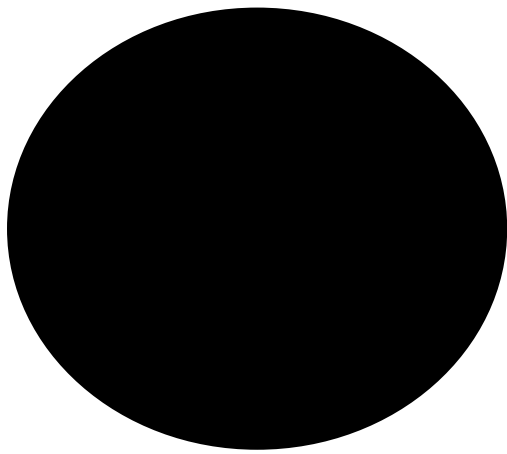


ZENBAT CO2 ISURTZEN DU ZURE HANBURGESAK?

Posted on 19/01/2012 by Naider



Max Burgerrek, Suediako janari azkarreko kate nagusiak, bi urte baino gehiago eman ditu bere jarduerak sortzen dituen CO2 isuriak kalkulatzeko; izan ere, [euren webgunean CO2 tonei buruzko informazio zehatza eskaintzen dute](#) zeinen igorpena. menu-elementu bakoitzarekin lotuta dago, edariak eta alboak barne. Kaloriak edo osagaiak bezala, informazio hori ikusgai jartzen da bertako jatetxeetan; Nolabait esateko, enpresa bera bezeroei haragi gutxiago jan behar dutela transmititzen ari dela esan liteke, [erantzuleetako batek BBC](#)ri egindako adierazpenetan aitortu duenez.



Neurria [greenwashing](#) soil gisa uler daitekeen arren, egia da < a href="http://www.maxburgers.com/" target="_blank" rel="noopener">Max Burger kontsumitzen ditugun ondasunen ingurumen-inpaktuari buruzko informazio-eskari gero eta handiagoari erantzuten ari da, Europako herrialde nordikoetan askoz errotuago dagoen gaia.

✖ Horrez gain, gero eta handiagoa den kontsumitzaile begetarianoari ere zerbitzatuz, konpainiak CO2n aliatu bat aurkitzen du bere produktuak dibertsifikatzeko eta hanburgesa begetarianoak edo erdi-begetarianoak eskaintzeko. Barruan, produktu bakoitzak sortzen dituen isurketen kalkulu zorrotza lan-lerro ona da, ekoizpen-kate osoan energia-kontsumoa aztertuz, prozesuak optimizatuz eta deiak murrizten lagun dezaketen hornitzaileak identifikatuz [foodprint](#).

Max Burgers-en hornitzaile horietako bat [Lantmännen](#) izan liteke (egiaztatu gabea), Suediako konpainiako okindegia ere. gozogintza [" klima-fitxa" moduko bat eskaintzen duena](#) bere produktu bakoitzeko; Zalantzarik gabe, gizarte- eta ingurumen-erantzukizuneko politika oso garatua.

✖ Bi adibide [eko-berrikuntza](#) elikagaien alorrean aplikatuta, ziurtagiri eta arau ofizialetatik haratago joanez (nahiz eta Lantmännen-ek [ISO 14025](#)) eta kontsumitzaile oso kontzientea duen ingurune batean sortzen badira ere, inspirazio ona izan daitezke beste enpresentzat produktu berriak sortzeko eta berrikusteko. ekoizpen ereduak eta marketin estrategiak.

Lotutako artikuluak:

[Etxeko ekoberrikuntza: Philips-ek proposatutako sukaldea](#)

[Berrikuntzaren ardatza zabaltzea](#)

[Jasangarritasuna eta berrikuntza: kontzeptuari buelta ematen jarraitzen dugu](#)

[Nekazaritza bertikala: landatu tomateak etxe orratz batean](#)

[Egosi, sukaldari!](#)

There are no comments yet.