



PRESSMEDDELANDE

7 av 10 svenskar utgår från att förpackningen är klimatsmart om produkten är miljöprofilerad

LUND, (17 december 2009) – **Många livsmedel marknadsförs som gröna men konsumenten vet sällan om det även gäller förpackningens miljöpåverkan. Dock är det 70 procent som utgår från att förpackningen är klimatsmart om produkten är miljöprofilerad, det visar en färsk undersökning som United Minds genomfört på uppdrag av Tetra Pak.**

Förpackningens miljöpåverkan har stor betydelse för konsumenten visar en undersökning bland 1000 svenskar som Tetra Pak låtit göra. Det är 46 procent som kan avstå från att köpa produkten fast man vill ha den, om man vet att förpackningen har en negativ miljöpåverkan. Men ju yngre man är, desto mindre kan man tänka sig att avstå från att köpa en produkt på grund av att förpackningen är negativ för miljön.

- Ett medvetet val av förpackning kan påverka miljön. Det är glädjande att många konsumenter tycker frågan är viktig, men vi ser också att det finns en okunskap om olika förpackningars klimatpåverkan. Vi behöver därför bli bättre på att informera om hur konsumenterna kan handla mer klimatsmart, säger Eva Axelsson, miljöchef på Tetra Pak i Norden och Baltikum.

För att ändra köpvanor krävs konkreta siffror. Undersökningen visar att 42 procent kan välja livsmedel med en annan typ av förpackning än de köper idag om den kan visa på låg koldioxidbelastning. Det är hela 75 procent som kan välja en annan typ av livsmedelsförpackning ifall den kan bevisa att den orsakar 30 procent mindre miljöbelastning.

På frågan om vilka krav man bör ställa på en livsmedelsförpackning svarar 82 procent skydda och bevara produkten, 81 procent att den är återvinningsbar och 77 procent att den är bra för miljön. Bara 8 procent svarar att snygg design är prioriterat.

- Konsumenter har höga krav på förpackningar och de tre viktigaste kraven har fokus på miljöfrågor vilket är både positivt och utmanande för hela livsmedelsbranschen, säger Eva Axelsson.

I undersökningen svarade 51 procent att de tycker att kartong är det mest klimatsmarta. Svenska Miljöinstitutet (IVL) presenterade tidigare i år en studie om olika förpackningars miljöpåverkan genom en så kallade livscykelanalys. IVL:s miljöstudie visade att val av material är en viktig faktor för förpackningens miljöpåverkan och att kartong hade minst klimatpåverkan. Tetra Paks förpackningar är till största delen gjord av kartong, som är gjord av en förnybar råvara från skogen som ständigt fylls på.

MEDIAKONTAKTER

Eva Milton, kommunikationsdirektör
0708 69 69 72, Eva.Milton@tetrapak.com

Eva Axelsson, miljöchef
0708 69 69 10 Eva.Axelsson@tetrapak.com

PRESSMEDDELANDE

Om undersökningen:

Undersökningen genomfördes i augusti 2009 av United Minds, med hjälp av datainsamlingsföretaget Cint. Demografiskt representerar urvalet Sveriges befolkning utifrån kön, ålder och geografisk tillhörighet, från ett kvoterat slumpmässigt urval av 1045 svenskar i åldrarna 18 - 80 år.

OM TETRA PAK

Tetra Pak är världens ledande företag inom process- och förpackningslösningar för livsmedel. Vi samarbetar med våra kunder och leverantörer för att erbjuda säkra, innovativa och miljöanpassade produkter, som varje dag tillgodoser behovet hos miljontals människor över hela världen. Vi har fler än 20 000 anställda och verksamhet i över 150 länder. Vi tror på en långsiktig och hållbar attityd till vår affärsverksamhet och tar vårt ansvar som ledande i vår industri. Vårt motto "PROTECTS WHAT'S GOOD" uttrycker vår affärsfilosofi att göra livsmedel säkra och tillgängliga, överallt. Mer information om Tetra Pak finner du på www.tetrapak.se och www.tetrapak.com