

Leiðandi
vettvangur í tíu ár



Vilja neytendur kaupa vörur sem framleiddar með sjálfbærum hætti?

Ólafur Elínarson, Gallup.



SJÁVARÚTVEGS
RÁÐSTEFNAN

ISI ICELAND
SEAFOOD



HAMPIÐJAN

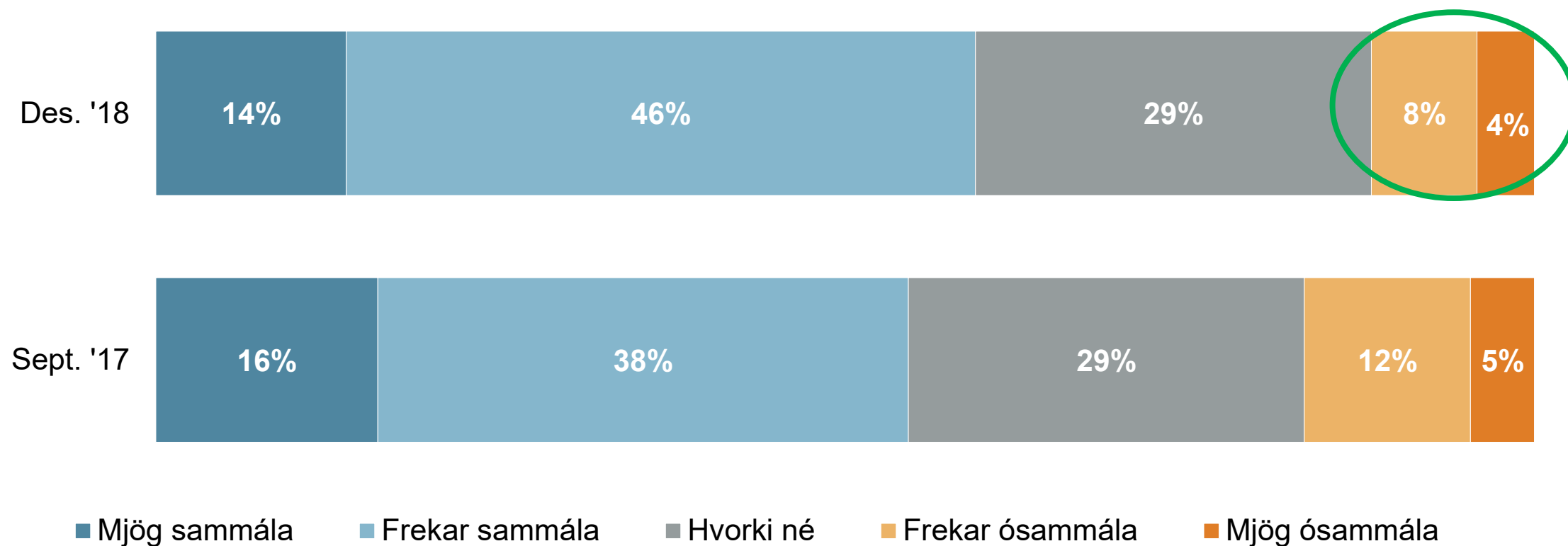
Þrifa Öhásid



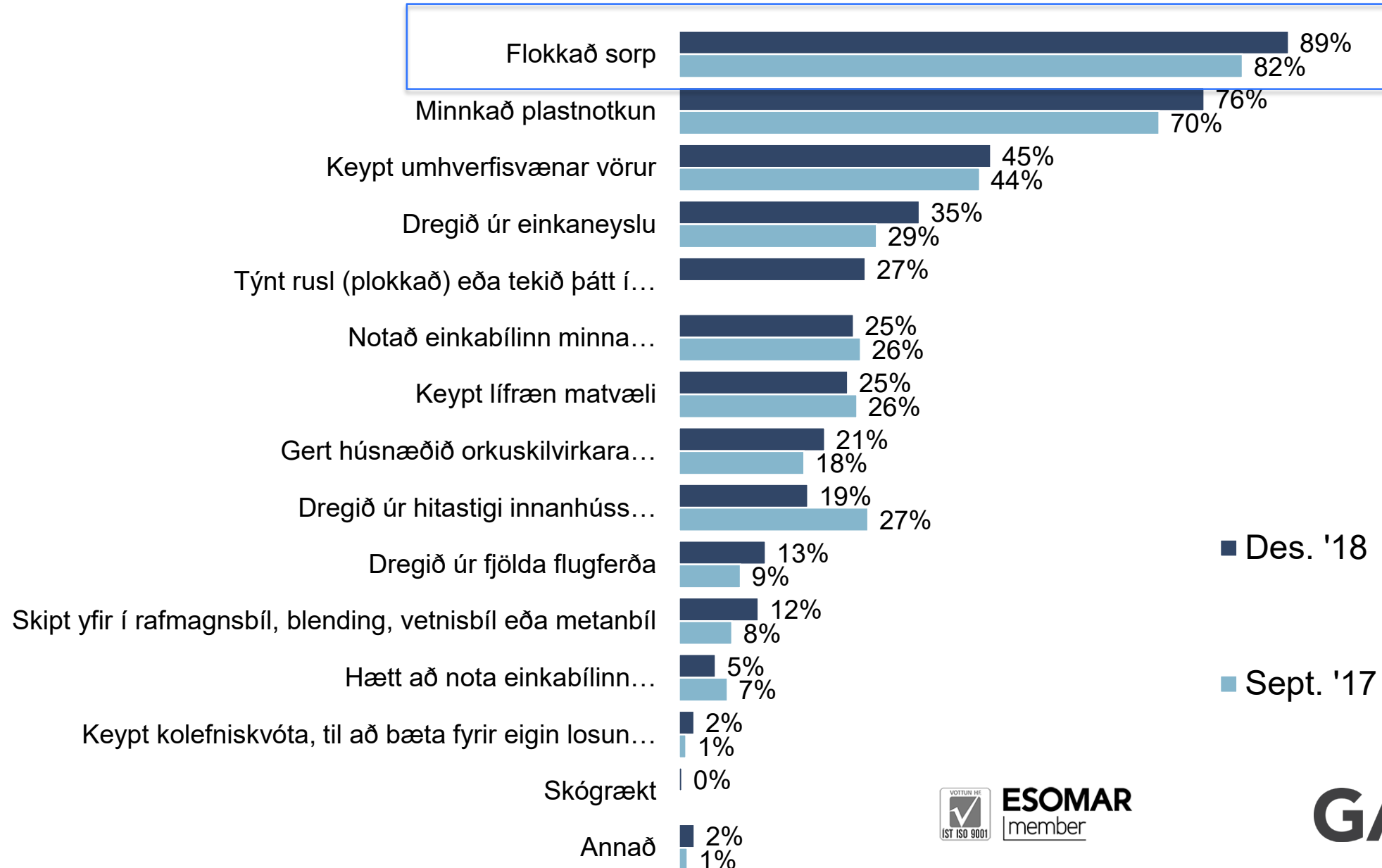
129590
Begin Jan

HVAÐA ÁHRIF HAFA VIÐHORF?

Ég hugsa mikið um hvað ég get gert til að draga úr þeim áhrifum sem ég hef á loftslagið.



Hvað, ef eitthvað, hefur þú gert á síðustu 12 mánuðum til að draga úr þeim áhrifum sem þú hefur á umhverfis- og loftslagsbreytingar?



Fleiri skila plasti og gleri til endurvinnslu

● Heimsóknunum á endurvinnslustöðvar fjölgar milli ára

Höskuldur Daði Magnússon
hdm@mbi.is

„Þetta fellur nokkuð saman við okkar reynslu. Við höfum séð aukningu í plastendurvinnslu og gleri, alveg eins og íbúar segjast gera,“ segir Björn H. Halldórsson, framkvæmdastjóri Sorpu.

Í nýrri neyslukönnun Gallup var spurt sérstaklega um þjónustu Sorpu og í niðurstöðunum kemur fram að mikil aukning er í endurvinnslu á plasti. Eins má merkja á svörum þátttakenda talsverða aukningu í flokkun á gleri, postulíni og flísum, rétt eins og ljósaperum og

kertaafgöngum. Spurt var hvort svarendur eða aðrir á heimilinu flokkuðu viðkomandi tegundir sorps. Yfir 80% kváðust alltaf eða oftast flokka plast sem er aukning um tíu prósentustig frá árinu 2017. Um 65% kváðust alltaf eða oftast flokka gler. Vel yfir 90% þátttakenda segjast flokka skilagjaldsskyldar umbúðir, pappír og bylgjupappa. Um 90% flokka rafhlöður, raftæki og föt, klæði og skó og hefur orðið aukning í þeim þremur flokkum milli ára. Um var að ræða netkönnun sem framkvæmd var dagana 11. desember til 2. janúar síðastliðinn. Úrtak var 3.199 manns og 47% þeirra svöruðu.

Björn segir að þegar flokkun á pappír var tekin upp hafi margir farið að flokka annað sorp. Þess sjáist nú skýr merki. Þá hafi nýlega verið aukið þjónusta í grenndargámum og þar sé nú víða hægt að skila af sér gleri, svo dæmi sé tekið.

Í könnuninni kom jafnframt fram aukning í ferðum á endurvinnslustöðvar. Þátttakendur fóru að jafnaði 16,4 sinnum á endurvinnslustöð í fyrra. Árið áður voru ferðir á endurvinnslustöðvar að jafnaði 14,8 hjá hverjum þátttakanda. Þar fyrir utan fór hver og einn 13,7 ferðir í grenndargáma sem er sambærilegt við árið 2017.



Morgunblaðið/Golli

Endurvinnsla Heimsóknunum á endurvinnslustöðvar fjölgar milli ára.

„Við erum ánægð með þessa könnun. Hún sýnir að fá vörumerki á Íslandi eru eins sterk meðal íbúa og Sorpa. Við rýnum í niðurstöðurnar og reynum að bregðast við ef það er eitthvað sem við getum gert betur.“

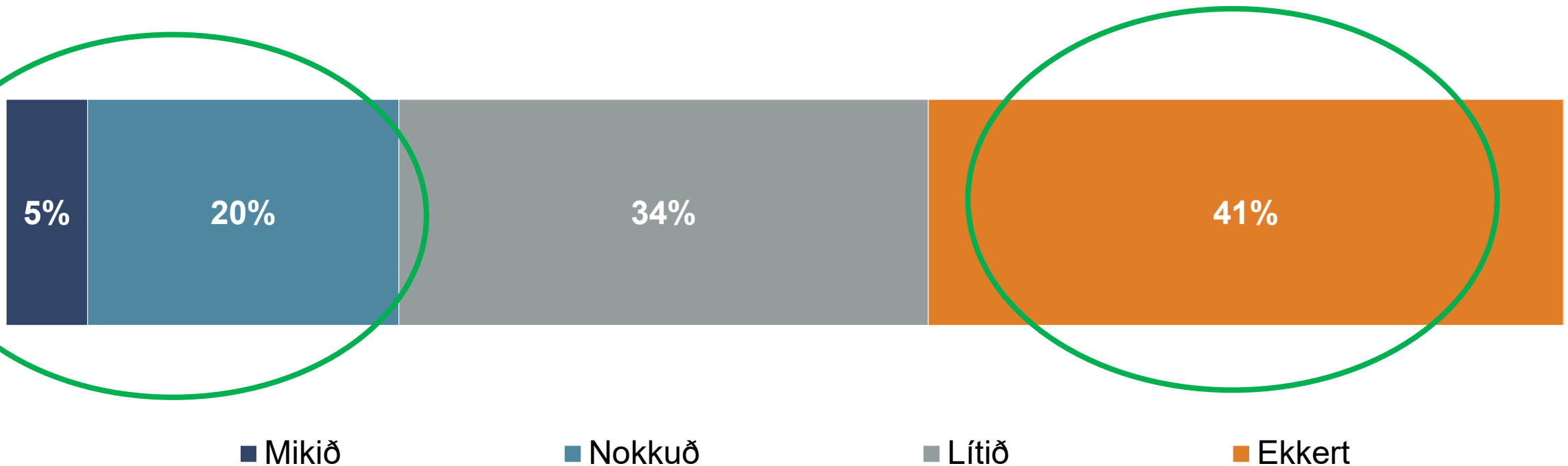
GÓÐ GREINING SKILAR ÁRANGRI



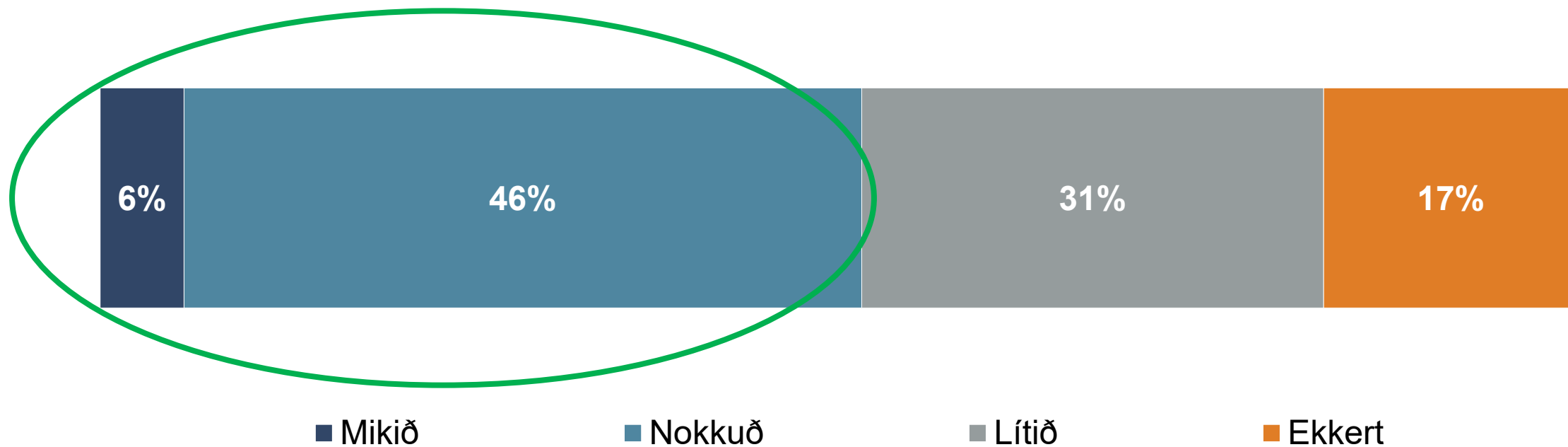
ESOMAR
member

GALLUP

Síðastliðna 12 mánuði hefur þú breytt ferðavenjum þínum á einhvern hátt til þess að minnka umhverfisáhrif af ferðamáta þínum?



Síðastliðna 12 mánuði hefur þú breytt neysluvenjum þínum í daglegum innkaupum á einhvern hátt gagngert til þess að minnka umhverfisáhrif hjá þér?



NEYTENDUR SEM HUGA AÐ SJÁLFBÆRNI SÝNA VIÐHORF
SITT Í INNKAUPUM

SUSTAINABLE SHOPPERS BUY THE CHANGE THEY WISH
TO SEE IN THE WORLD

SUSTAINABLE PRODUCT SALES IN THE U.S.

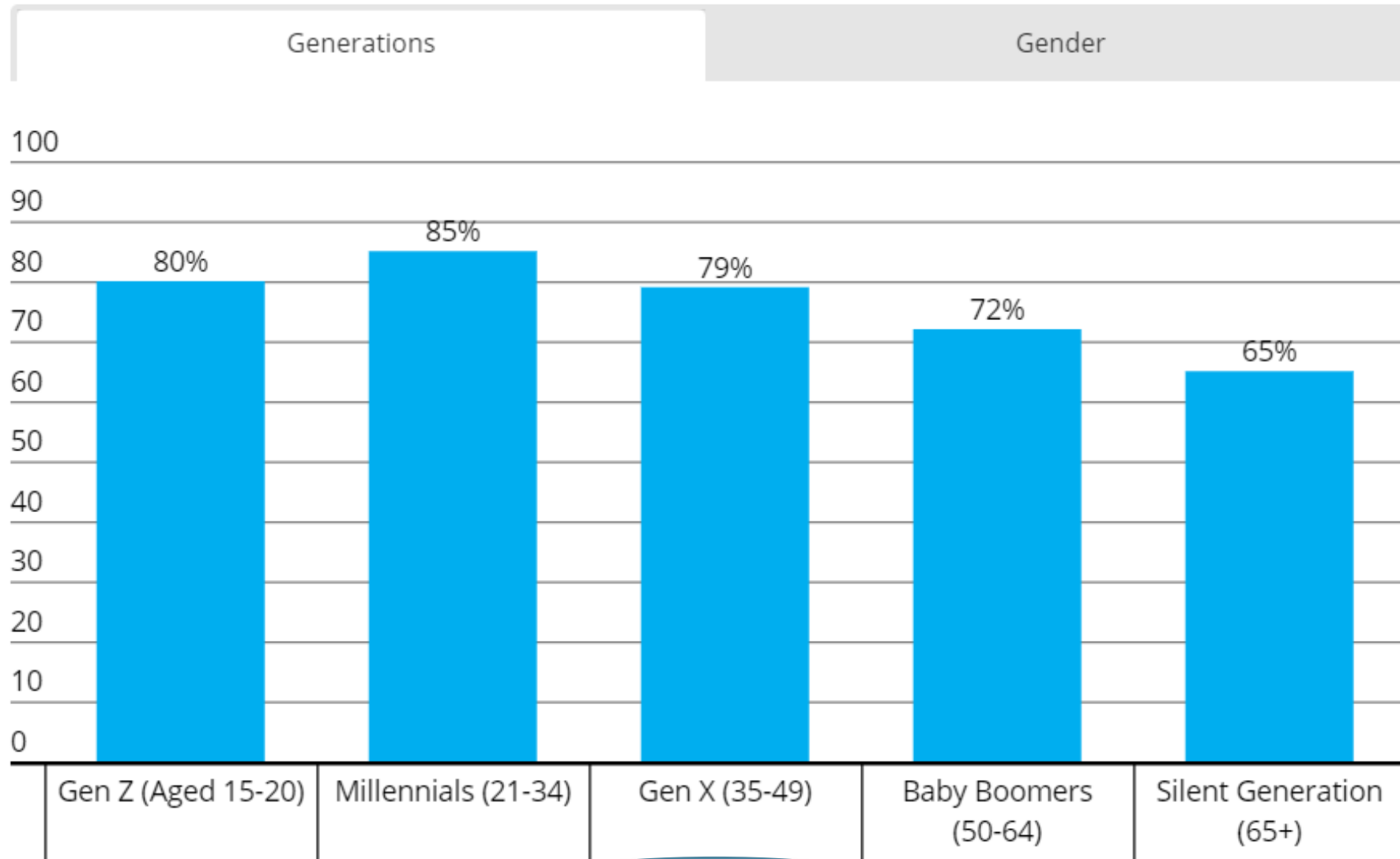
\$ in billions



Sustainability combines free from, clean, simple, sustainable and organic labels.

Source: Nielsen Product Insider, Powered by Label Insight, Week ending 10/20/2018, Projections based on 3 and 2 year CAGR

Hversu miklu eða litlu máli skiptir það þig að fyrirtæki hrindi í framkvæmd aðgerðum sem hafa jákvæð áhrif á umhverfi og loftslagsbreytingar?



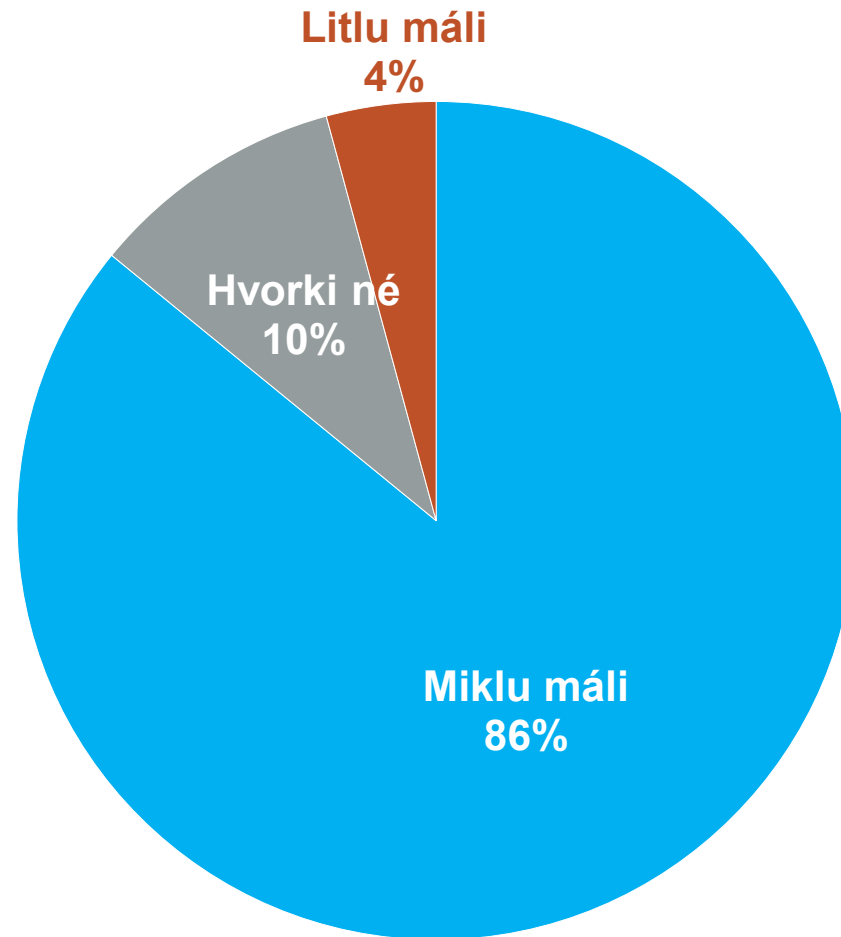
Hlutfall svarenda sem segir það skipta *mjög miklu máli* að hrinda aðgerðum í framkvæmd.

% of Global Respondents

Copyright © 2018 The Nielsen Company (US), LLC. All Rights Reserved.

GALLUP

Hversu miklu eða litlu máli skiptir það þig að fyrirtæki á Íslandi hrindi í framkvæmd aðgerðum sem hafa jákvæð áhrif á umhverfi og loftslagsbreytingar?



HVAÐ EINKENNIR HÓPA SEM ERU LENGST
KOMNIR Í ÞVÍ AÐ FYLGJA VIÐHORFUM
SÍNUM?



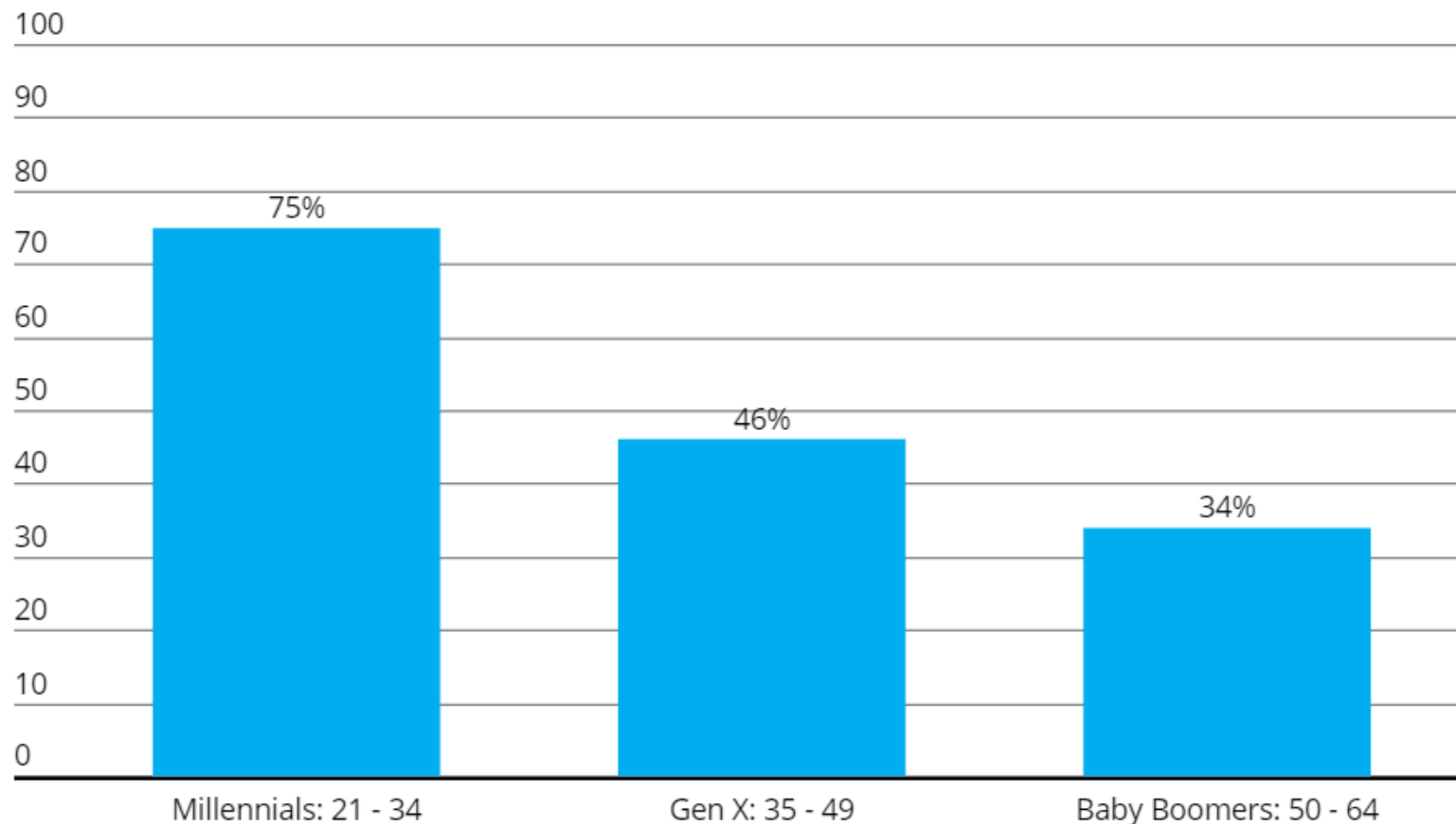
ESOMAR
member

GALLUP

MILLENNIALS ARE THE FUTURE OF SUSTAINABILITY IN THE U.S.

n

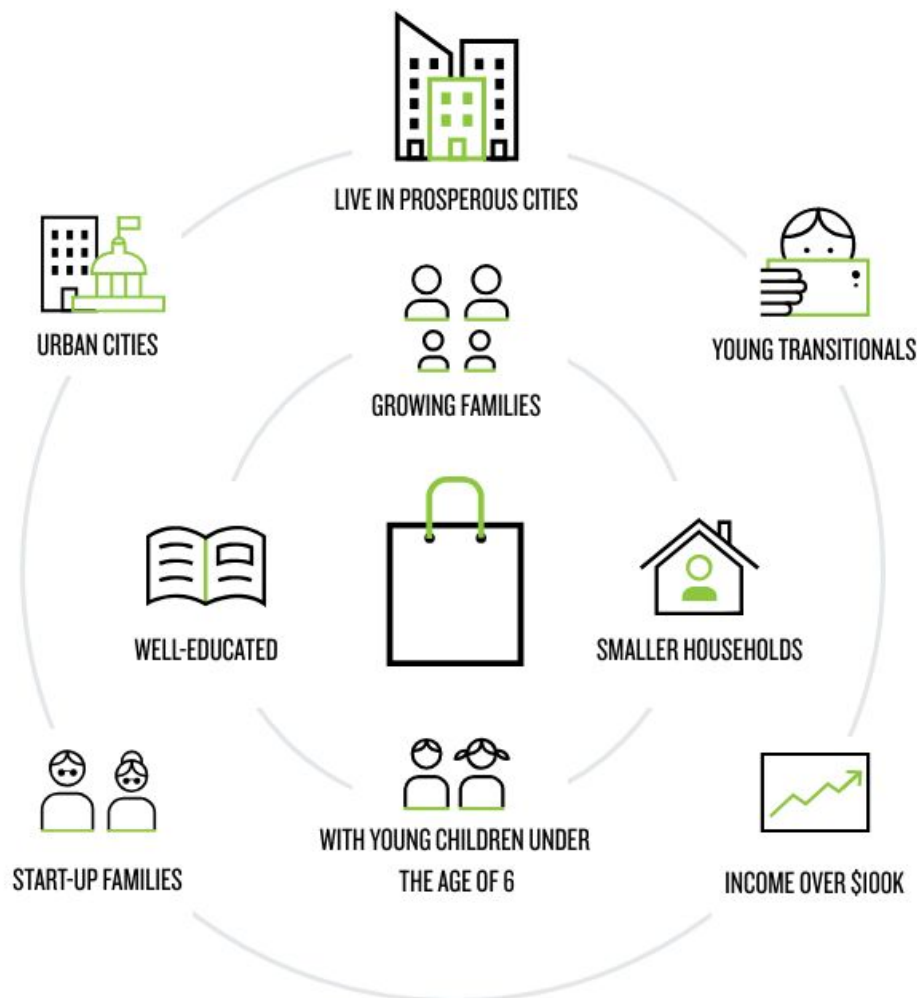
Ég mun örugglega eða líklega breyta kauphegðun minni til að hafa minni áhrif á umhverfið.



MAR
per

GALLUP

WHO IS THE SUSTAINABLE SHOPPER?



Helmingur neytenda er tilbúinn að borga fyrir *sustainable* vöru.

HVERNIG ER HÆGT AÐ BRJÓTA ÞESSA
SJÁLFBÆRNI EÐA *SUSTAINABILITY* MEIRA
NIÐUR TIL AÐ GREINA HVAR Á AÐ
STAÐSETJA SIG?



SUSTAINABILITY
INFLUENCES ACTIONS
OF CONSUMERS
OF ALL AGES



85%

Heimila kaupa sjávarfang
reglulega



70%

Telja rétt að kaupa
sustainable sjávarfang



72%

Til að bjarga hafinu eigi að neyta
sjávarfangs frá sjálfbærum veiðum

Hvað með áhrif verðs?

Verð hefur að sjálfsögðu áhrif á kaup. En þau eru mismikil:

- a) Verð hefur meiri áhrif á karla en konur.
 - a) Konur eru í 70% tilvika sá aðili sem sér mest um innkaup til heimilisins.
- b) Neytendur almennt í Bretlandi, Þýskalandi, Kína, Spáni og mörgum öðrum löndum setja *sustainability* **sem meiri áhrifavald** en verð þegar að kaupum á sjávarfangi.

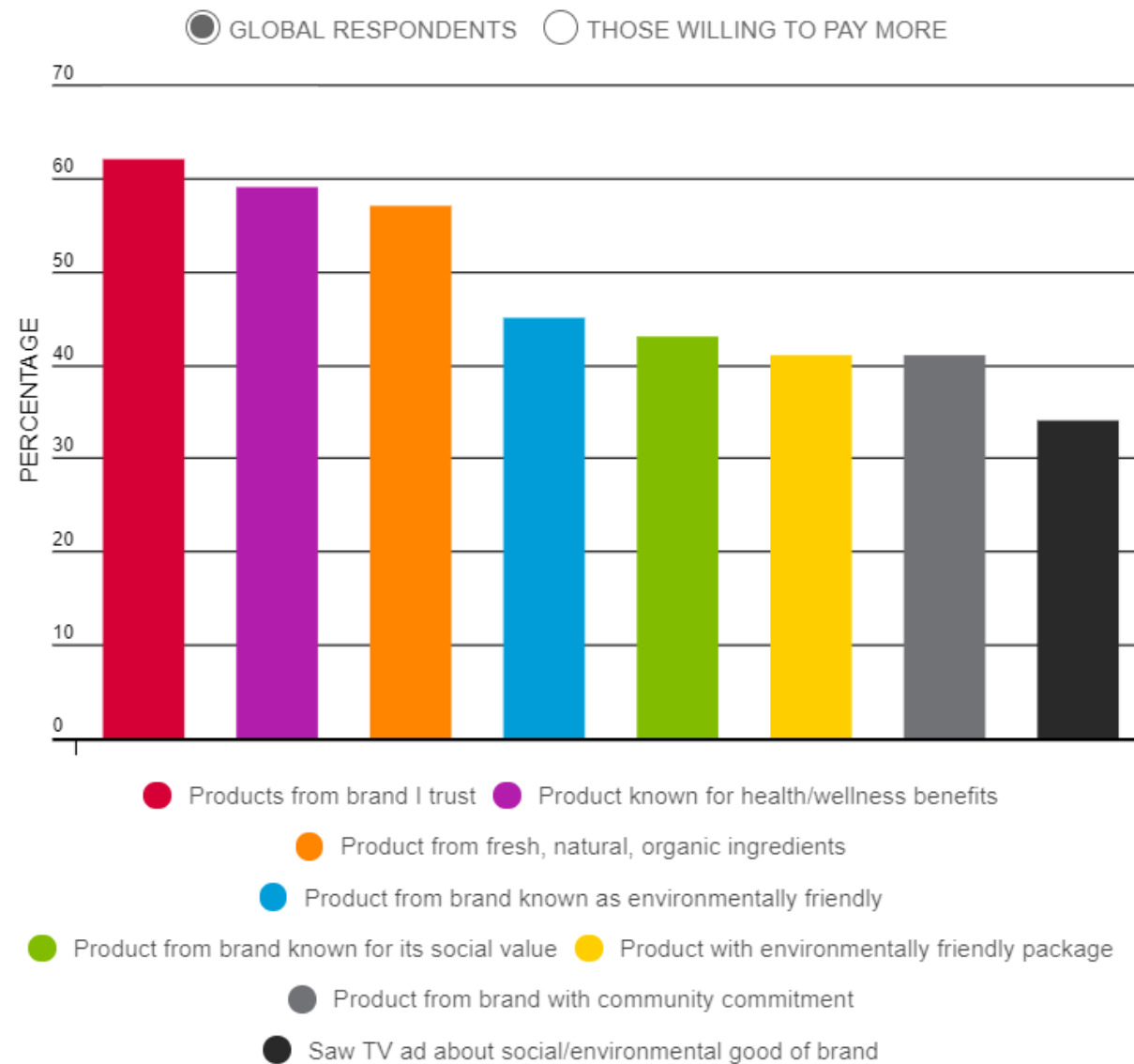
HVATARNIR SEM HAFA ÁHRIF Á KAUP Á SJÁLFBÆRUM VÖRUM



ESOMAR
member

GALLUP

TOP SUSTAINABILITY PURCHASING DRIVERS



Ég treysti
vörumerkinu

Góð áhrif á
heilsuna

Fersk, náttúruleg
og lífræn hráefni

Vörumerki sem er
umhverfisvænt

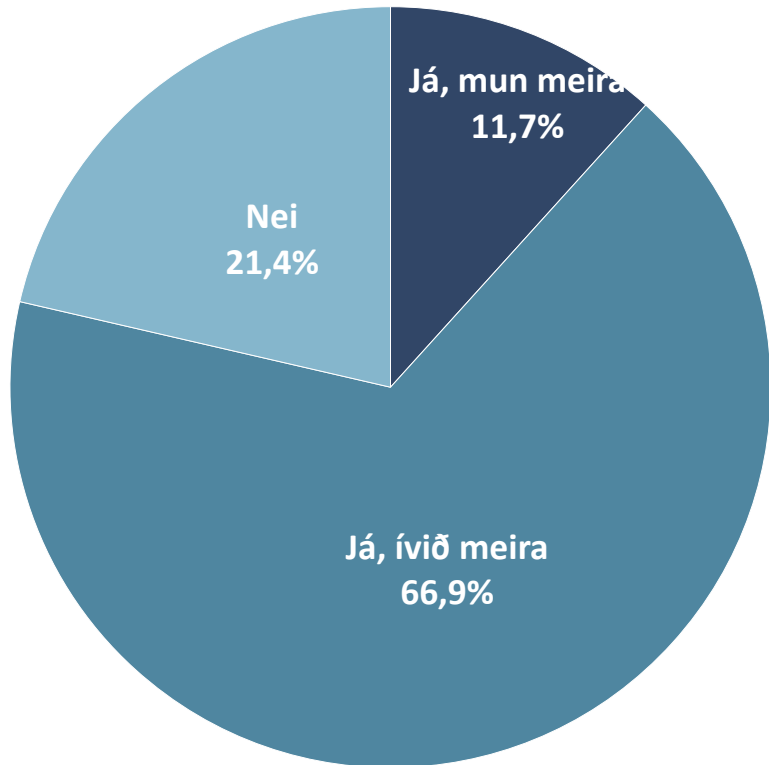
ÍSLENSKAR NIÐURSTÖÐUR



ESOMAR
member

GALLUP

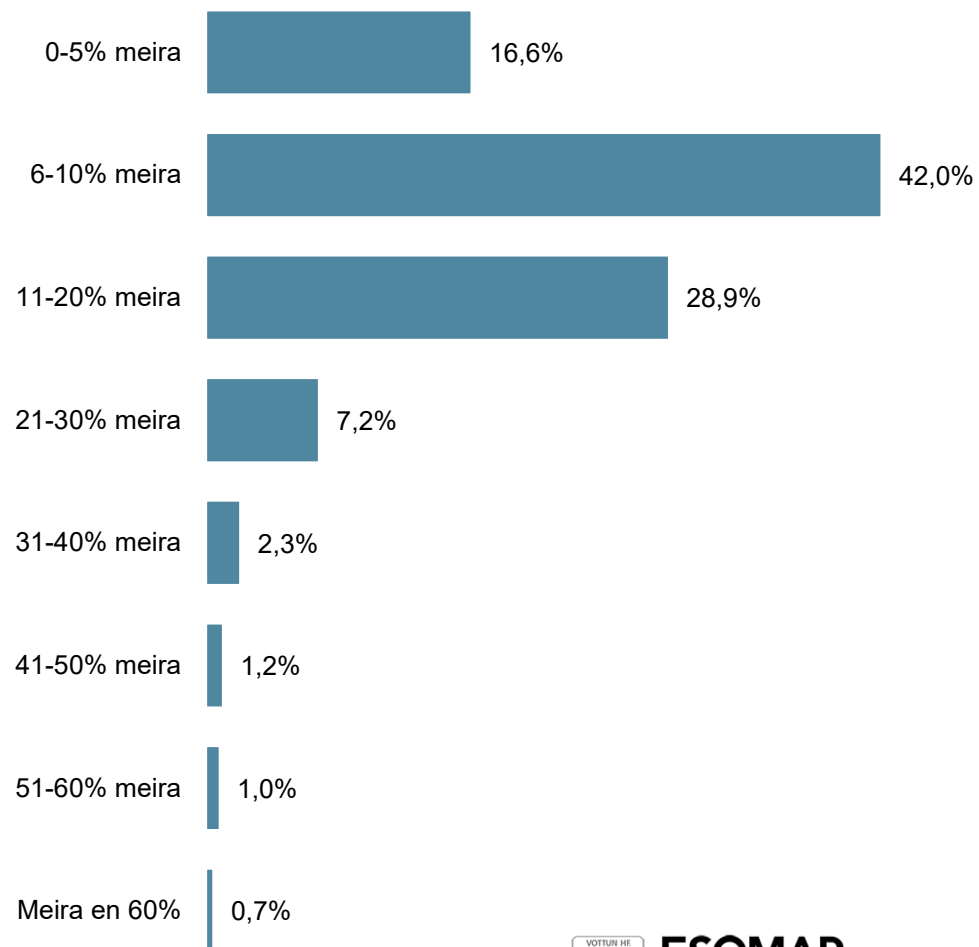
Værir þú tilbúin(n) að borga meira fyrir vöru sem hefur minni neikvæð umhverfisáhrif?



66% að meðaltali þegar horft til neytenda á heimsvísu.

Að jafnaði, hversu mikið meira værir þú tilbúin(n) að borga fyrir vöru sem hefur minni neikvæð umhverfisáhrif?

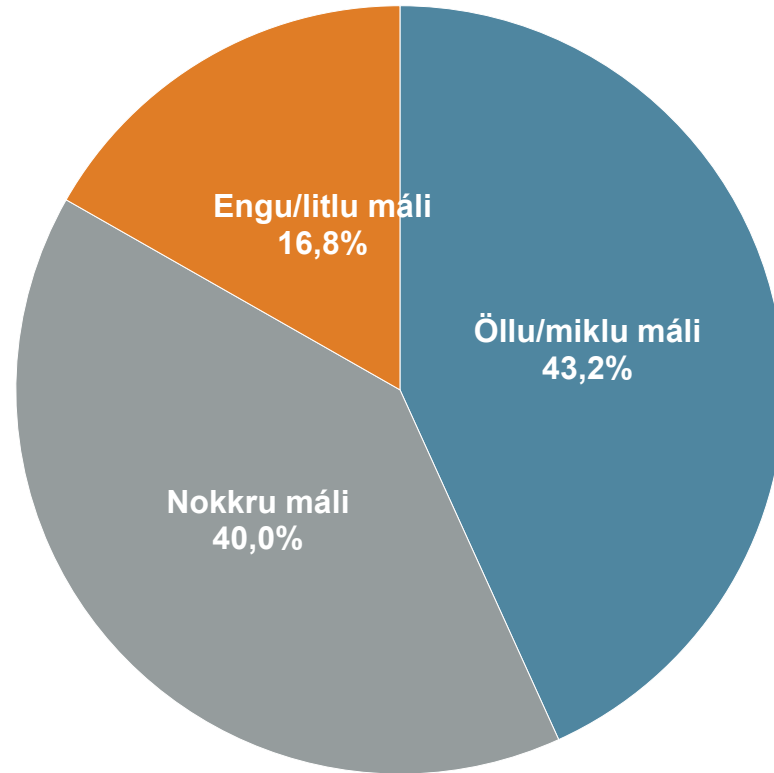
12% að meðaltali



ESOMAR
member

GALLUP

Þegar allt kemur til alls, hversu miklu eða litlu máli skiptir það þig að kaupa vörur sem eru til komnar með eins umhverfisvænum hætti og hægt er?



Leiðandi
vettvangur í tíu ár



Takk fyrir

Ólafur Elínarson, Gallup.



SJÁVARÚTVEGS
RÁÐSTEFNAN

ISI ICELAND
SEAFOOD



HAMPIÐJAN

Hrifa Óhásid