
Strategisk analyseverktøy for optimal emballering

Thomas Eie
Senior Emballasjeutvikler
Bama Industri



Dette er Bama

- ♦ BAMA er det ledende selskapet i Norge innen fersk frukt, grønnsaker, bær og poteter
- ♦ I tillegg har vi en stadig voksende posisjon innen omsetning av blomster
- ♦ I 2015 hadde konsernet over 2.500 ansatte og omsatte for ca. NOK 15,5 milliarder
- ♦ BAMA er en av landets eldste privateide handelsbedrifter og har operert i 130 år
- ♦ I dag er vi en global aktør som trolig har en større kontakthflate enn noen andre norske bedrifter, med handel fra over 1300 leverandører fra alle kontinenter
- ♦ Vår rolle i verdikjeden er å påta oss hele logistikkansvaret fra inn- og utland frem til våre kunder i Norge.

Bama – Strategisk Plattform

Visjon:

Vi gjør Norge Ferskere og Sunnere

Bamas Hovedmålsetninger:

- BAMA skal være, og oppleves som den beste leverandør og samarbeidspartner for våre kunder
- BAMA skal være en vekstdriver i det norske markedet
- BAMA skal levere produkter til markedet basert på en total kvalitetstenkning i alle ledd av verdikjeden og en unik kunnskap om forbruker, produkter og kunder
- BAMA skal ta en samfunnsposisjon i det norske markedet som bidrar til økt fokus på sunt kosthold og fysisk aktivitet
- **BAMA skal være pådriver og foregangsbedrift for bærekraftig utvikling innen miljø og sosialt ansvar innenfor våre produktområder**

Redusert matsvinn er BAMAs viktigste miljømål

Emballasjen skal til enhver tid være optimert

Emballasjeoptimering i BAMA:

- ♦ Optimering betyr: forbedring av emballasjen i hele verdikjeden som opprettholder tilstrekkelig emballering av varen, med lavest mulig ressursbruk og miljøbelastning og høyest mulig grad av materialgjenvinning
- ♦ Emballasjedirektiv 94/62 + CEN standarder: Ligger til grunn for myndighetens krav og det Bama må oppfylle når vi selger emballert vare
- ♦ Emballasjen skal sikre best mulig produktkvalitet helt frem til forbruker, og sikre at varen blir spist – slik at vårt miljømål kan oppfylles : **MINST MULIG MATSVINN**
- ♦ Lovkrav om merking og markedskrav skal ivaretas
- ♦ «Dette er omfattende og ikke helt rett frem» – behov for hjelpeverktøy!!

Samarbeid med Østfoldforskning:

WHAT YOU CAN'T MEASURE, YOU CAN'T MANAGE!

- ♦ I starten av 2015 ble emballasjedata for 2014 kartlagt for å ha et utgangspunkt (Excel)
- ♦ Statistiske metoder; kartlegge 75% av Bama Trading sin emballasje og 100 % av DV i Bama Industri
- ♦ Svinndata fra butikk ble også innhentet
- ♦ Analysen av dataene ble basert på Østfoldforskning sitt arbeid med bl.a. «Handlekurvmodellen»
- ♦ Dette ble gjentatt på samme måten våren 2016 med 2015 tall og sammenligning mellom 2014 og 2015 ble utført for å se på eventuell utvikling
- ♦ **Tanken er å utvikle et web-basert verktøy som både kan analysere emballasjedata, svinndata OG kan dokumentere optimering i henhold til CEN-standardene**
- ♦ Mål: Utvikles i 2016 og kan benyttes fra jan 2017
 - Pilottesting i 2016
- ♦ Finansiering: BAMA, NOK, Østfoldforskning og Innovasjon Norge (ca. en million kr.), Skattefunn.

Intensjonene med verktøyet

- ♦ Gi norske emballasjebrukere tilgang på metoder, modeller og kompetanse som skal bidra til å oppfylle EU's emballasjedirektiv 64/92 og CEN-standardene 13427-32 på en effektiv måte
 - fremme arbeidet med utvikling av mer optimale emballaseløsninger i Norge
- ♦ Verktøyet og tjenester knyttet til dette skal derfor tilbys norske bedrifter til en lav pris:
 - Selvkost + årlig service-kostnad
- ♦ Internasjonal markedsføring og salg utelukkes ikke.

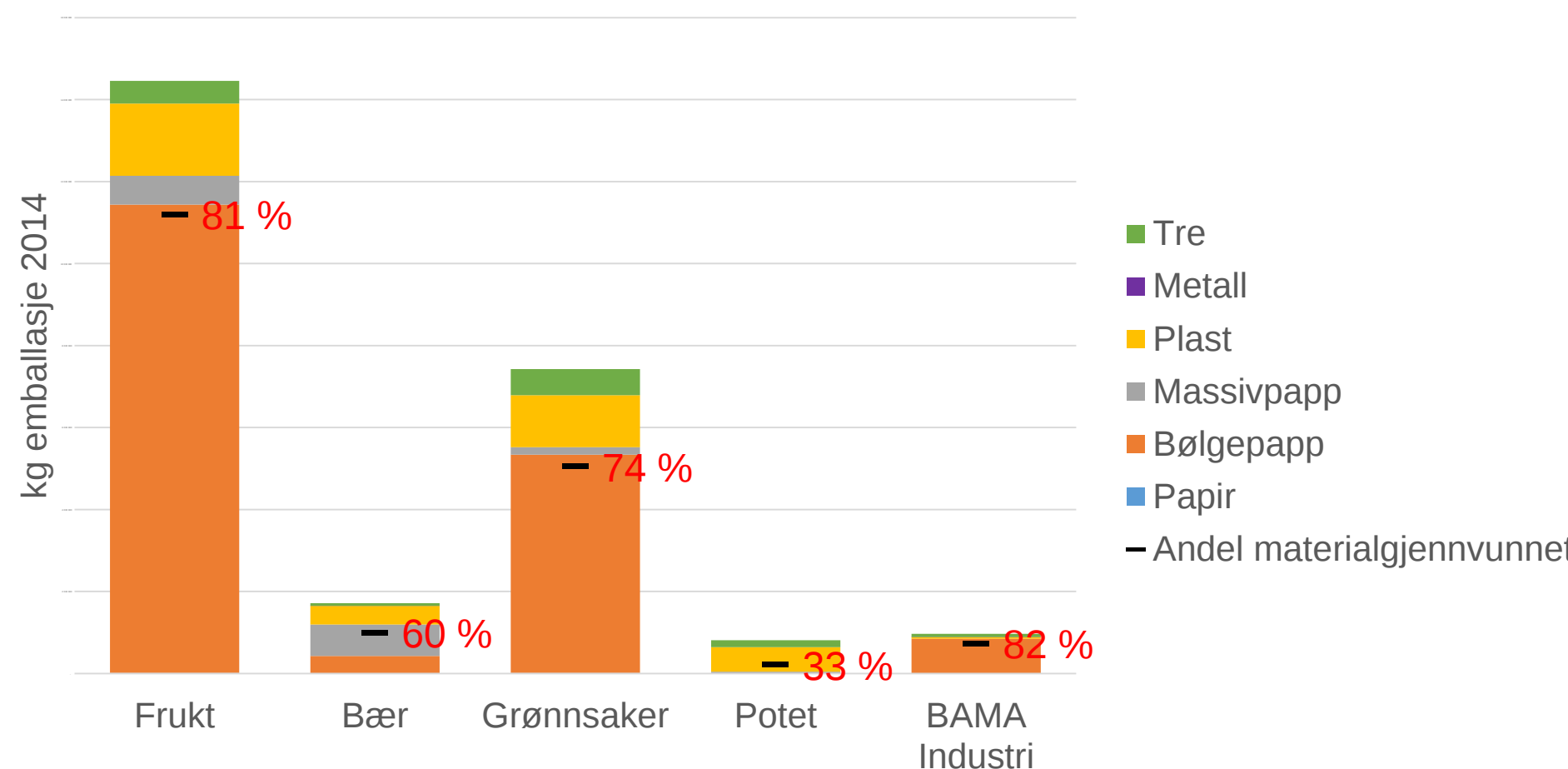
Emballasjekartlegging (Excel)

- ♦ Variant (ID-nummer)
- ♦ Produkt (navn)
- ♦ År (årstall)
- ♦ Ant. enheter (solgte enheter/år)
- ♦ Årsvekt (kg/år)
- ♦ Fabrikk (produksjonssted)
- ♦ Kategori (produktgruppe)
- ♦ NETTO-VEKT (kg)
- ♦ F-PAKK MATERIALE 1
- ♦ F-PAKK MATERIALE 2
- ♦ F-PAKK MATERIALE 3
- ♦ VEKT F-PAKK EMB 1 (kg)
- ♦ VEKT F-PAKK EMB 2 (kg)
- ♦ VEKT F-PAKK EMB 3 (kg)
- ♦ VEKT ETIKETT (kg)
- ♦ D-PAKK MATERIALE
- ♦ Vekt D-Pakk (kg)
- ♦ Ant. F i D
- ♦ Ant. kg i D
- ♦ Ant. D på pall
- ♦ kg strekkfilm/pall
- ♦ kg mellomlegg /pall
- ♦ Kg pall

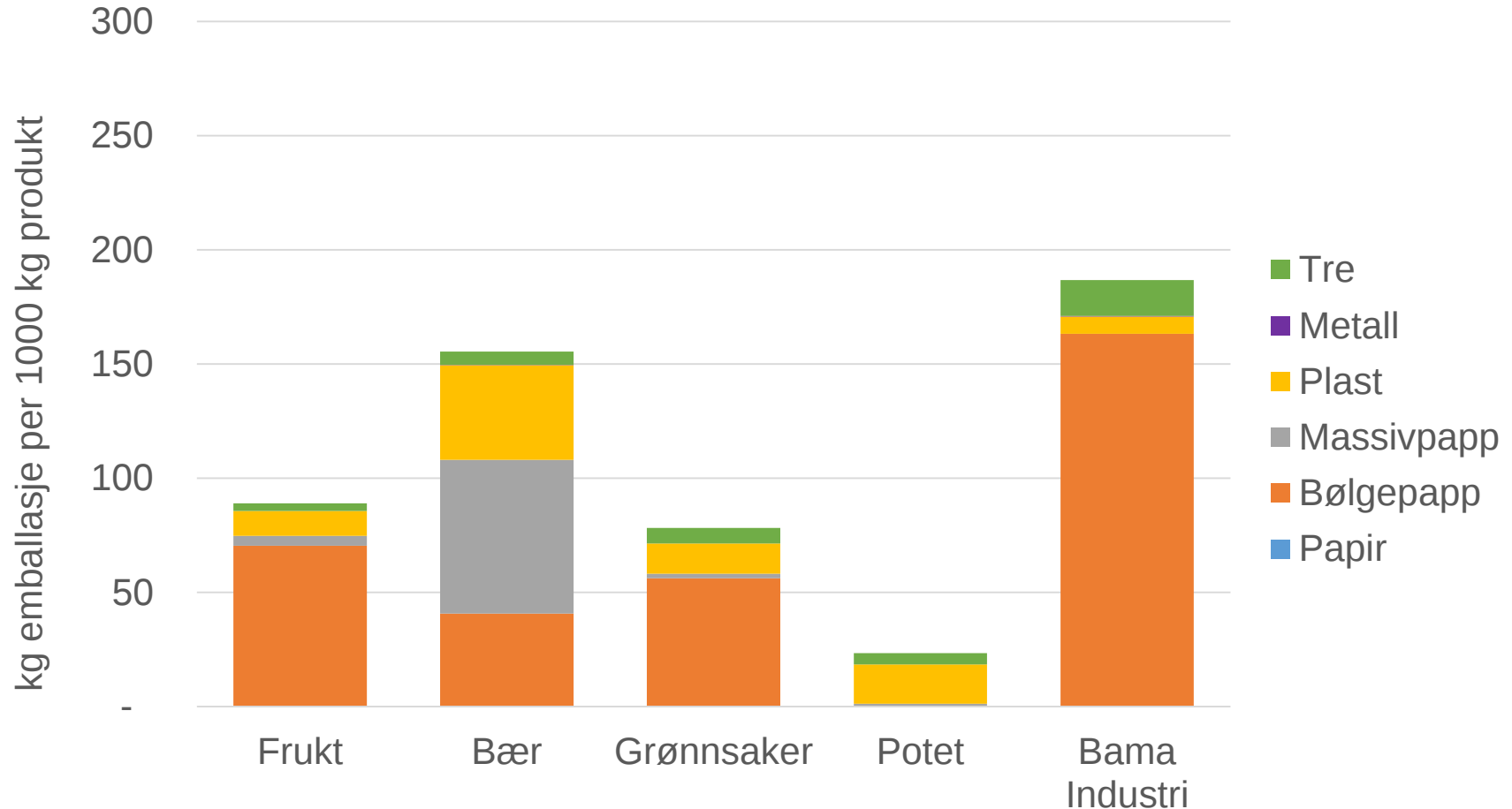
Total emballasjemengde for analyserte produkter og mengder BAMA 2014

(analysen dekker > 75 % av BAMAs totale volum)

Total emballasjemengde (brutto) for analyserte produkter



Veid gjennomsnitt for emballasjeforbruk per hovedgruppe



Matsvinn: Svinn i mengde fra dagligvarebutikker (2014)

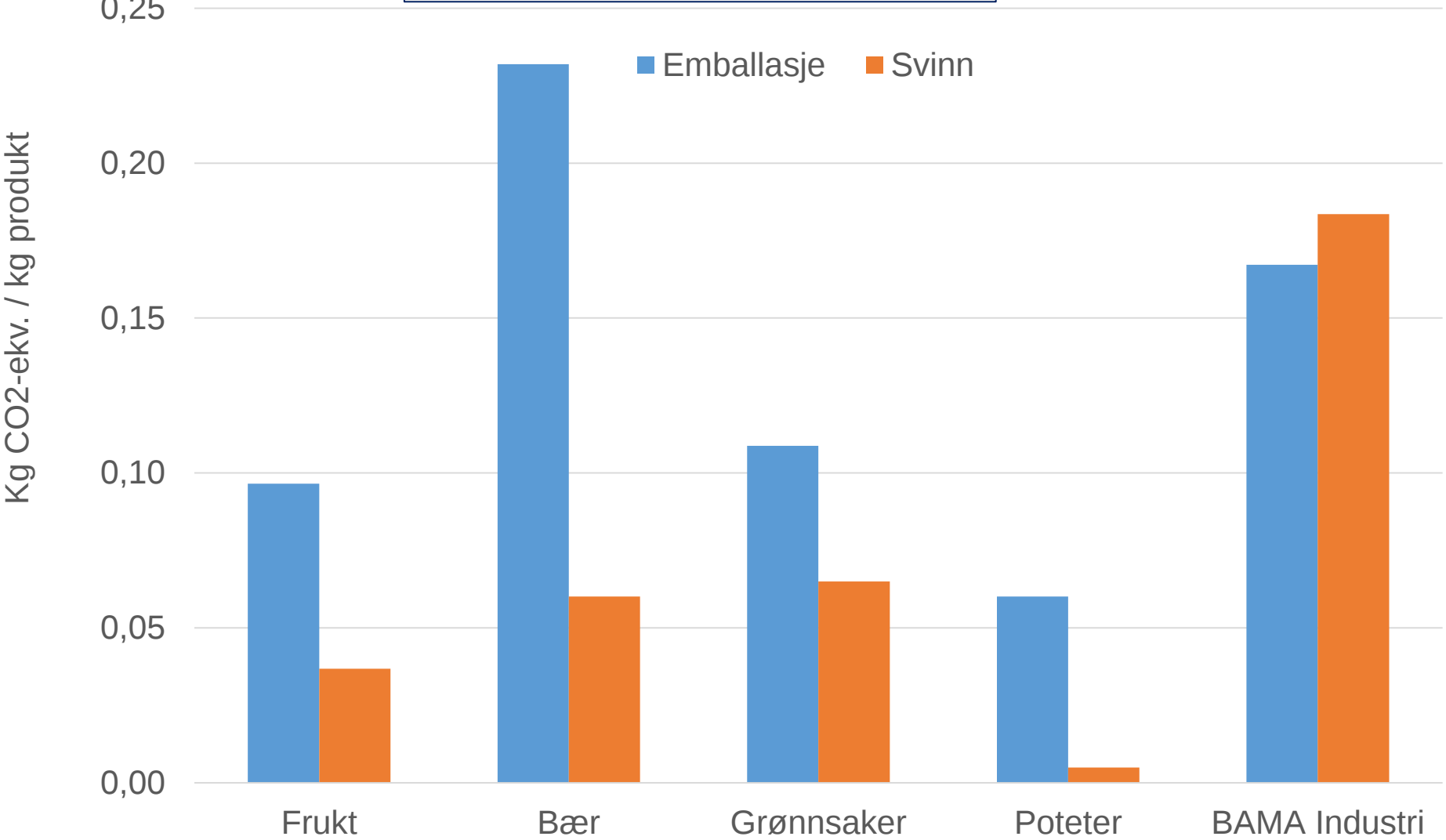


Matsvinn og CO₂

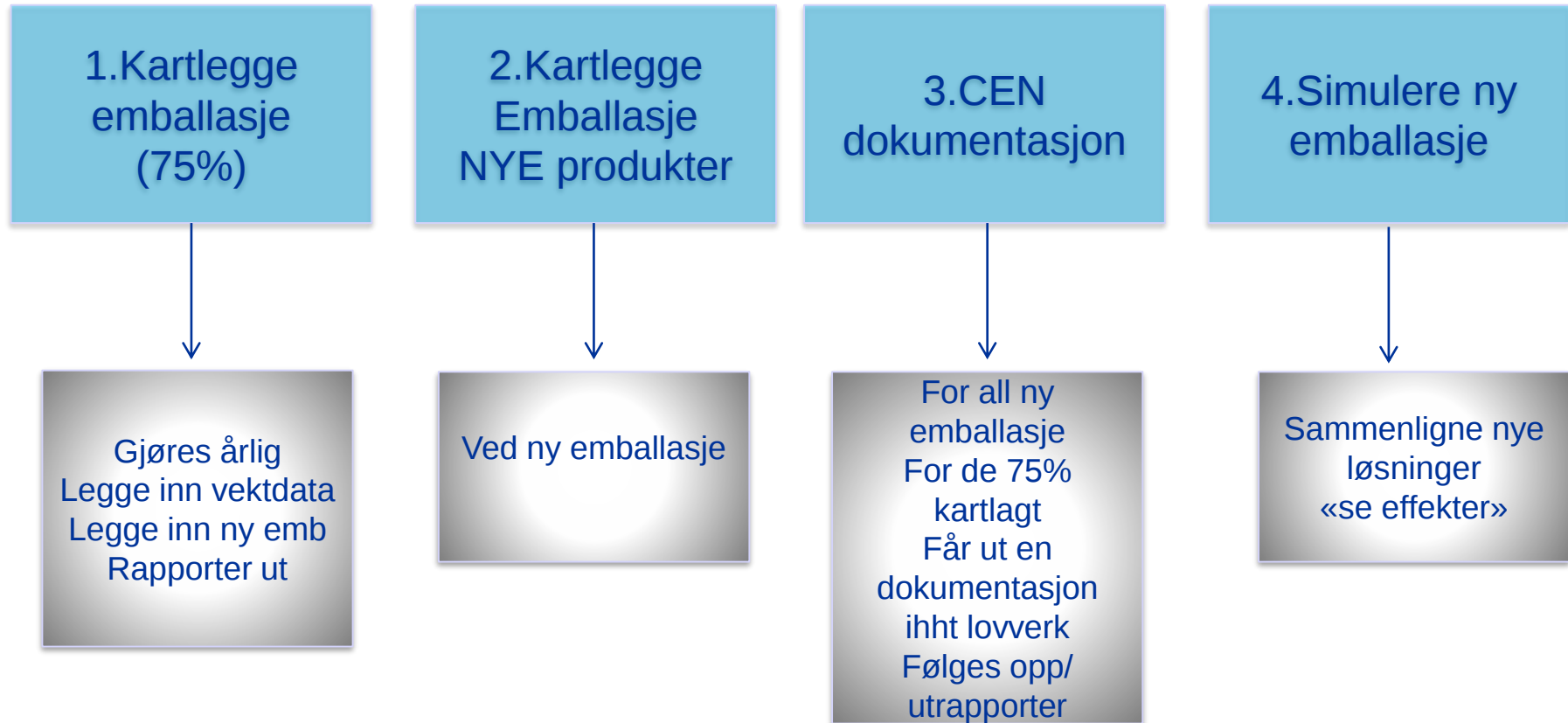
Klimagassutslipp fra svinn i butikk og emballasje per produktkategori

Klimagassutslipp emballasje og svinn, hovedkategorier

MÅL: 5 % årlig reduksjon av CO₂ utslipp

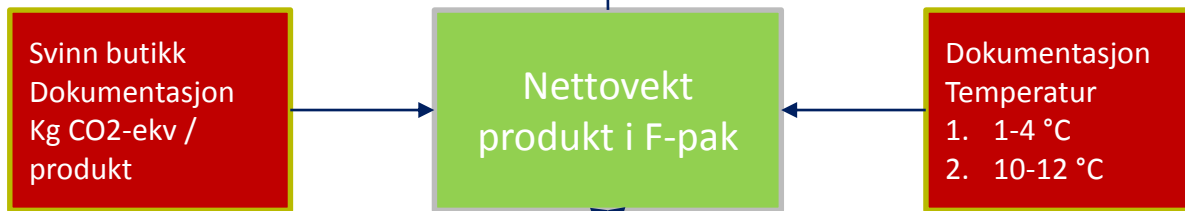


WEB-BASERT EMBALLASJEVERKTØY



Sluttresultat av verktøyets analyse

Nivå 1



Nivå 2



Nivå 3



SJEKKLISTE FOR NY EMBALLASJE - positiv

- ♦ Positive elementer (prøv å få til dette):
 - Emballasjen bør ha høyest mulig grad av materialgjenvinning
 - Bruk helst PET, PP eller PE (ved bruk av plast)
 - Klarplast (alternativ lys) er best
 - Emballasje laget av resirkulert materiale
 - Emballasje laget av fornybar («grønn») PE/PP/PET
 - Pant på drikkeemballasje – (medfører 95 % materialgjenvinning (ellers 35%))
 - Kan vekten på emballasjen reduseres noe? (emballasjeoptimering)
 - Kan antall F-pakk på pall økes? (emballasjeoptimering)
 - Emballasjen skal være enkel å tømme



SJEKKLISTE FOR NY EMBALLASJE - negativ

- ♦ Prøv å unngå:
 - Sort emballasje av fargen Carbon Black (etterspør andre sorte pigmenter)
 - Kraftig innfarget emballasje (lyse farger er bedre enn mørke)
 - Innfarget PET
 - Tilsetningsmaterialer (benytt så lite som mulig)
 - Laminater og kombinasjonsmaterialer
 - PS og nedbrytbar bioplast (f.eks. polylaktat og stivelsesbaserte materialer)
 - PVC
- ♦ Ved tvil:
 - Kontakt ROAF for diskusjon og event. testing på deres anlegg
- ♦ **NB! Husk at emballasjens viktigste oppgave er å redusere matsvinn!!**



Matsvinn i forhold til emballering....

Ta vare på miljøet
ved å ta vare på maten
på best mulig måte
med best og mest mulig
optimal emballeringsløsning!!

Gjør alltid det rette.
Det gleder noen og forbauser resten.



Takk for oppmerksomheten !