

Emballasjeutviklingen i Norge 2015

Handlekurv og Indikator



Omsetning for utvalget av produkter i Handlekurven (milliarder NOK)

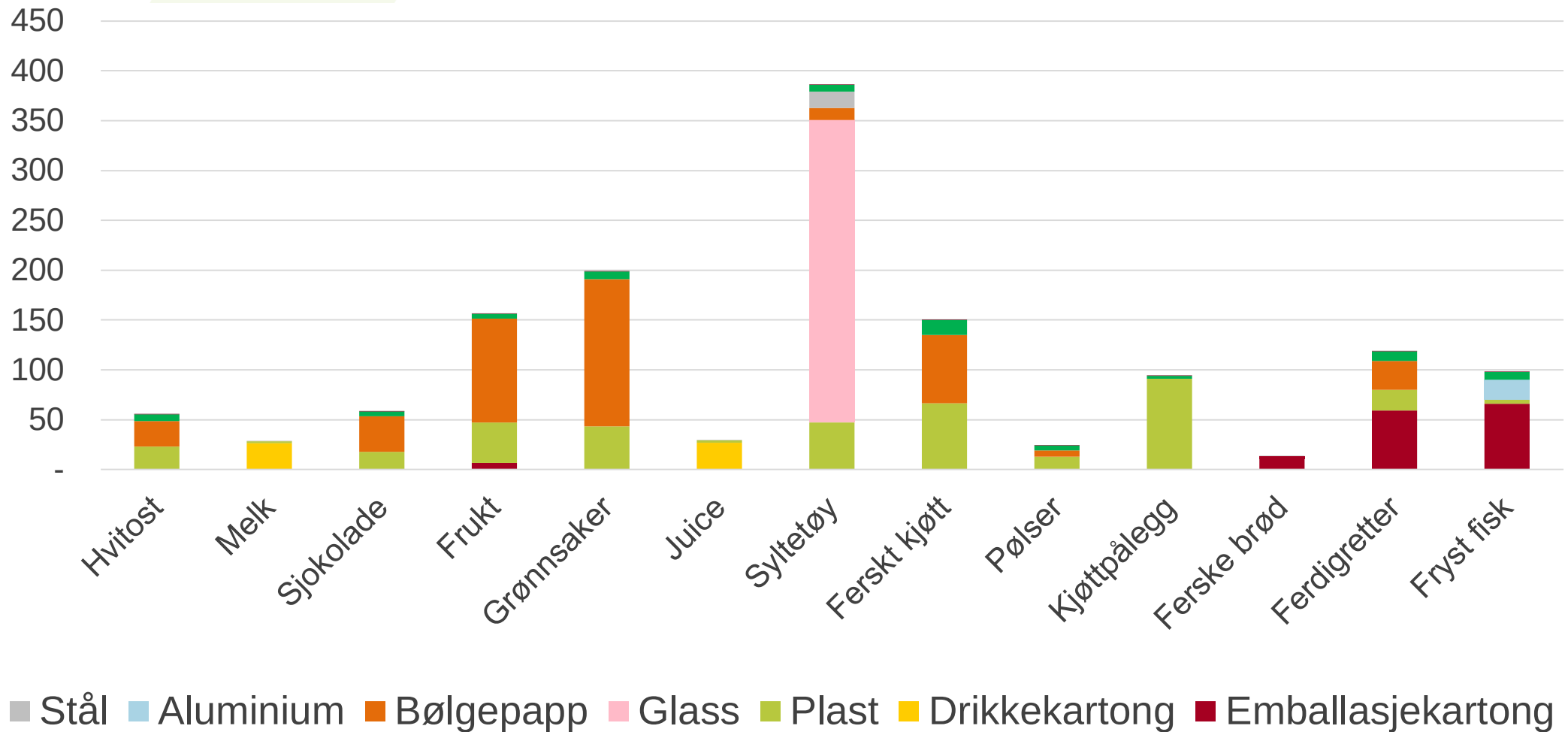
	Markedsledende	Hurtigstvoksende	Totalt
2011	7,3	4,5	11,8
2012	7,3	6,2	13,5
2013	7,5	4,7	12,2
2014	7,6	5,8	13,4
2015	7,8	6,2	14,0

De utvalgte produktene representerer en omsetning på ca. 14 milliarder NOK, dette tilsvarer omtrent 8,5 % av den totale omsetning i dagligvarehandelen på 164 milliarder NOK (AC Nielsen 2016)

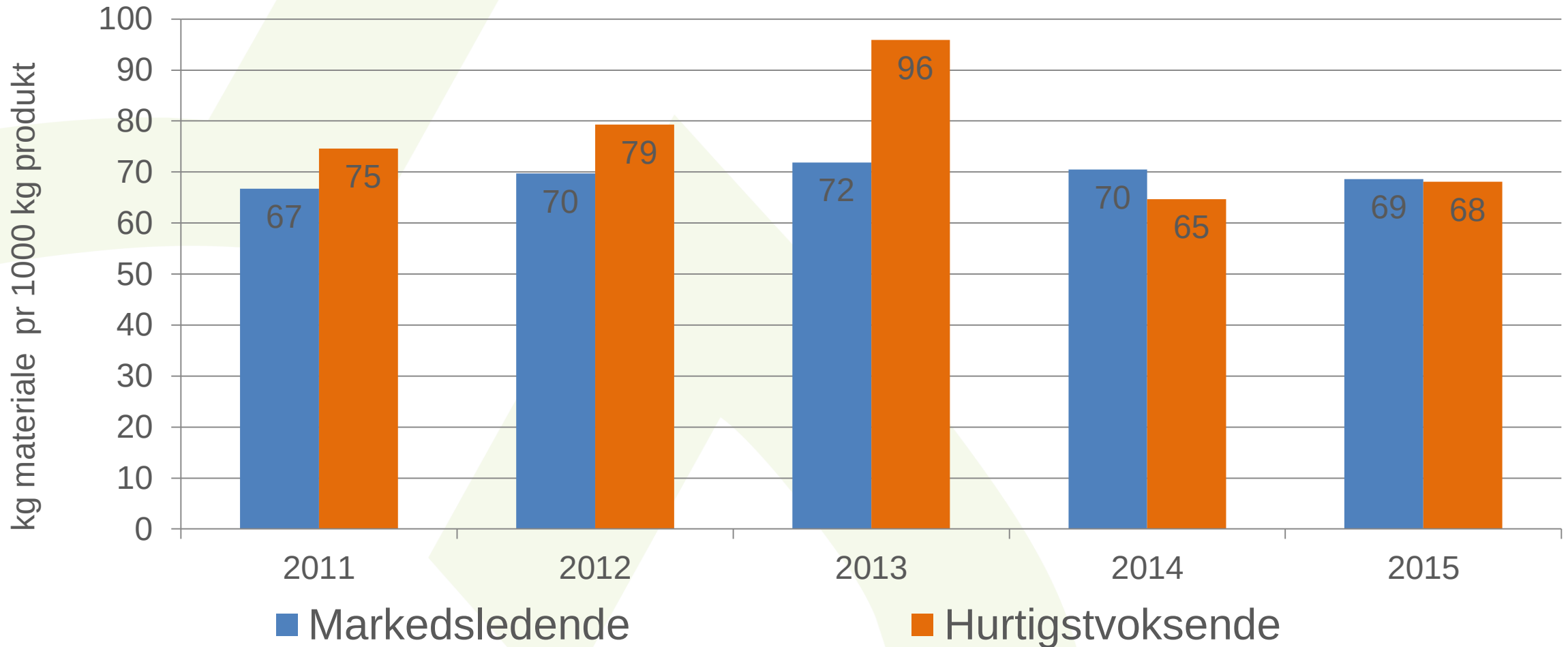
Varegruppenes andel av omsetning i 2015

	Markedsleder	Hurtigstvoksende
Hvitost	21 %	26 %
Melk	28 %	16 %
Sjokolade	8 %	10 %
Frukt	10 %	7 %
Grønnsaker	5 %	6 %
Juice	4 %	6 %
Syltetøy	1 %	1 %
Ferskt kjøtt	1 %	2 %
Pølser	9 %	11 %
Kjøttpålegg	5 %	5 %
Ferske brød	5 %	7 %
Ferdigretter	2 %	1 %
Fryst fisk	1 %	2 %
Sum	100 %	100 %

Mengde emballasjemateriale (kg) per 1000 kg produkt fordelt på varegruppe (2015) for markedsledende produkter



Mengde emballasje per 1000 kg produkt justert for omsetningsandel fra 2011 til 2015



Forklaring på endringer

For markedsledende produkter er følgende varegrupper endret (2014 til 2015):

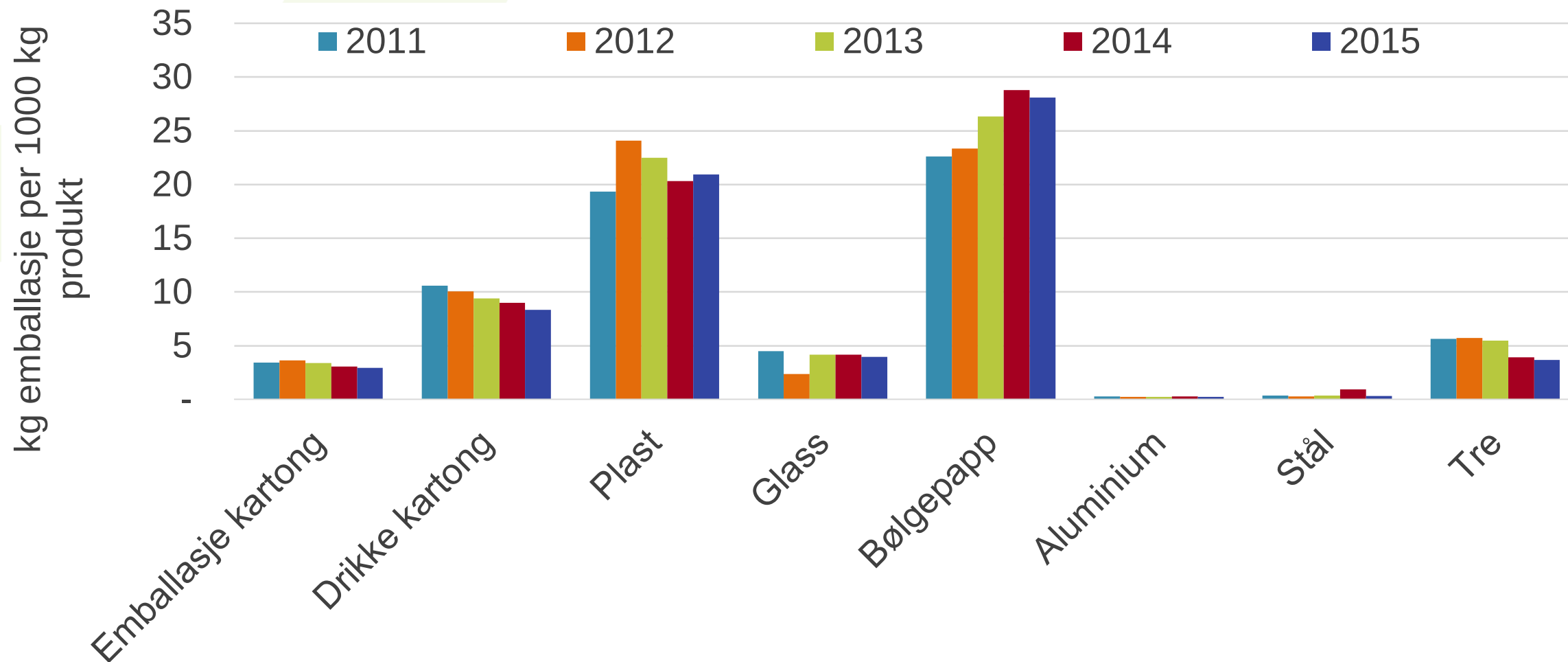
Økning:

- Grønnsaker (+ 54 %)
- Fryst fisk (+ 14 %)

Reduksjon:

- Hvitost (- 14 %)
- Melk (- 6 %)
- Sjokolade (- 22 %)
- Fukt (- 2 %)
- Juice (- 3 %)
- Syltetøy (- 2 %)
- Ferskt kjøtt (- 28 %)
- Kjøttpålegg (- 3 %)
- Ferskt brød (- 2 %)
- Ferdigretter (- 3 %)

Kg emballasje pr 1000 kg produkt justert for omsetningsandel for markedsledende produkter

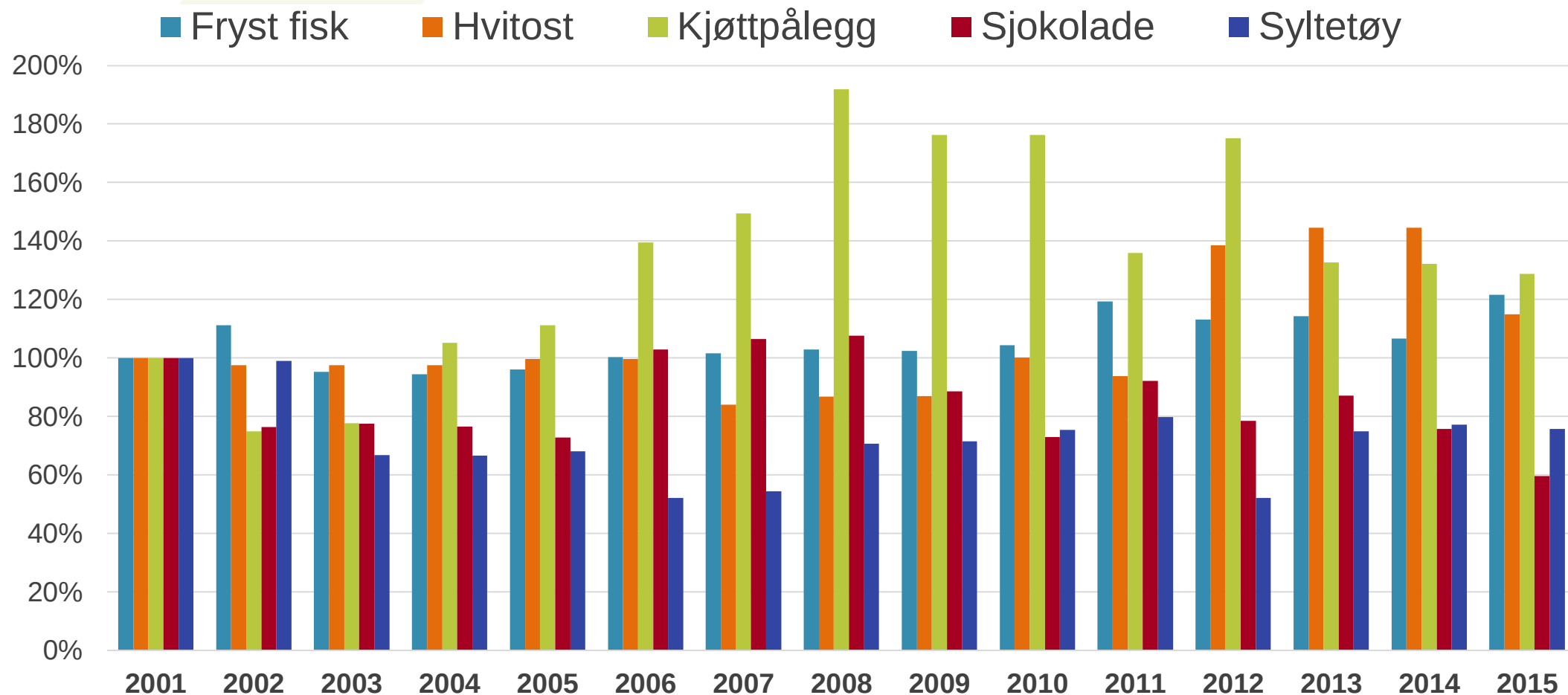


Brutto og netto emballasjemengde fordelt på materialtype og år

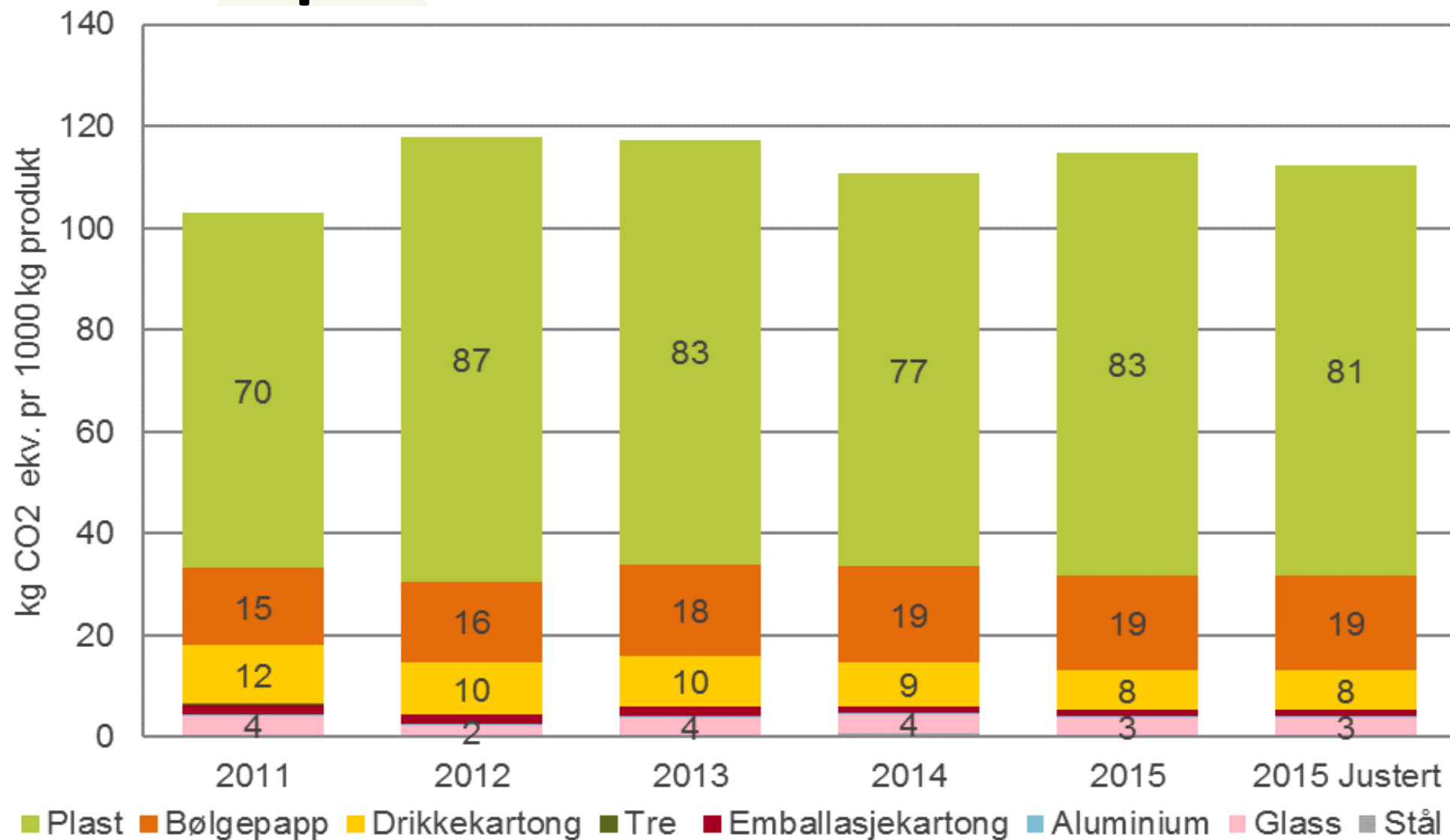


Relativ endring (%) i emballasjemengde for utvalgte varegrupper 2001-2015

Δ % emballasjemengde per 1000 kg produkt



Klimaregnskap (kg CO₂) for markedsledende produkter fra 2011 til 2015



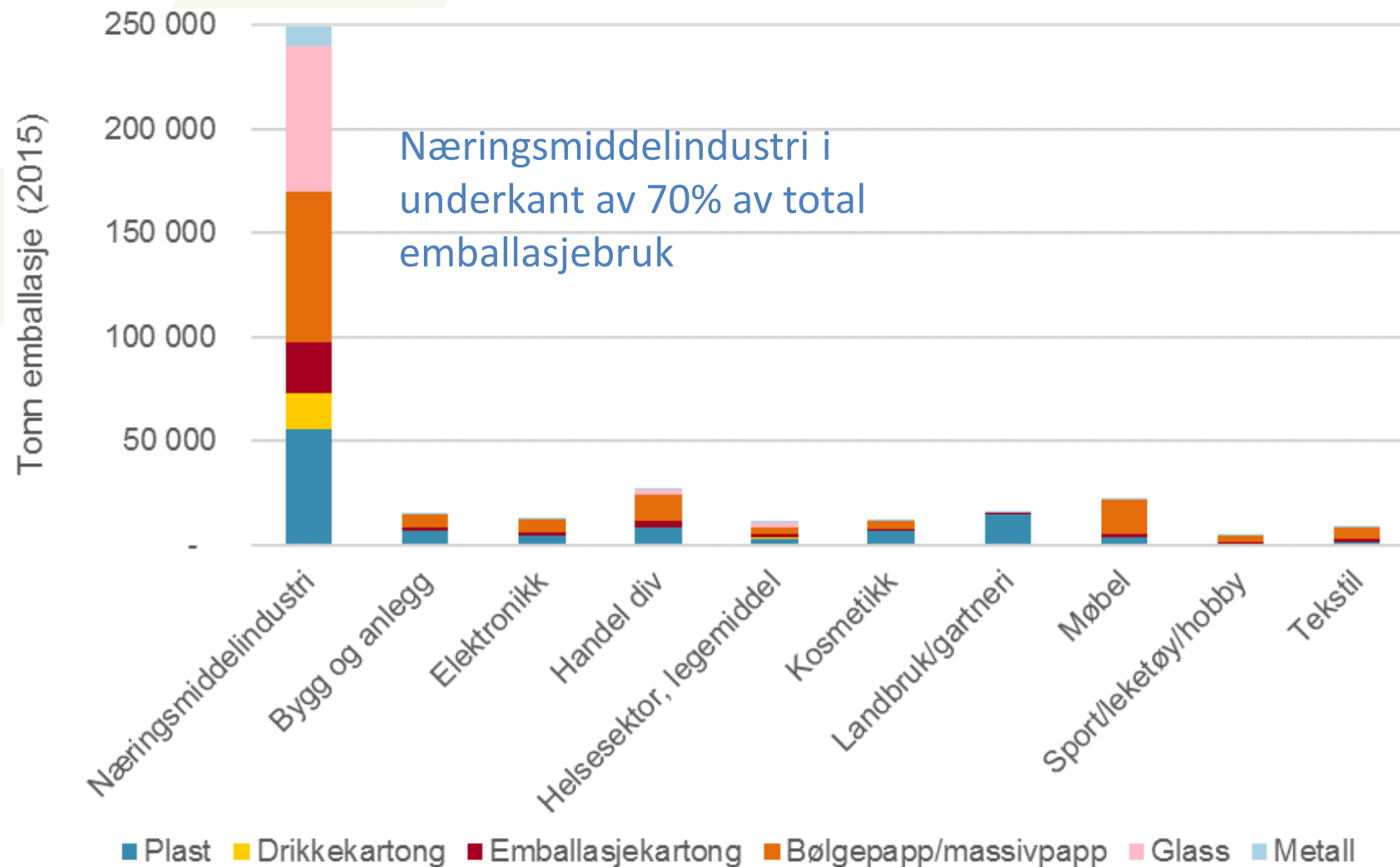
Klimagassutslipp økning fra 2011 til 2015

- Hovedårsaken til de økte klimagassutslippene for ordinær plastemballasje er ikke økt mengde emballasje men redusert materialgjenvinningsgrad av plast (fra 36 % i 2011 til 29 % i 2015)
- Swerec AB manipulerte datagrunnlaget for materialgjenvinningsgraden av norsk plast 2015. Plast som kunne vært materialgjenvunnet ble energigjenvunnet
- Redusert materialgjenvinningsgrad i 2015, og dermed økte klimagassutslipp per kg plastemballasje.
- Det er beregnet en justert materialgjenvinningsgrad med utgangspunkt i at denne plasten hadde blitt materialgjenvunnet. Klimagassutslipp fra plast reduseres fra 83 til 81 kg CO₂ per 1000 kg produkt.

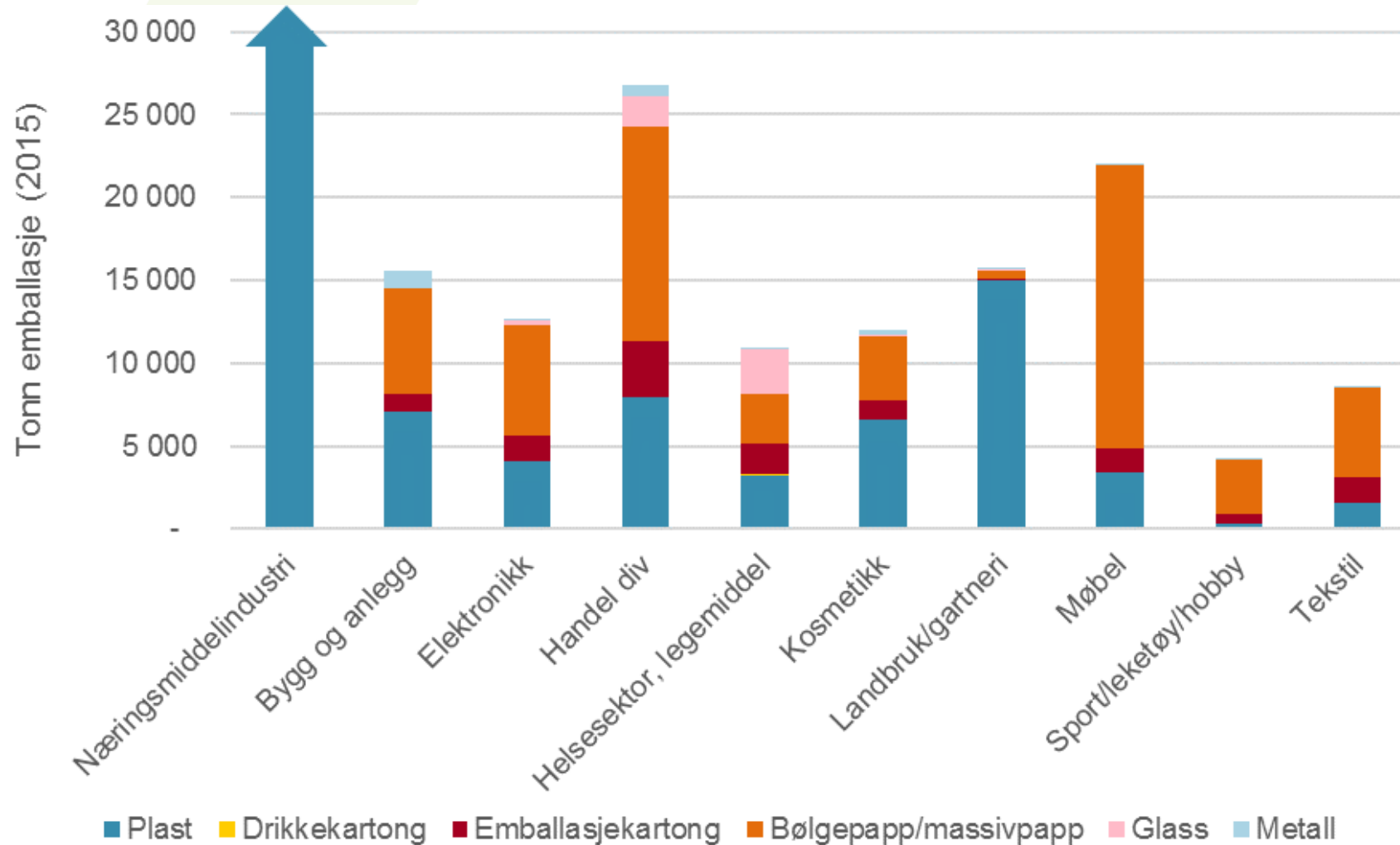
Indikatorprosjektet

- ✓ Bedrifiers emballasjeutviklingen relatere kg emballasje per million omsetning
- ✓ Aggregerte tall for emballasjebruk og omsetning for 10 bransjer
- ✓ Rapportering fra 2 497 bedrifter, hvorav 848 er næringsmiddelbedrifter
- ✓ Egen analyse av 33 næringsmiddelbedrifter, med størst vederlagsavgift til Grønt Punkt i 2015

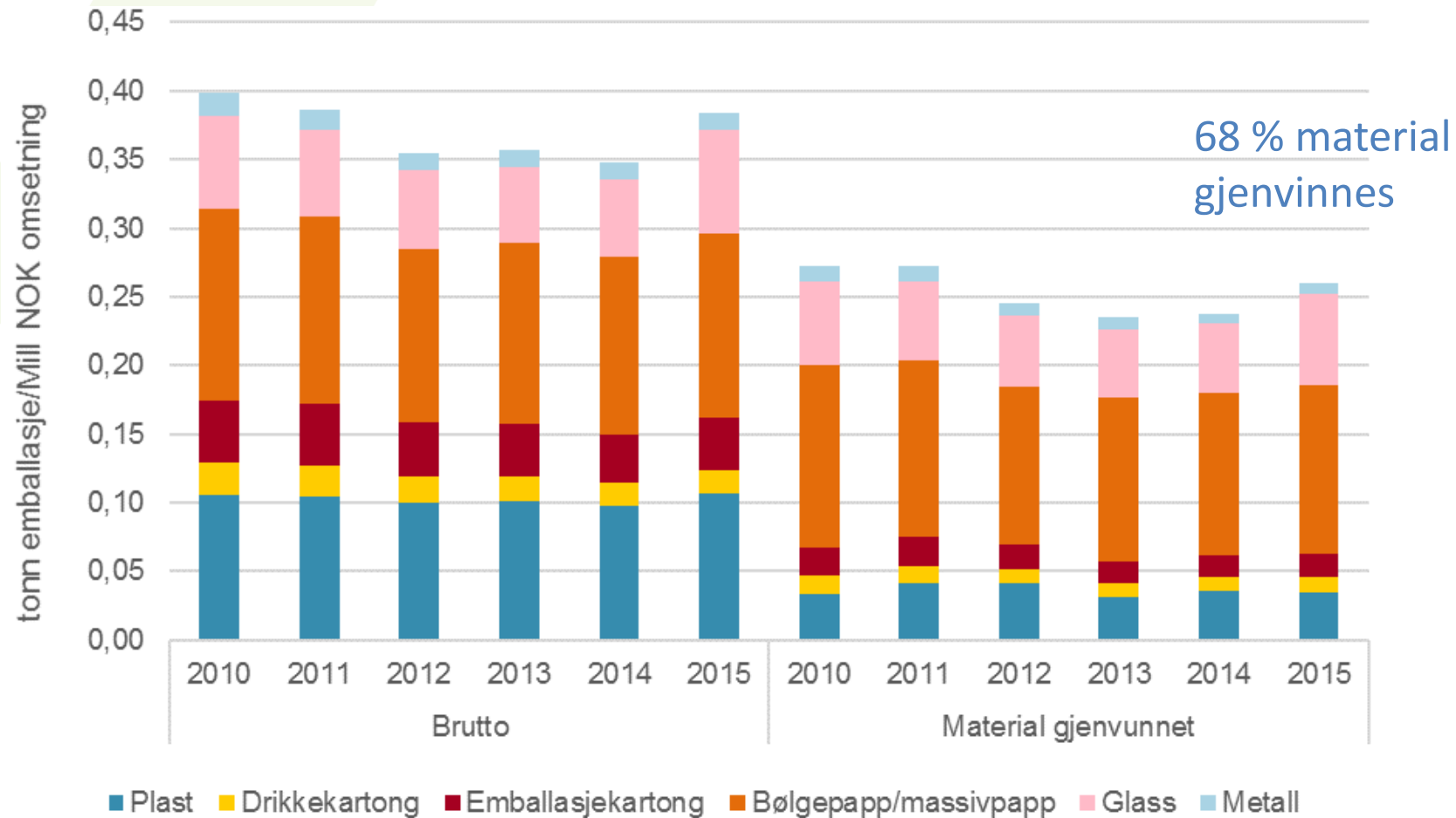
Utviklingen i bedrifiers emballasjebruk i tonn emballasje pr million kr omsatt



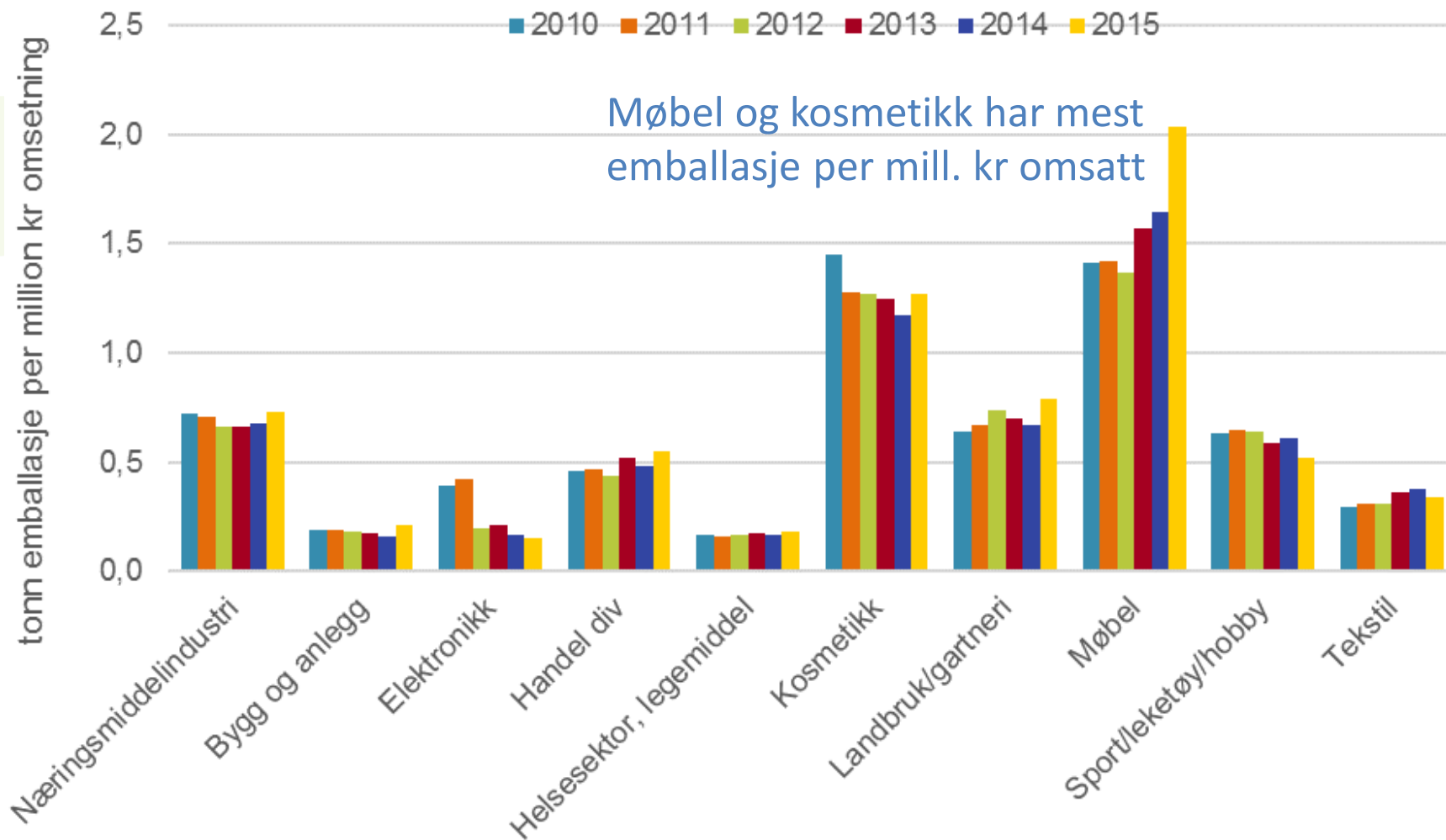
Total mengde emballasje (2015) fordelt på materiale og type næring



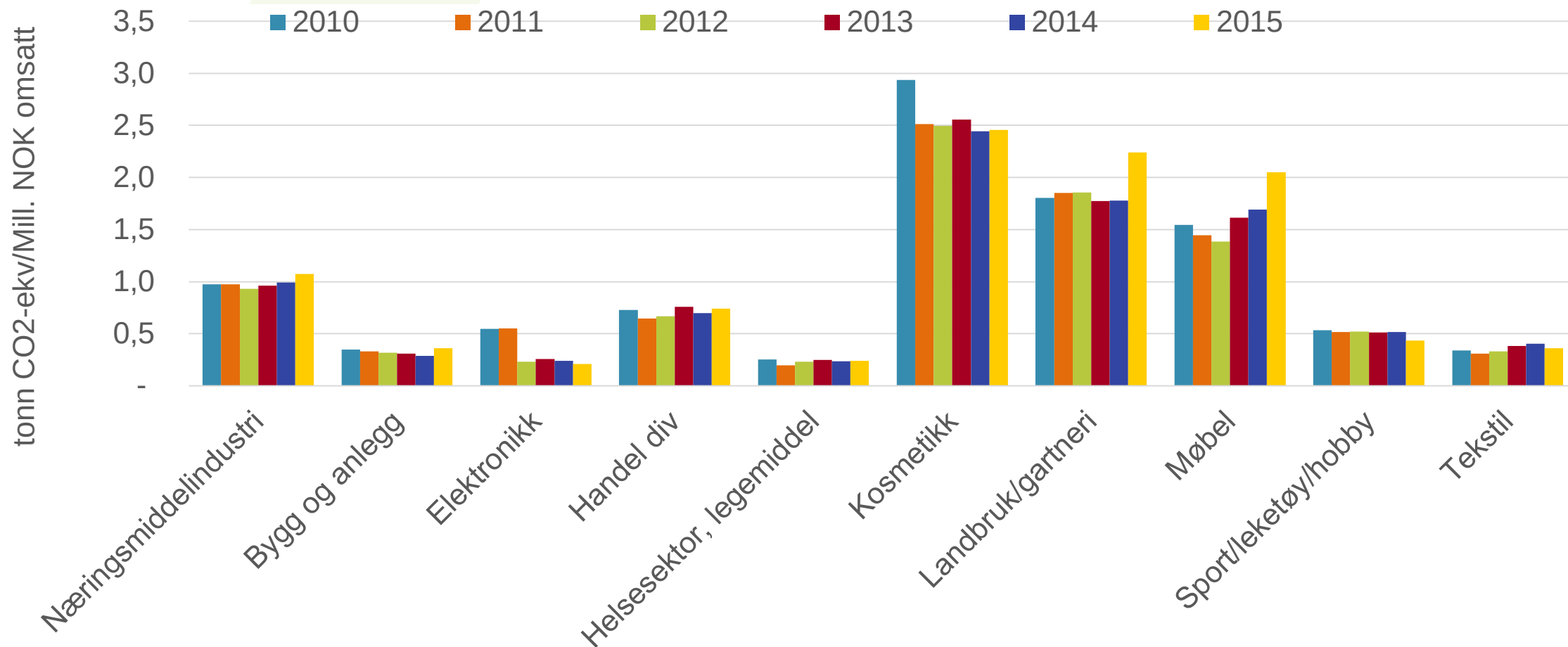
Brutto og netto emballasjemengde (kg) per mill. kr omsatt fordelt på materialtype og år



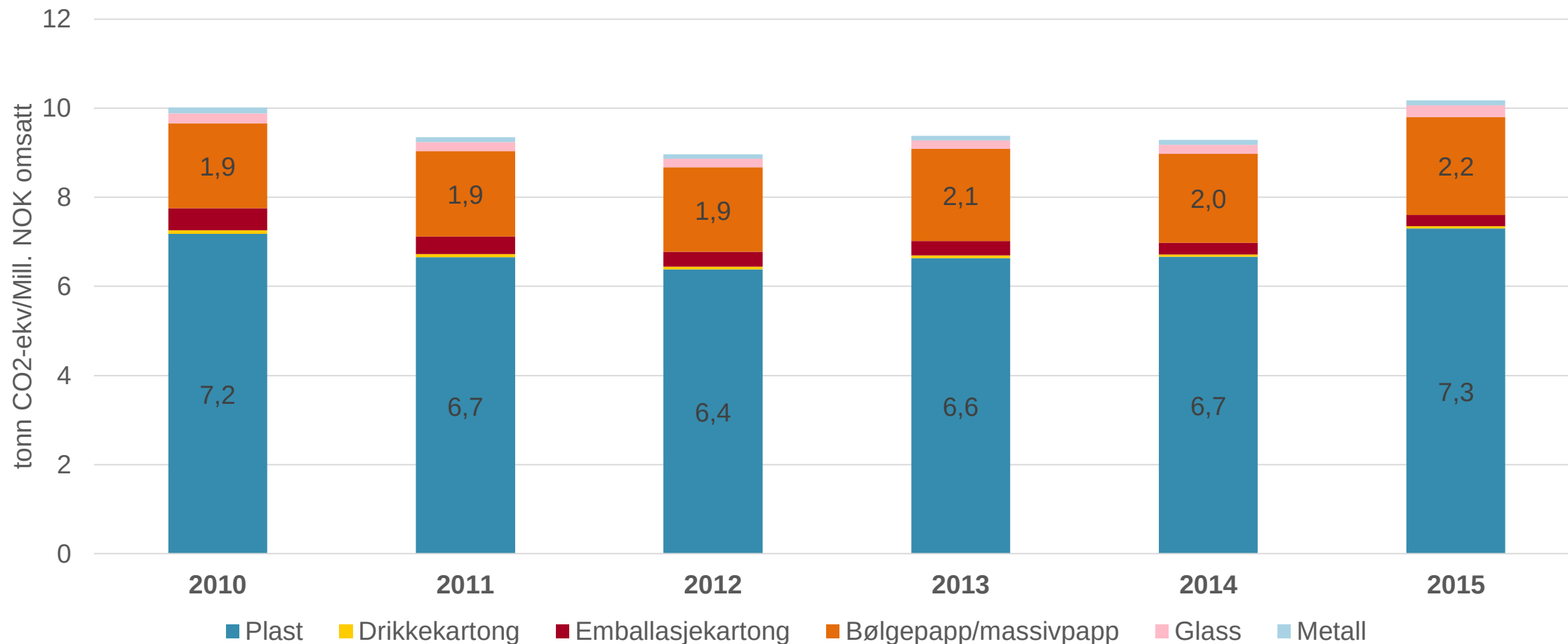
Tonn emballasje per KPI-justert mill. kr omsetning for 2010-2015 fordelt på næring



Tonn CO₂-ekv./mill. kr omsatt for alle bedrifter fordelt på bransje og år

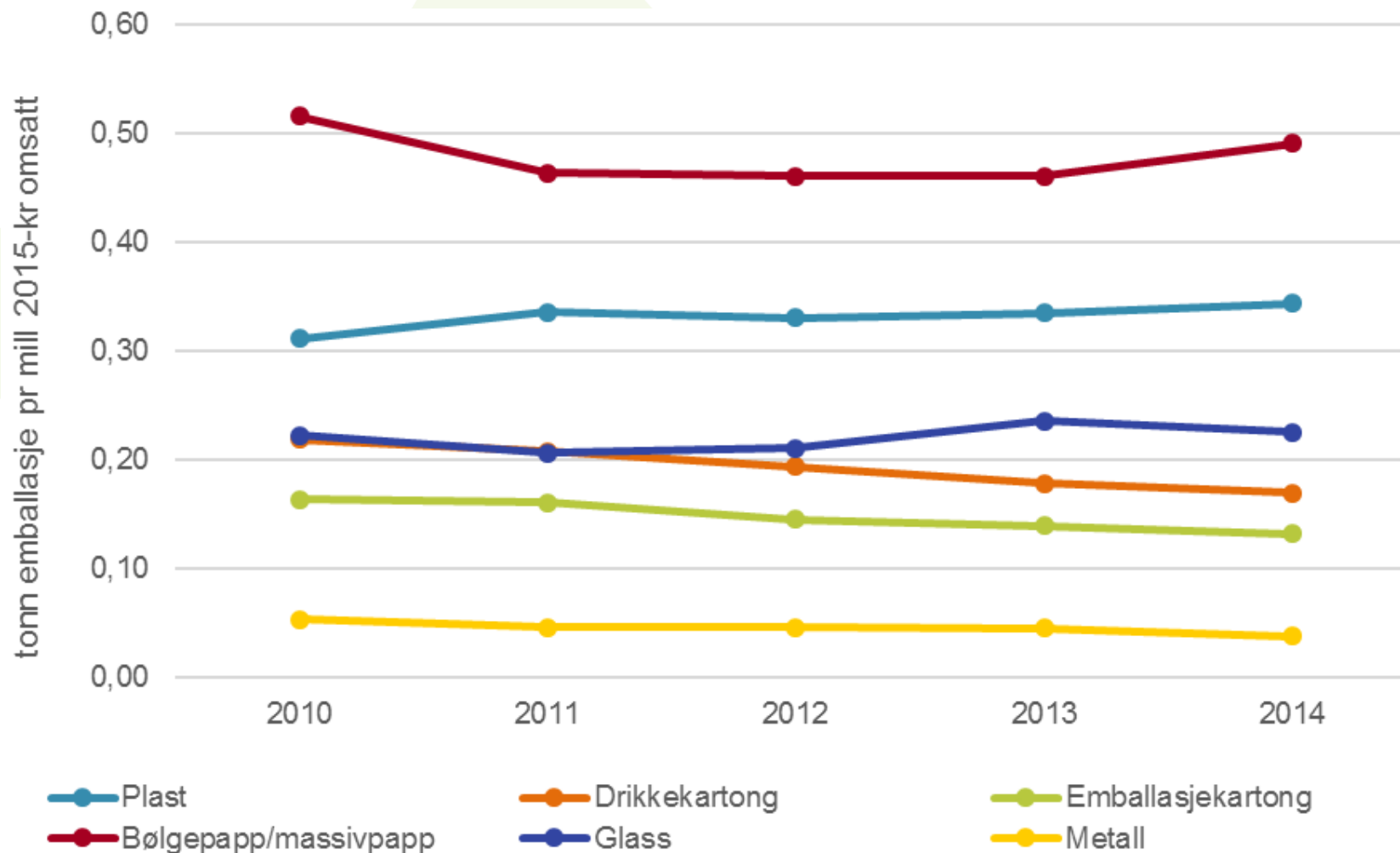


Tonn CO₂-ekv./mill. kr omsatt for alle bedrifter fordelt på materialtype og år



Emballasjebruk - 34 største næringsmiddelbedrifter

tonn emballasje pr million kr omsatt (konsumprisjustert)



År	Total	%
2010	1,49	1,00
2011	1,42	0,96
2012	1,39	0,93
2013	1,40	0,94
2014	1,40	0,94

Oppsummering

Handlekurv:

- Emballasjemengden for markedsledende produkter har økt med 3 % fra 2011 til 2015
- Klimaregnskapet for handlekurven viser at klimabelastningen fra emballasjen har økt med 12 % fra 2011 til 2015. Hvis det justeres for svindelsaken vil økningen være på 9%.
- 50% av emballasjen materialgjenvinnes

Indikator:

- Emballasjenøkkeltallet blitt redusert med 4 % for de 10 næringene med høyest emballasjeforbruk fra 2010 til 2015, men klimagassutslippene har økt med 2 % (økt plast)
- 68% av emballasjen materialgjenvinnes

Food waste and date labelling - *Issues affecting the durability*

<http://urn.kb.se/resolve?urn=urn:nbn:se:norden:org:diva-4504>



The overall aim

“to optimise food labelling to minimise food waste in the Nordic countries without challenging food safety”



Working with food waste requires interdisciplinary approaches!



- Interviews of food manufacturers and store managers
- Compilation of legal requirements for temperature
- Mapping of food waste in retail
- Pictures of food products with guidance for use after opening.
- Case study: trade agreement for allocation of durability
- Case study: extended durability and the effect on food waste
- Literature review

Manufacturing

- **Packaging**

Gas packaging inhibits microorganisms and extend shelf life of many foods

- **Storage temperature**

Lowering of the storage temperature from 8°C to 4°C, gives a longer shelf life for food products (milk and cooked ham)

- **Processing**

Better hygiene gives lower level of contamination and thereby longer time for microflora to grow.

- **Additives**

Lactate has an anti-microbial effect and prolongs shelf life



Processing



Transport



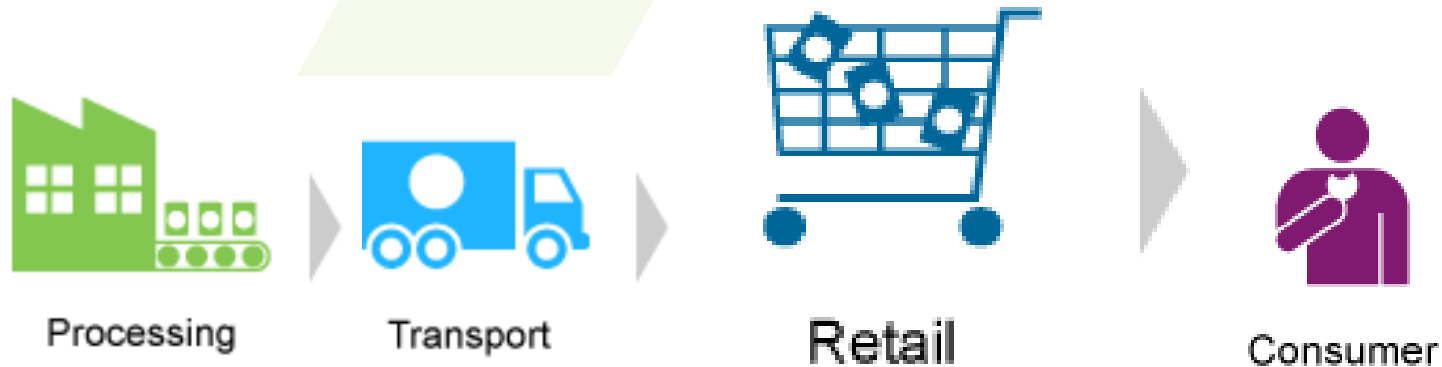
Retail



Consumer

Retail

- Durability
 - Longer durability leads to less waste
- Turnover of the products
 - High turnover leads to less waste
- Management
 - Ordering the right amount
 - Focus on food waste

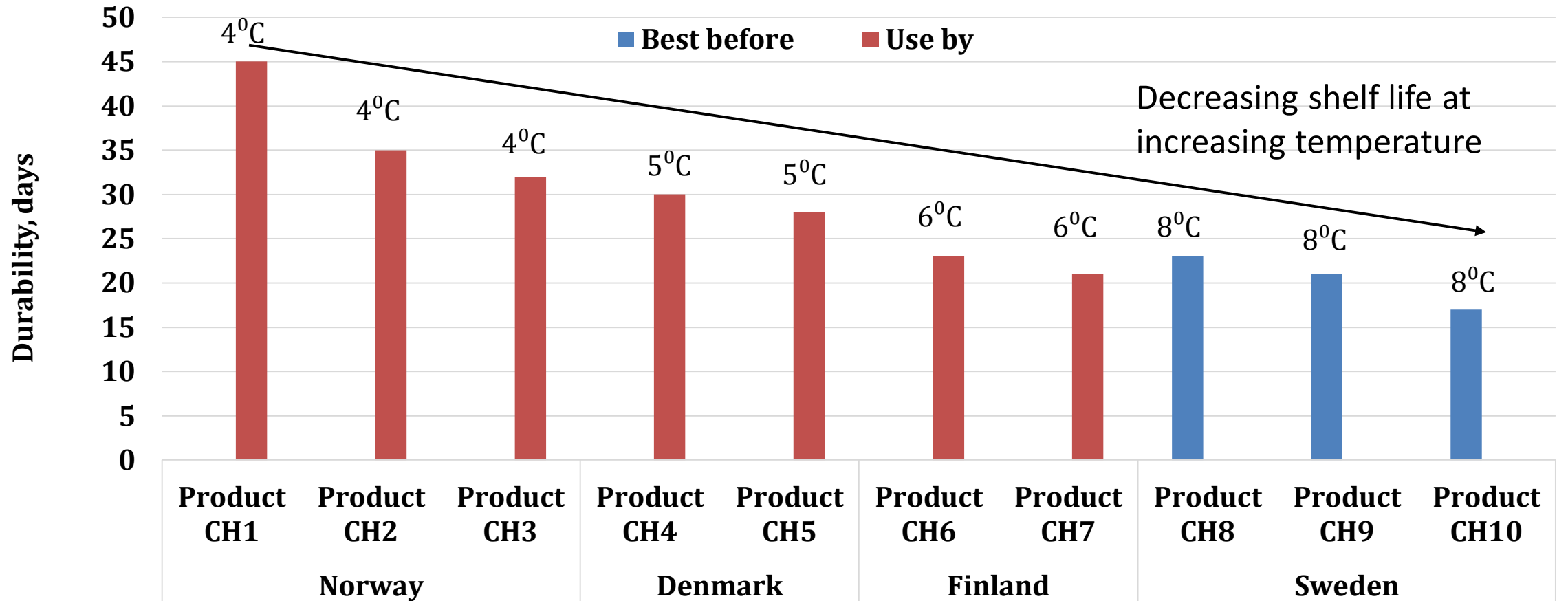


Consumer

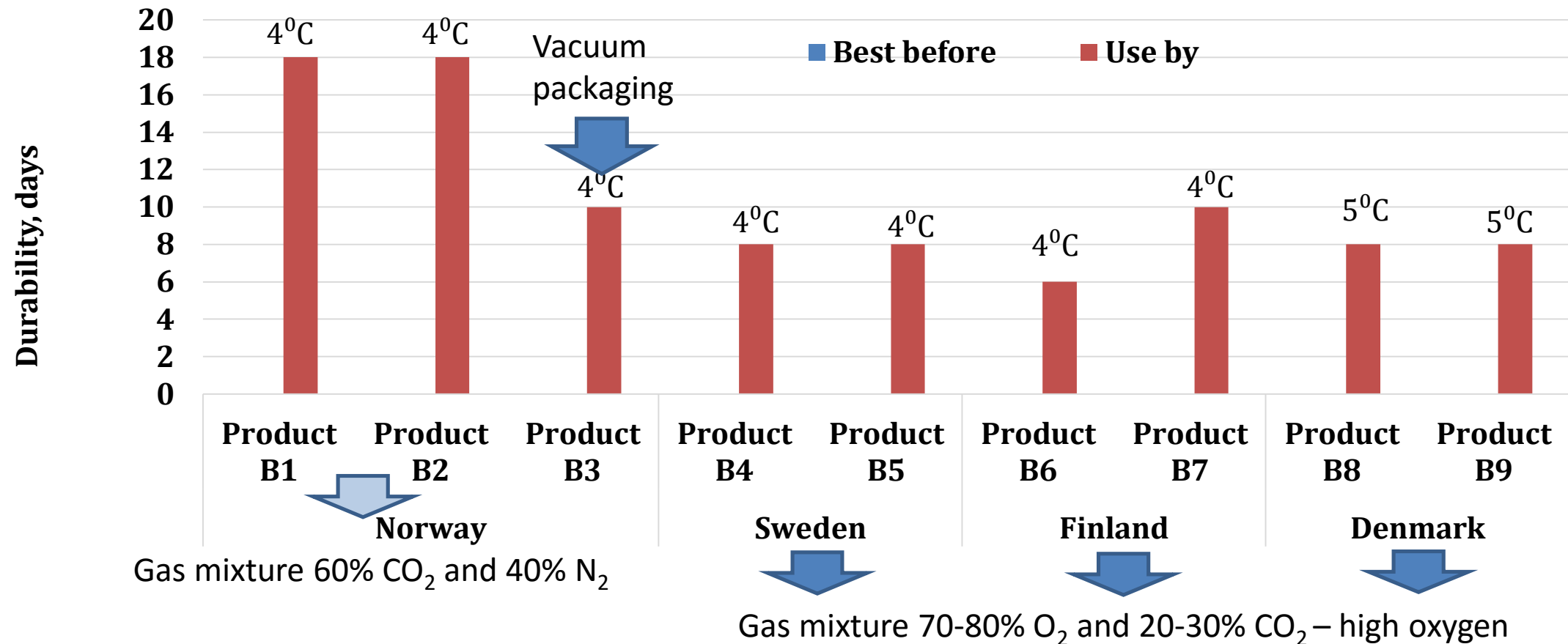
- Needs information on durability after package opening
- Understanding of the two types of date labelling, “best before” and “use by”
- General understanding of the food's durability



Shelf life of cooked ham



Shelf life of minced meat

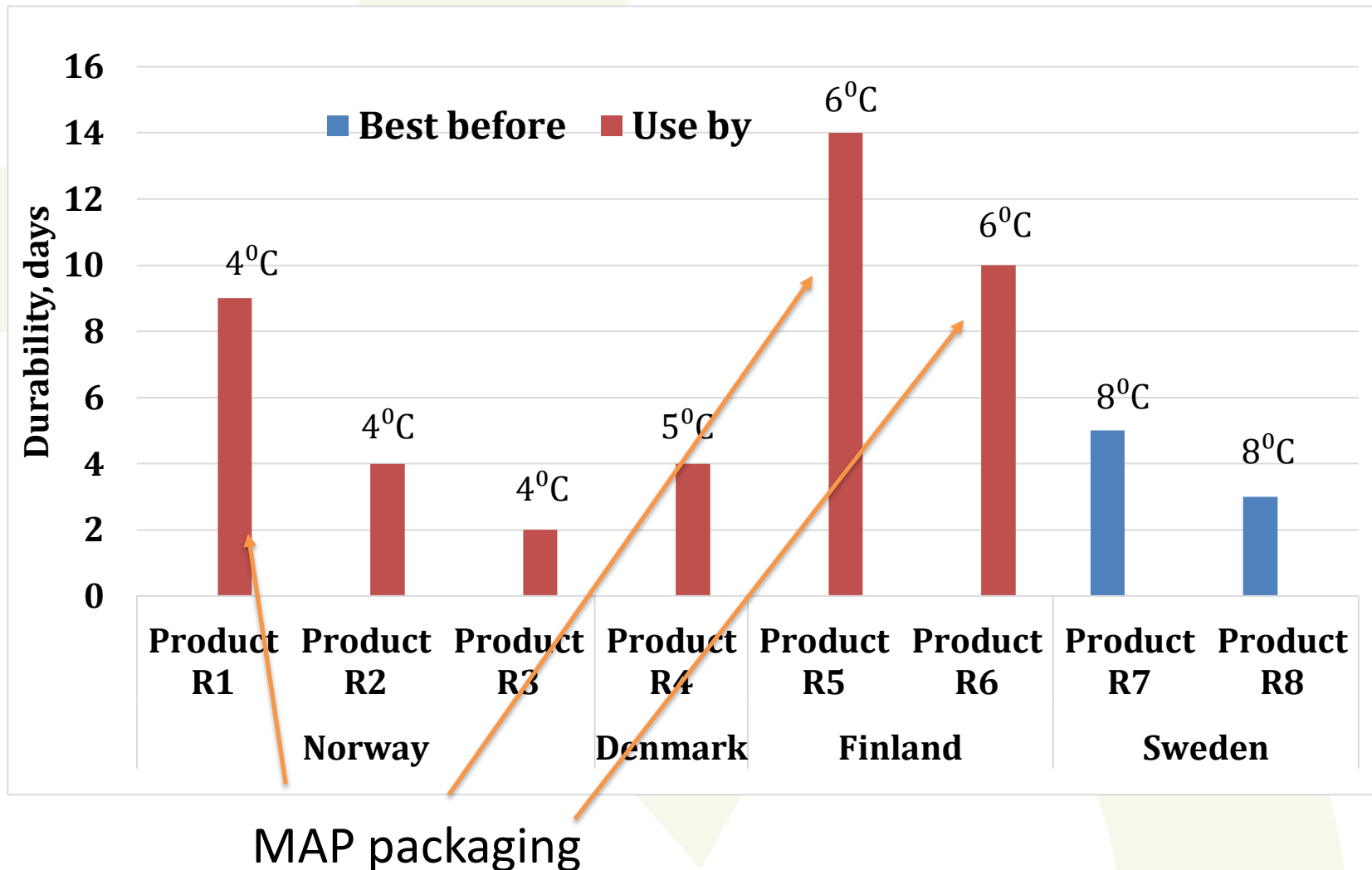


Minced meat - packaging gas

- Gas packaging inhibits microorganisms and extend durability by absence of oxygen combined with high concentrations of carbon dioxide
- CO_2/N_2 mixture gives a much longer durability



Shelf life of ready-to-eat salads



- The product with the longest durability used MAP packaging
- The other products had ambient air packaging

Consumers attitudes and understanding

Many consumers...

- ...could have better knowledge of the difference between “best before” and “use by”
 - ...discard food when the expiry date has passed, regardless of “use by” or “best before”
 - ...do not know the importance of having the right temperature in the refrigerator
 - ...are afraid of getting sick if they eat a food for which the durability time has expired
-
- Increased consumer knowledge of food handling through information and education is needed.
 - The individual consumer needs clearer and more easily accessible information on different labelling and durability on products.



hanne.moller@ostfoldforskning.no

Takk for oppmerksomheten!

