



Nordic Consumer Sustainability Index

Gjennomført i 2022 av Ipsos
for Svanemerket

Hvor opptatt er forbrukerne av klima og miljø?

Folk i Norden er opptatt av miljøet

58%

Er opptatt av hva de personlig kan gjøre for å ivareta miljøet.



Kun 1 av 10 er *ikke* opptatt av dette.



De mest kritiske miljøutfordringene ifølge nordiske forbrukere



53% klimaendringer



45% plast- og mikroplastavfall

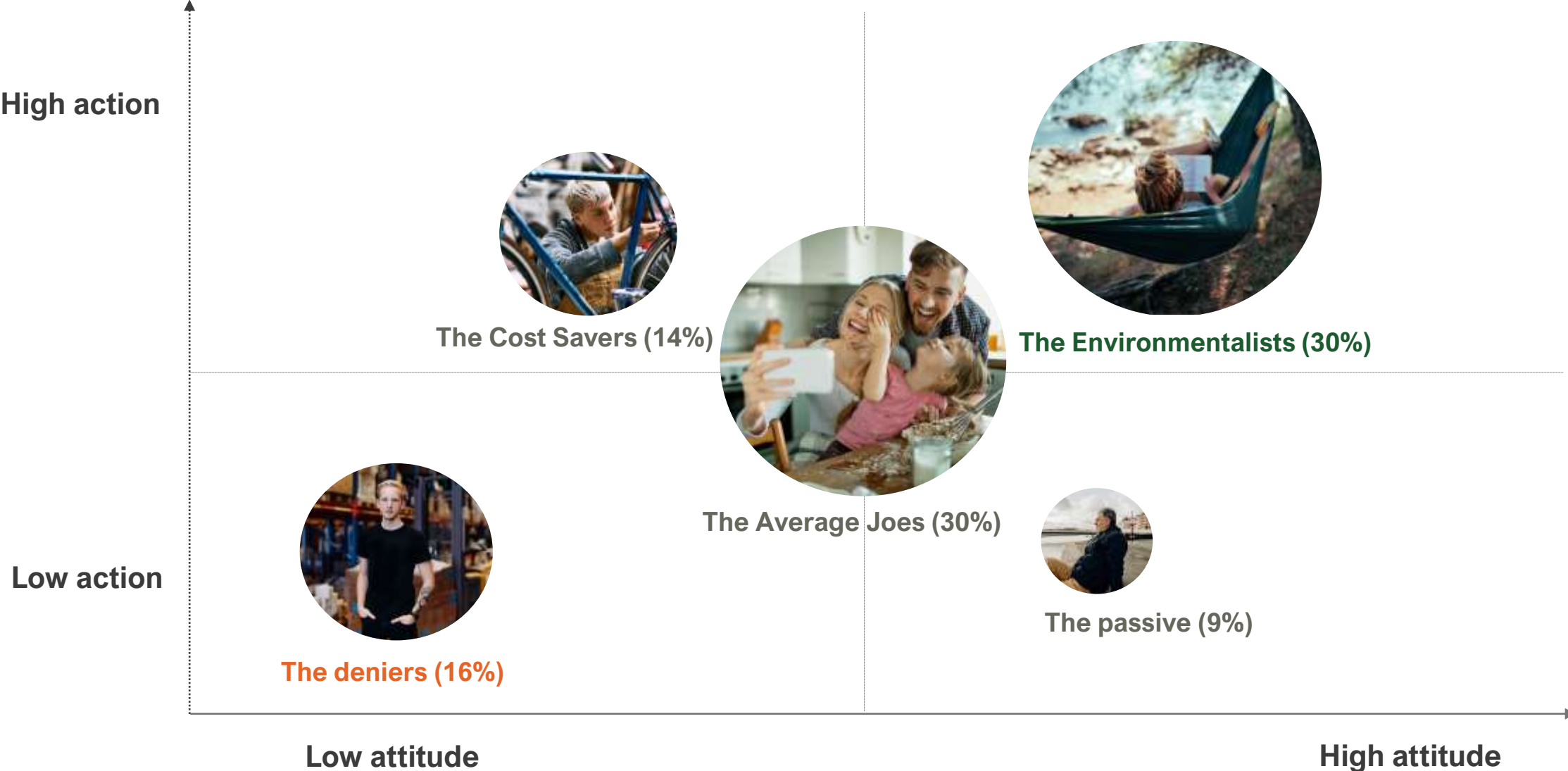


37% tap av biologisk mangfold

Q: In your view, what are the most critical environmental issues we are facing today? Please select up to three of the following.



Kun 16% har negative holdninger og ingen handling



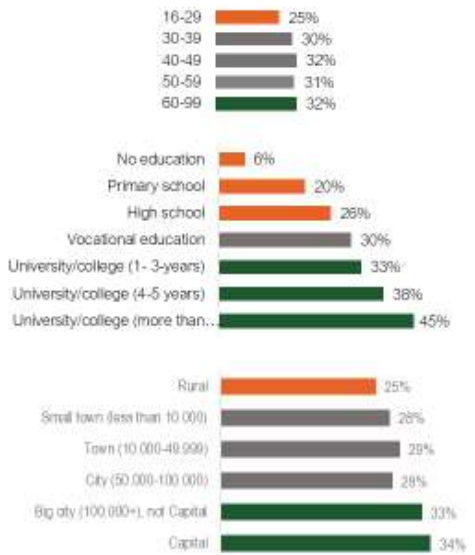
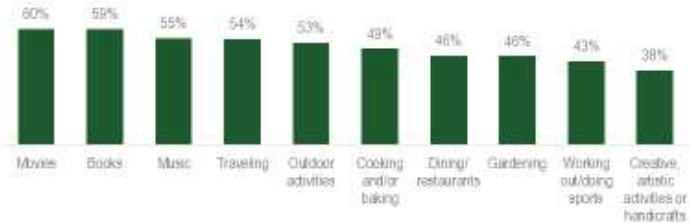
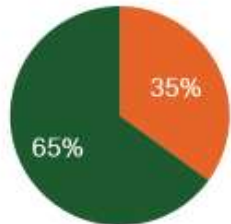
Profiler på demografi og livsstil

Environmentalists

A very environmentally oriented segment with green attitudes and behaviors.

30 %

6,9 million



Nordic Swan Ecolabel



Gjør folk som de sier?

Dette gjør vi for å redusere egen miljøbelastning



Q. In the last year, have you done any of the following to reduce your own environmental burden?



Det er et grønt gap mellom intensjoner og handlinger

57%

prøver å belaste miljøet minst mulig.

23%

har redusert kjøttforbruket.



Hva stopper folk fra å leve mer bærekraftig?



Psykologiske barrierer



En lineær økonomi



Grønnvasking

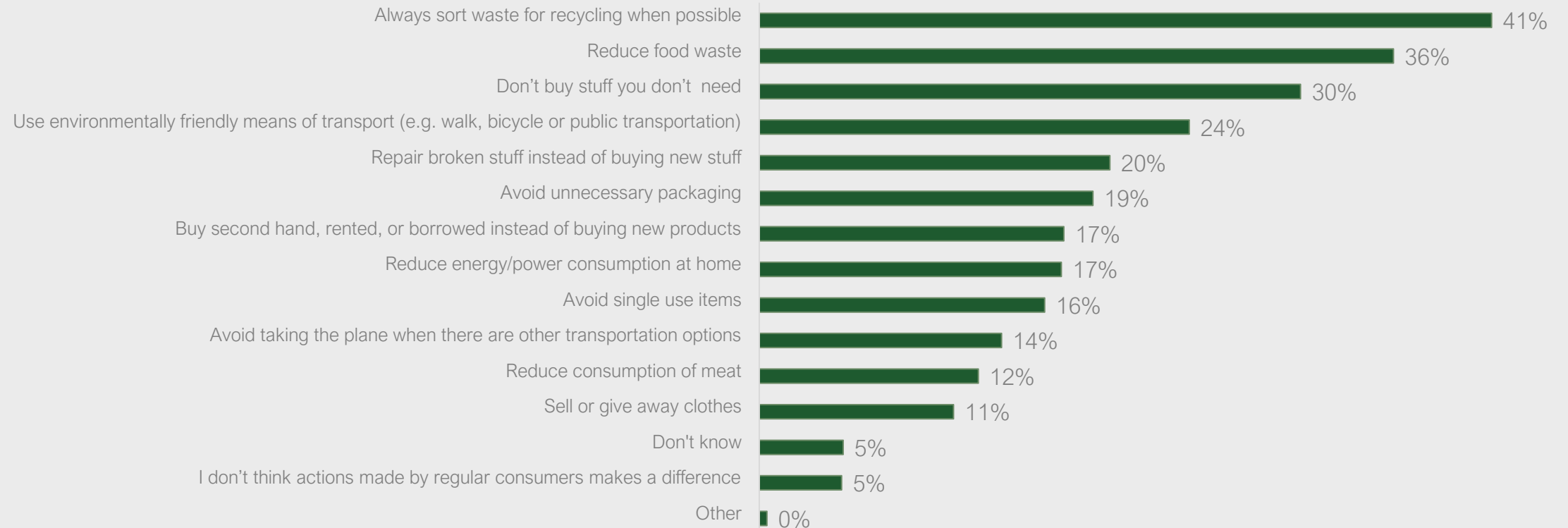


Psykologiske barrierer

Ubevisste mentale prosesser er til hindring
for adferdsendringer.



Vi mener det vi allerede gjør er det viktigste



Q. Which of the following actions do you feel are the most important to reduce the environmental burden for regular consumers? Please choose the three most important actions.



Mer informasjon er ikke løsningen for å få med seg flere



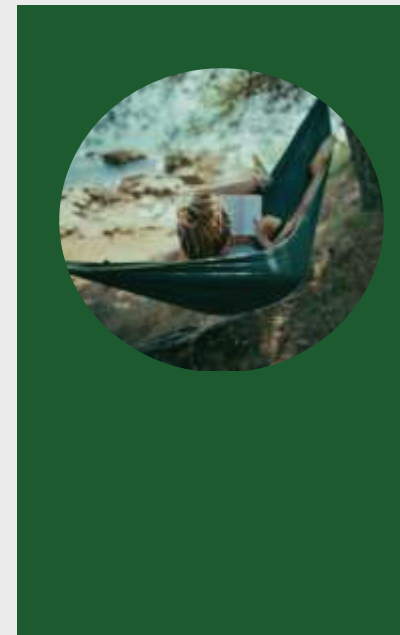
6%



43%



74%



Interessert i å lære mer om min påvirkning på miljøet og hva jeg kan gjøre for å redusere min påvirkning

■ Deniers ■ Total ■ Environmentalists





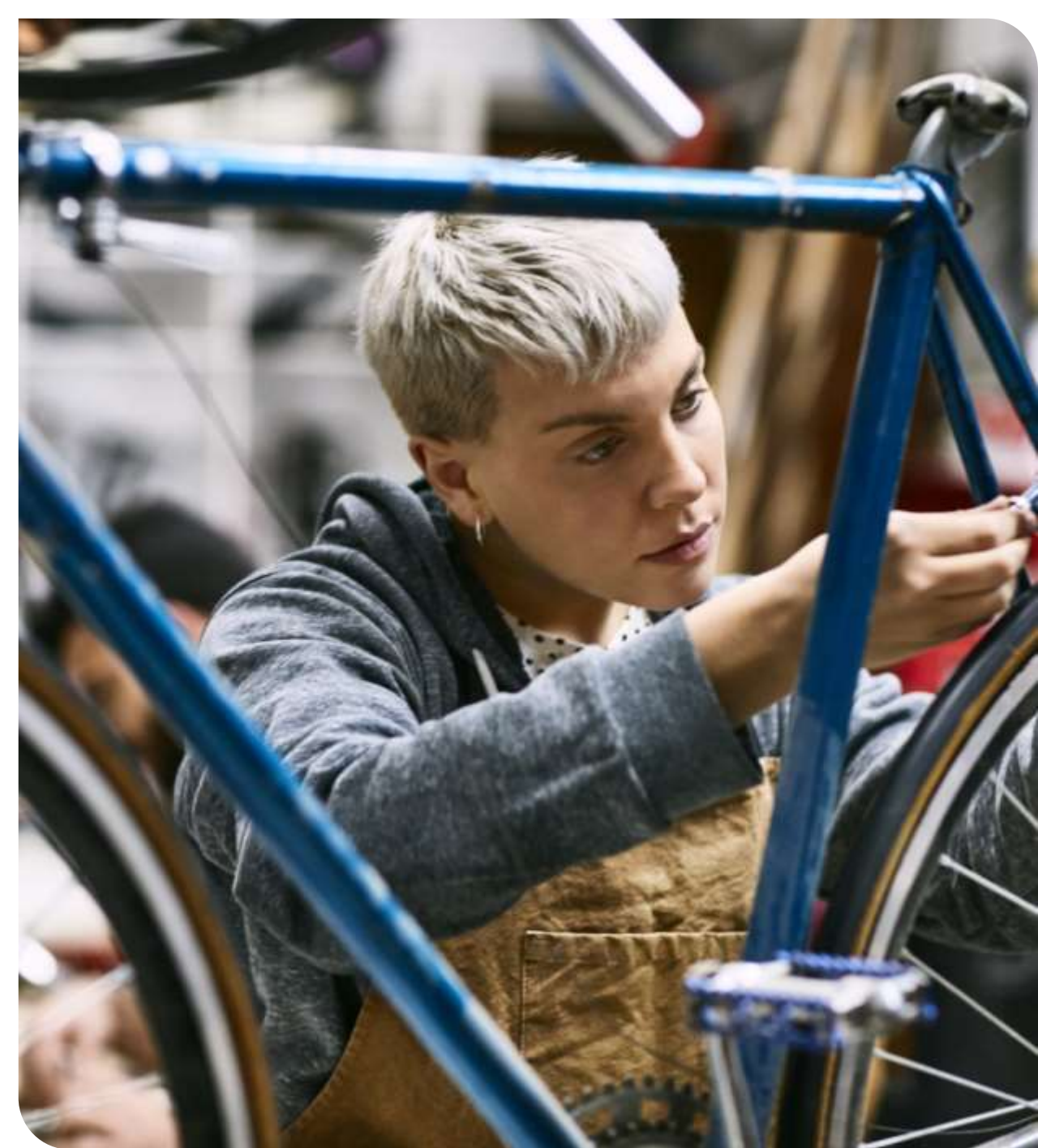
9 av 10

mener egen miljøpåvirkning er lavere eller som gjennomsnittet i eget land.

En lineær økonomi

Dagens samfunn og hvordan produkter blir laget, stimulerer til mer bruk og kast.





68%

har opplevd at produkter er laget på en slik måte at de ikke kan repareres.





3 av 4

har opplevd at det er billigere
å kjøpe et nytt produkt enn å
reparere produktet de
allerede har.





76%

mener at mange produkter bevisst er laget for å ha kort levetid.



Grønnvasking

Grønn støy ødelegger for forbrukere som ønsker å velge mer miljøvennlig.



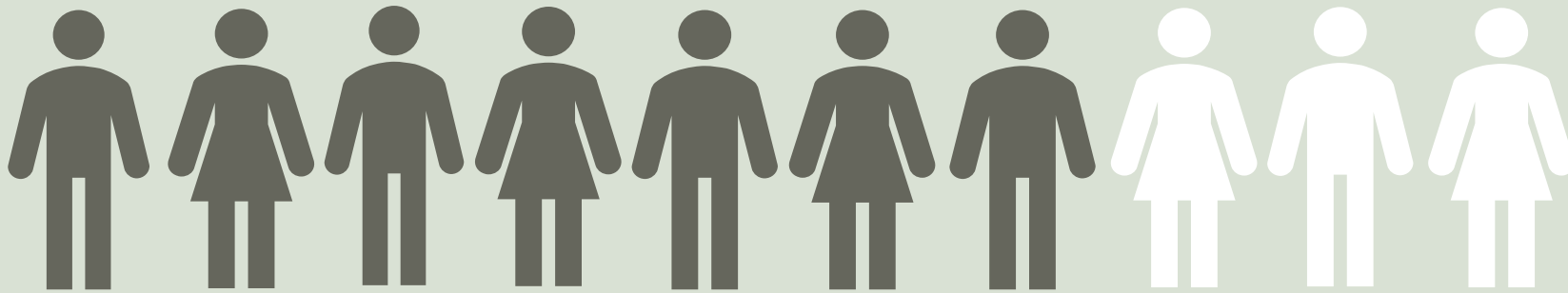
Folk sliter med å ta gode miljøvalg

55%

synes ofte det er vanskelig å vite om
produkter er gode miljøvalg.



Folk stoler ikke på bedrifiers grønne påstander



7 av 10 mener at bedrifter ofte overdriver hvor miljøvennlige produktene deres er.



Folk stoler ikke på bedrifiers grønne påstander

22%

stoler på at et produkt er et godt miljøvalg når det markedsføres med begrep som miljøvennlig, bærekraftig eller klimanøytralt.



Folk er lei av grønt tomprat

61%

irriterer seg ofte over at produkter markedsføres som «grønne» uten noen god forklaring.



**Miljømerker kan være en del av
løsningen**



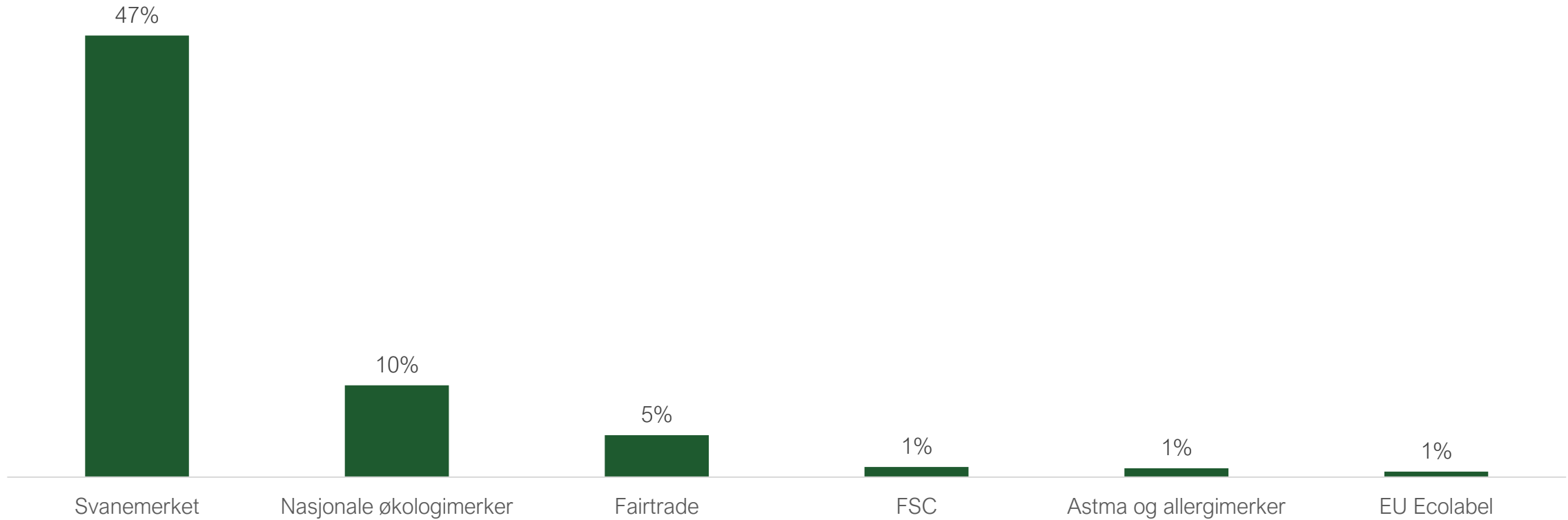
Uavhengig miljømerking er viktig for folk

59%

mener det er helt avgjørende at merkeordninger er objektive og uavhengige av produktene som de sertifiserer.



Svanemerket er top of mind i Norden



Svanemerket gjør det enklere å velge grønt

95%

kjenner Svanemerket

67%

av de som kjenner Svanemerket stoler på merket.

58%

mener Svanemerket gjør det enkelt å ta gode miljøvalg.



Kun 1 av 5

mener myndigheter og bedrifter gjør nok for å realisere overgangen til mer bærekraftig forbruk og produksjon.



Funnene oppsummert

- De aller fleste prøver å redusere sin miljøpåvirkning
- Nesten alle gjør noe
- Flere hindringer for mer bærekraftig livsstil
 - Psykologiske barrierer
 - Lineær økonomi
 - Grønnvasking
- Uavhengige miljømerker gjør det enklere for folk å velge grønt
- Folk forventer mer handling både fra bedrifter og myndigheter





Spørsmål?

Ta kontakt for å lære mer om Svanemerket og funn fra Nordic Consumer Sustainability Index 2022.

Cathrine Pia Lund

Administrerende direktør

+47 47 91 51 14

cpl@svanemerket.no

Anne-Grethe Henriksen

Markeds- og kommunikasjonssjef

+47 91 32 45 41

agh@svanemerket.no

Karl-Oskar Nicolaisen

Markedsrådgiver

+47 97 10 57 56

kon@svanemerket.no

Bjørn Olav Strandli

Markedsrådgiver

+47 47 70 57 52

bos@svanemerket.no