

Systembolaget ökar takten i arbetet med hållbarhet

2022-03-30

Systembolaget växlar upp sitt hållbarhetsarbete med en unik märkning.

Våra undersökningar visar att 9 av 10 kunder säger att de vill göra hållbara val men att 6 av 10, tycker att det är svårt. Det är svårt för att det inte tydligt framgår vad som är hållbart på dryckeshyllan och att man har dåliga kunskaper vad som är en hållbar dryck.

Systembolaget vill nu göra det enklare att göra mer hållbara val med hjälp av den nya egna hållbarhetsmärkningen.

Systembolagets hållbarhetsarbete är inte nytt – vi startade bland annat med att framgångsrikt introducera ekologiskt – och idag väljer var fjärde ett ekologiskt vin. Nu växlar vi upp hållbarhetsarbetet ytterligare. Förutom den nya hållbarhetsmärkningen arbetar vi bland annat med våra egna butiker, varurtransporter och sortimentet. För att – tillsammans med våra kunder och leverantörer – göra skillnad. Eftersom det är en dag i morgon också.

Sedan 1 mars finns den nya märkningen i alla butiker.

Som en del i arbetet frågade vi över 1000 kunder hur de ser på det där med hållbara val. Den här rapporten är en sammanställning av svaren.

KONSUMENTERS INSTÄLLNING TILL HÅLLBARA VAL

OM UNDERSÖKNINGEN

För att ta reda på hur kunderna upplever möjligheten att göra hållbara val har Systembolaget med hjälp av Norstat genomfört en marknadsundersökning under perioden 10-15 februari 2022. 1008 personer i olika åldrar över hela Sverige har svarat på intervjufrågor om hållbara val. Hälften av de intervjuade personerna är män och hälften kvinnor.

UNDERSÖKNINGENS RESULTAT

6 av 10 har svårt att göra hållbara val

En stor majoritet, nio av tio, vill göra hållbara val. Samtidigt tycker de flesta att det är svårt att göra hållbara val som konsument.

- 90 procent säger att påståendet ”Jag **vill göra hållbara val** som konsument” stämmer antingen mycket bra eller ganska bra.
- Sex av tio (58 procent) säger att påståendet ”Jag tycker att det är **svårt att göra hållbara val** och köp som konsument” stämmer mycket bra eller

ganska bra. 37 procent säger att det påståendet stämmer dåligt. 6 procent svarar ”vet ej”. *Se tabell 2.*

- 38 procent **försöker ofta göra hållbara val** när de köper alkoholhaltiga drycker. *Se tabell 1.*

Försöker göra hållbart val	
Produkt	Andel som försöker göra hållbara val
Alkoholhaltiga drycker	38 %

Tabell 1. Andel som svarar ”stämmer mycket bra” eller ”stämmer ganska bra” på påståendet ”*Jag försöker ofta göra hållbara val när jag inhandlar*”.

Svårt att göra hållbart val			
Produkt	Stämmer bra	Stämmer dåligt	Vet ej
Alkoholhaltiga drycker	41 %	35 %	24 %

Tabell 2. Svar på påståendet ”*Det är svårt att göra ett hållbart val när jag inhandlar något av följande*”. Kolumnen ”Stämmer bra” är en sammanslagning av ”Stämmer mycket bra” och ”Stämmer ganska bra”. Kolumnen ”Stämmer dåligt” är en sammanslagning av ”Stämmer mycket dåligt” och ”Stämmer ganska dåligt”.

Dåliga kunskaper och otydlig märkning är hinder för att välja hållbart på dryckeshyllan

- 47 procent anser sig ha **dåliga kunskaper om hur man gör hållbara val**. 38 procent anser sig ha god kunskap. 15 procent vet ej. På en fråga om vilka hinder som finns för att köpa hållbar alkoholhaltig dryck är det vanligaste svaret att det **inte tydligt framgår** vilka drycker som är hållbara, till exempel för att det är en otydlig märkning (38 procent). Andra framträdande faktorer är att det **inte framgår i vilket avseende drycken är hållbar** (34 procent) och att det **inte finns ett tillräckligt bra utbud** av hållbara val (30 procent).
Se tabell 3.

Vilket är det främsta hindret när du vill inhandla alkoholhaltiga drycker som är hållbara?	
Att det inte framgår tydligt vilka drycker som är hållbara (t.ex. otydlig hållbarhetsmärkning)	38 %
Att det inte tydligt framgår i vilket avseende drycken är hållbar (t.ex. om det är hållbart producerat, hållbart förpackat eller producerat under hållbara arbetsförhållanden)	34 %
Att jag inte har tillräcklig kunskap för att avgöra vad som är ett hållbart val	33 %
Att det inte finns ett tillräckligt bra utbud av hållbara val	30 %
Jag tänker inte på att göra ett hållbart val när jag inhandlar alkoholhaltiga drycker	20 %
Jag har inte mött på några hinder när jag valt hållbara alkoholhaltiga drycker	7 %
Övrigt	7 %
Att förpackningen eller etiketten för drycker som är hållbara val inte är lika tilltalande	3 %

Tabell 3. Hinder för att inhandla hållbar alkoholhaltig dryck. Respondenterna har kunnat ange flera alternativ, varför summan blir över 100 procent.

VAD LÄGGER KUNDERNA I BEGREPPET HÅLLBARHET

Respondenterna har fått svara på frågan ”**Vilka faktorer är viktigast för att du ska tycka att du gör ett hållbart val när du inhandlar alkoholhaltiga drycker?**” Att **produkten är ekologisk, att arbetsförhållandena är hållbara och att det finns en hållbarhetssymbol är de viktigaste faktorerna för att man ska tycka att man gör ett hållbart val.**

I listan nedan anges i storleksordning hur många personer som har angett faktorn som någon av de tre viktigaste faktorerna.

1. Att det är ekologiskt (441)
2. Att arbetsförhållandena för de som tagit fram produkten är hållbara (416)
3. Att det finns en symbol som visar att det är hållbart (392)
4. Att det är hållbara råvaror som används (348)
5. Att transporten har ett lågt klimatavtryck (327)
6. Att förpackningen har ett lågt klimatavtryck (277)
7. Att produktionsprocessen är miljöcertifierad (235)

OM NYA MÄRKNINGEN HÅLLBART VAL

Det som gör märkningen unik är att den fångar upp flera aspekter av hållbarhet samtidigt. Vi har fördjupat oss i certifikat, analyser och jämförelsetal från hela världen och satt upp kriterier för vad en dryck måste leva upp till för att kvala in som det mest hållbara i vårt sortiment, sett till miljö, klimat och människor.

Drycker som märks ut med *Hållbart val* har:

1. Miljöcertifierad odling och produktion (eko eller annan miljöcertifiering).
2. Förpackning med lägre klimatavtryck än en traditionell glasflaska.
3. Godkänt resultat i vår analys av arbetsvillkor i odling och i produktion.

Alla drycker har en chans att bli ett hållbart val, men det krävs ett målinriktat arbete från alla aktörer i leverantörskedjan för att kvala in. Det är så vi tillsammans med kunder och leverantörer driver förändring.

SYSTEMBOLAGETS HÅLLBARHETSARBETE

Systembolaget har ett helhetstänk för ökad hållbarhet som sträcker sig bortom märkningen. Systembolaget har antagit flera hållbarhetsmål till år 2030. Varje mål styr mot ett eller flera av FN:s 17 globala hållbarhetsmål.

Målen redovisas i detalj på omsystembolaget.se/hallbarhet/mal-och-uppfoljning/ och gäller områdena klimat och miljö, människa, samhälle och affär. Systembolaget fokuserar i sitt hållbarhetsarbete på sortiment, kundupplevelsen och den egna verksamheten.