

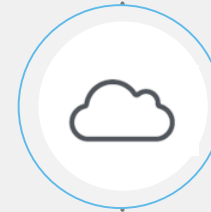
Forsøg med klimamærkning i Netto

Arbejdsgruppe klimamærkning

8 Juni 2022



Baggrund for forsøget



Introduktion til Klimaskyen



Resultater & anbefaling

ET OPLAGT BIDRAG TIL AT REDUCERE CO₂-AFTRYK FRA FØDEVARER ER OPLYSNING/MÆRKNING



Incitament

- 1 Fødevarer står for ~20% af vores CO₂ aftryk i Danmark
- 2 Vi ønsker at tage et større ansvar og intensivere klimaindsatsen



Mulighed

- 1 Datatilgængelighed i form af den store klimadatabase
- 2 Forbrugere viser interesse for at påvirke klimaet positivt gennem deres indkøb

GRUNDLAGET FOR ORDNINGEN ER SAT I 3

1

Lave en ordning
der reelt reducerer
CO₂ aftrykket på de
varer vi sælger



2

Give forbrugeren
vejledning i selve
indkøbssituationen



3

Skabe et
erfaringsgrundlag
til en national og
statskontrolleret
ordning



Mission: Det skal være nemt at handle mere klimavenligt

GRUNDLAGET FOR DET VIDERE ARBEJDE

1

**Positivt mærke -
25% bedre end
gennemsnittet**

2

**Mærkning med
afsæt i respektive
kategori**

3

**Kategorier skal
være bredt
dækket(data) og
med tydelig varians
i aftryk**

4

**Kategorier som
ikke kan modtage
nøglehul og
kategorier med
gns. Co2>10
undtaget**

EN KLIMAMÆRKNING PÅ TRE BEN

1



Anmærkning af de mindst udlodende varetyper på tværs af butikken (mindre end 1 co2e)

2



Anmærkning af varetyper med det laveste klimaafttryk i varetypens kategori

3



Illustrative klimaanmærknings-hierarkier for frugt og grønt samt kød



400 varer får en positiv klimamærkning (ca. 20% af de kategorier der dækkes i ordning)

FOR KATEGORIER DER OPFYLDER KRITERIER MÆRKER VI DE VARER DER ER MINDST 25% BEDRE END KATEGORI GNS.

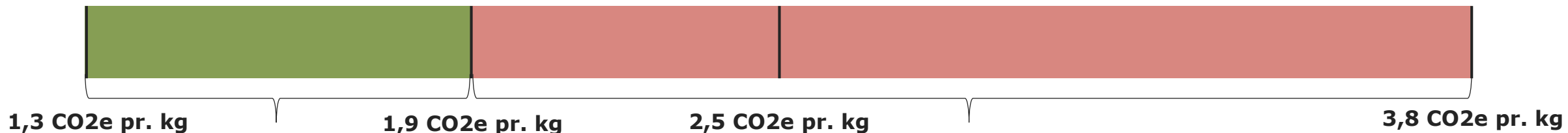
Example for category - Poultry

Lowest emission product

Threshold for positive climate label

Average emission for the category

Highest emission product



No label



Included categories

- Sliced cold / salads
- Cheese
- Pork
- Poultry
- Fish and shellfish
- Convenience food
- Dairy
- Nuts / Seeds

Excluded categories

- Alcohol
- Cookies
- Gum
- Chocolate,
- Oil, dressing and ketchup
- Red meat / lamb

4 MÅNEDERS TEST I 2 BUTIKKER – STØTTET OP AF MARKEDSFØRING I BUTIK



4 MÅNEDERS TEST I 2 BUTIKKER – STØTTET OP AF MARKEDSFØRING I BUTIK



SOM LED I BUTIKSKOMMUNIKATIONEN OPSTILLEDE VI STANDERE MED PJECEER BUTIKKEN

**SE EFTER SKYEN
NÅR DU VIL HANDLE
KLIMAVENLIGT**



Netto 



SÅDAN HAR VI GJORT

Med støtte fra Salling Fondene har tænketanken Concito udgivet Den store klimadatabase, som viser det gennemsnitlige klimaaftryk fra 500 almindelige fødevarer og drikkevarer på det danske marked (målt pr. kilo vare).

Det er med udgangspunkt i denne database, at Netto nu lancerer Skyen. Fødevarers klimaaftryk er et kompliceret regnestykke, som dækker over alt lige fra produktion af varen til transport, og hvordan emballagen influerer på klimaet.

Arbejdet er langt fra fuldt ud, og der vil løbende komme nye input, der kan hjælpe til at gøre en klimamærkning endnu mere præcis. Klimadatabasen er den største af sin art til dato, og derfor tror vi tiden er inde til at hjælpe de danske forbrugere til at handle mere klimavenligt.

DET SKAL VÆRE NEMT AT HANDLE KLIMAVENLIGT

I Netto ønsker vi at bidrage til et samlet lavere klimaaftryk i forbindelse med produktion, køb og salg af dagligvarer. Det gør vi bedst sammen med jer – og derfor ønsker vi at gøre det nemmere for vores kunder at vælge varer med lavt klimaaftryk.

I Netto håber vi på, at vi meget snart kan samles om en fælles national klimamærkning på tværs af dagligvarehandelen. Men den findes ikke endnu, og derfor har vi valgt lave vores eget bud på en klimamærkning, som vi kalder Skyen.

Lige nu tester vi klimamærkningen i Netto Kongelundsvej i København og vores nye bæredygtig butik i Bygholm Bakker i Horsens.



Se efter skyen når du vil handle klimavenligt.

UDVALGTE RESULTATER – SIGNIFIKANT PÅ VARER MED STORT KLIMAAFTRYK

1

Oksekød

-4,1%

2

**Pålæg uden klima-
sky**

-6,3%

3

Avocado

-5,5%

Salgsudvikling i butik - status quo

FORBRUGERNE ER KLAR – OG DE ÆNDRER ADFÆRD NÅR DE BLIVER OPLYST VED HYLDEN



50 %

Tænker over deres klimaaftryk når de handler dagligvarer

74 % tænker over klimaaftryk i andre sammenhænge.



86 %

synes klimaskiltning er en god ide

47 % føler at de mangler information omkring klimaaftryk i dagligvarehandlen.



30 %

så skiltningen med klimaskylen i de to testbutikker

8 % tog pjece
34 % så kategori-plakat
73 % så hyldeforkanten



5,4 %

af alle kunderne har ændret vare pga. skiltningen

18 % af dem der så skiltene med klimaskylen har ændret valg af en vare.



98 %

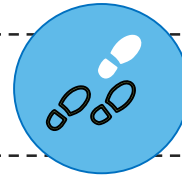
oplevede skiltningen positivt

TESTEN VISTE SYNLIGE RESULTATER, MEN VI TROR PÅ EN ENDNU MERE EFFEKTIV KLIMA-MÆRKNING



Konklusion

- 18% af de forbrugere der lagde mærke til klimamærkningen, siger den ændrede deres købsadfærd
- Reduktion af samlet CO₂ aftryk fra solgte fødevarer i test-butikkerne som følge af klimamærkning
- Positiv mærkning medfører kompleksitet i kategori-selektering og antagelser om indkøbsadfærd reducerer effekt og opbygning af reel viden (reduceret til mikro-flyt)



Anbefaling

- Bredere og dybere data skal etableres – 1500 varetyper og ingredienser bør dække behov for valid mærkning (OBS lav beregner)
- Bør laves som skala som kan fungere i kategorien og på tværs af kategorier og med mest mulig transparens for at øge det generelle vidensniveau og maksimere effekt på både kort og lang sigt
- Fælles regler for hvordan virksomheder må angive CO₂-aftryk fra varer samt brug af klima-anprisninger