmedelssäkerhet och ett hållbart agerande är viktigare än någonsin. Vi är så glada att konsumenterna uppskattar arbetet bakom hälsosam och ansvarsfullt producerad mat – även i utmanande tider, säger Annikka Hurme, Valios koncernchef.

- Det senaste året har varit utmanande för flera branscher, och många har varit tvungna att ändra om i sin verksamhet. Även hållbarhetens betydelse har ökat under pandemin. Livsmedelsindustrin har visat sin förmåga att fungera under extrema förhållanden, och dess viktiga samhällsroll syns också i studiens resultat, berättar grundaren av Sustainable Brand Index, Erik Elvingsson Hedén.

- Vi känner till vår miljö och klimatpåverkan och minskar den aktivt med hjälp av kolbindande jordbruk, biogas från gödsel och andra utsläppsminskande åtgärder på gårdarna och i mejerierna. Samtidigt strävar vi hela tiden efter att förbättra djuromsorgen. Det viktigaste nu är att värna om hälsan och engagemanget hos Valios medarbetare, mjölkbönder och samarbetspartners, så att vi kan fortsätta arbeta för vårt ambitiösa mål att nå helt koldioxidneutral mjölk till 2035, avslutar Hurme.

Bakgrundsfakta:

Sustainable Brand Index

Europas största oberoende varumärkesstudie om hållbarhet. I år har studien funnits i 11 år och den har genomförts årligen sedan 2011. 2021 har mer än 60 000 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 212 varumärken och 9900 respondenter. Totalt har 1449 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: 0703 033 561

Pressmeddelande den 16 mars 2021

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, dryck och alternativ till ost 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 1 303 MSEK under 2020. Resan med att utveckla goda och hälsosamma produkter för ditt välbefinnande fortsätter även i framtiden. Läs mer på www.valio.se