

KLIMA Kvickly

Test af klimamærke

Arbejdsgruppemøde 8. juni 2022



coop



Bag testen

Klima er en dagsorden, som er kommet for at blive. Derfor ønsker vi at undersøge:

- Hvordan kan man tage klimahensyn i kundemødet i butik?
- Hvilke tiltag vil kunne bidrage til en reduktion af klimaaftrykket fra vores fødevarervalg? (uden tilsvarende reduktion af forretningen!)
- Hvilke tiltag vil accepteres af kunderne? (og hvilke vil ikke)
- Hvordan oplever kunderne initiativerne? Hvad betyder de for perceptionen af butikken?
- Klima Kwickly er Coops klimalaboratorium i mindst 1 år

Første test: Klimamærkning

Jordkloden symboliserer et globalt hensyn



Blå og grøn associeres med miljø og klima

Bedre viser at anprisningen er relativ og kategorispecifik

5 principper bag mærket

- Så **simpelt** for som muligt – vi tager ansvar og skjuler kompleksiteten
- **Positiv mærkning**. Vi mærker kun det, som kan anbefales ud fra et klimahensyn – ikke resten
- Vi **understøtter klima-kostrådene** – ingen mærkning af ”overflødige” eller usunde varekategorier (alkohol, slik, sodavand, snacks)
- Vi **differentierer ikke inden for snævre kategorier** (te, kyllingekød, flaskevand, toastbrød etc.) men mærker enten alt eller intet
- Vi skelner ikke mellem **økologi og ikke-økologi** eller mellem sæsoner



Vi tester et klimamærke!

I Coop har vi udviklet et klimamærke, som vi kalder 'Et bedre klimavalg'. Mærket skal gøre det let for dig at vælge de fødevarer, som har det laveste klimaaftryk inden for hver kategori.

Sortimentet i varehuset har vi ikke ændret på, og priserne er præcis de samme, men vi forsøger at guide dig til nemt at kunne foretage bedre klimavalg.

Vi tester klimamærket her i Klima Kvicky i den kommende tid, og vi håber, du synes, det gør det lettere at handle klimabevidst.

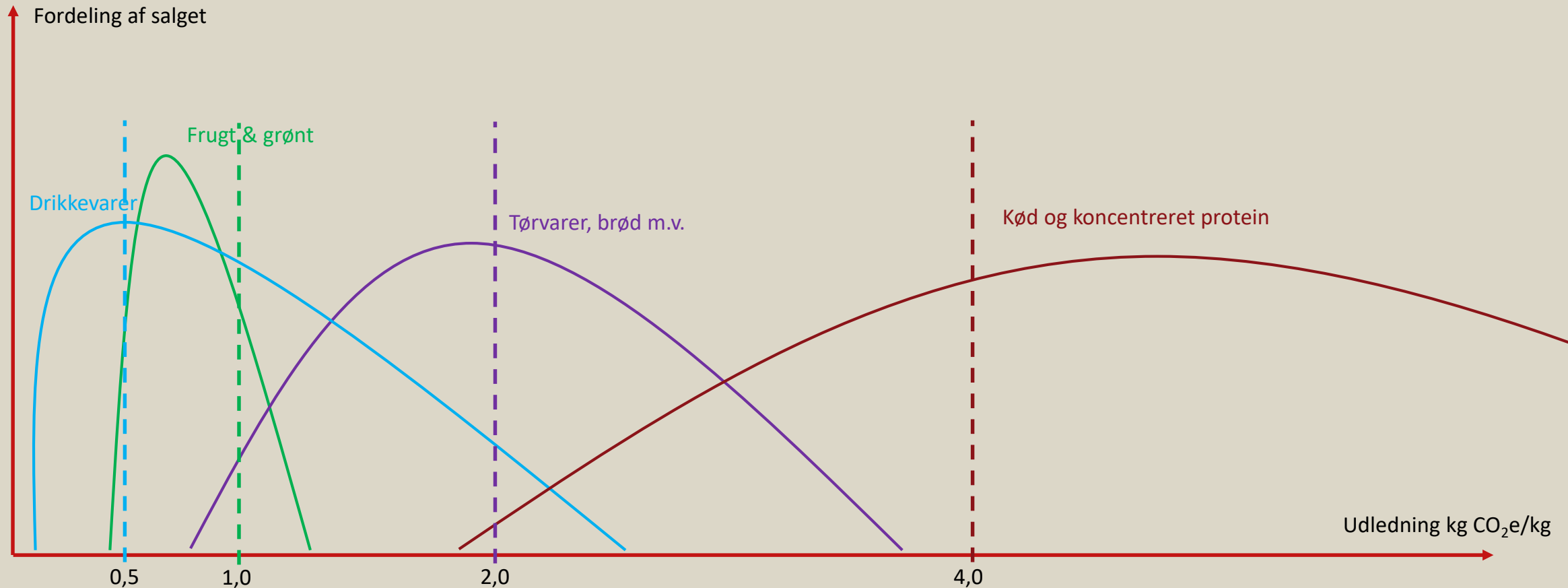


4 varegrupper med forskellige grænseværdier for mærkning

- **Drikkevarer og flydende varer** (fortyndet til brug), herunder mælk, plantedrikke, saft, juice, (øl, vin, sodavand), kaffe, te og vand: under 0,5 kg CO₂e pr. liter
- **Frugt og grønt**, herunder færdigsnittede salater, krydderurter, tørret frugt og bær samt konserveret og frossen frugt og grønt: under 1 kg CO₂e pr. kilo
- **Tørvarer/kolonialvarer**, herunder også brød, kiks, kager, morgenmadscerealier, ris, pasta, bageprodukter, (konfektur, snacks) m.v.: under 2 kg CO₂e pr. kilo
- **Kød og koncentreret protein**, herunder alle typer fersk og tilberedt kød, ost, pålæg, æg, plantebaserede alternativer til kød samt fisk og skaldyr: Under 4 kg CO₂e pr. kg

Grænseværdier for mærkning defineret ud fra fortynding/ næringsværdi

Vi har ønsket at reducere kompleksiteten, så kunden kun finder mærket på varer, som det *anbefales* at øge indtaget af eller som har *lavt aftryk* i kategorien



Datagrundlag

- Datagrundlaget er mindre vigtigt: Det er proportionerne mellem varegrupper, som er væsentlige, ikke det eksakte tal
- Konsensus er vigtigere end præcision
- Hastighed er vigtigere end præcision
- Vi har valgt at bruge Den Store Klimadatabase (Concito), fordi der her var flest danske varer beregnet – ikke fordi vi nødvendigvis foretrækker metoden!
- Hvis varer ligger tæt på en grænseværdi, har vi ledt efter ”guiding principles”, som kan forklares for kunder og personale – se eksempler



Eksempler fra enkelte kategorier

Der er udviklet detaljerede principper for mærkningen i de enkelte kategorier og fødevaregrupper

Bagerafdelingen

Et bedre klimavalg:

Alle brød, boller og rundstykker

Kan IKKE mærkes:

Alle bagervarer, som indeholder smør, æg og mere end 5% sukker.

Det vil sige wienerbrød, basser, flødekager, tørkager, ostesandwich, pølsehorn, pizzaslices etc.

Frugt & grønt-afdelingen

Bedre klimavalg:

Alle grøntsager, frugter og krydderurter. Alle færdigsnittede salater uden kød og rejer (dog ok med kylling).

Kan IKKE mærkes:

Måltidssalater med kød og rejer, flyfragtede varer

Kølere med fersk kød og fisk

Bedre klimavalg:

Alle udskæringer af kylling og kalkun, samt frikadeller, fisk og plantebaserede alternativer, samt alle færdigretter baseret på disse

Kan IKKE mærkes:

Svinekød, rejer, okse, lam samt færdigretter med disse kødtyper

Kaffe, te, kakao og andre varme drikke

Bedre klimavalg:

Kaffe og te

Kan IKKE mærkes:

Chokolade/kakao og pulvermix med mælk

Mærket vises på hyldeforkanter og forklares i butikken



Første erfaringer efter 3 fulde ugers test

- Kunderne er positive og føler sig langt bedre hjulpet end før introduktionen (8% -> 30%)
- Salget af F&G stiger signifikant (+15%)
- Salget af mærkede morgenmadsprodukter stiger signifikant (+10%) på bekostning af ikke-mærkede varianter
- Ingen signifikant ændring i salg af kød og mejeriprodukter
- 35% reduktion i ferskvarekassationer (fra 1,4% til 0,9%)



Dilemmaer og vores valg

- Positiv mærkning eller mærkning med skala?
- Mærkning af varegrupper, som virker "ulogiske" (flaskevand, marinade, avokado)?
- Tager vi incitamentet fra virksomheder ved at basere mærkning på generiske data?
- Giver mærkning af hele varegrupper værdi, hvis alle varer har mærket?
- Positiv mærkning, fordi det er den type mærkning, som kunderne kender til og navigerer efter i dag
- fordi mærket skal være frivilligt
- fordi et mærke skal *reducere* kompleksitet og ikke vælte den over på kunderne
- Vi fastholder mærkning, fordi det er det enkelte produkt, som vurderes. Mærket kan korrigere misforståelser
- Virksomheder kan opnå mærkning ved at producere varer, som lever op til mærkets krav – lige som Nøglehul- og Fuldkornsmærkerne
- Nej i realiteten ikke. Det guider ikke kunderne. Vi tester derfor også en "kategori-anprisning", hvor vi generelt viser at f.eks. alt frugt & grønt er bedre klimavalg