



Coop og klimaet

-

Med fokus på klimamærkning

Signe D. Frese, Ansvarlighedsdirektør

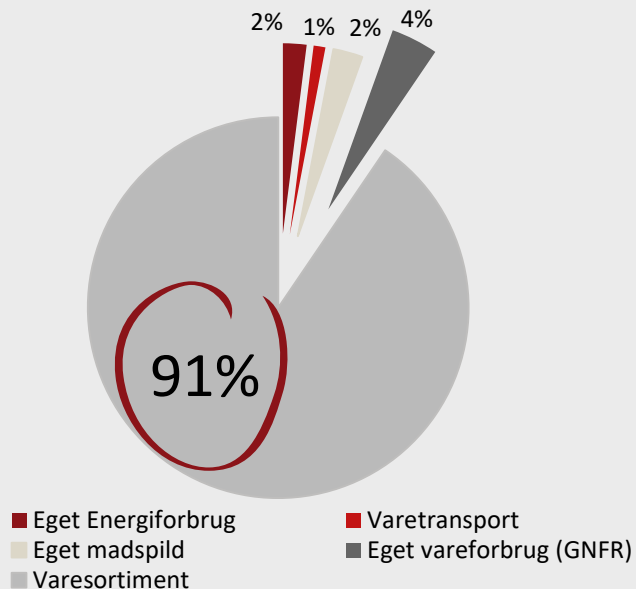


Coops og forbrugernes ageren har stor indflydelse på klimaet

Vi og vores forbrugere træffer hver dag beslutninger der har væsentlige og afgørende betydning på klimapåvirkningen

KLIMAAFTRYK OG FORDELING*

Vores klimabelastning, inklusiv varesalg, forventes at udgøre ca. 5,5 mio. tons CO₂ – til sammenligning forventes Danmarks nationale klimaregnskab for 2020 at udgøre 46,7 mio. tons.



HVORFOR ER COOP CENTRAL

Verdens ønskeliste**

Coops kerneforretning og klimaplan involverer alle 5 topprioriteter på verdens ønskeliste for at reducere den globale opvarmning mest muligt.

The top 100 things we can do to cool down the planet*

RANKED SOLUTION	REDUCED CO2 (GT)
1 Refrigeration (HFC gas)	89,74
2 Wind Energy – On Shore	84,60
3 Reduced food waste	70,53
4 Plant-rich diet	66,11
5 Tropical Forests	61,23

* Coops første samlede klimaregnskab udarbejdes i løbet af 2020, således indtil nu en kvalificeret vurdering

** Project Drawdown 2017

Vi har tre ambitiøse mål



1. Vores drift

÷ 75%
in 2025



2. Vores drift

climate positive
in 2030



3. Vores værdikæde

÷ 1.000.000
tons Co2



Vi er begyndt på rejsen



÷32%



Men den grønne omstilling kan vi ikke løse uden leverandører eller forbrugerne



+2,500 leverandører

coop

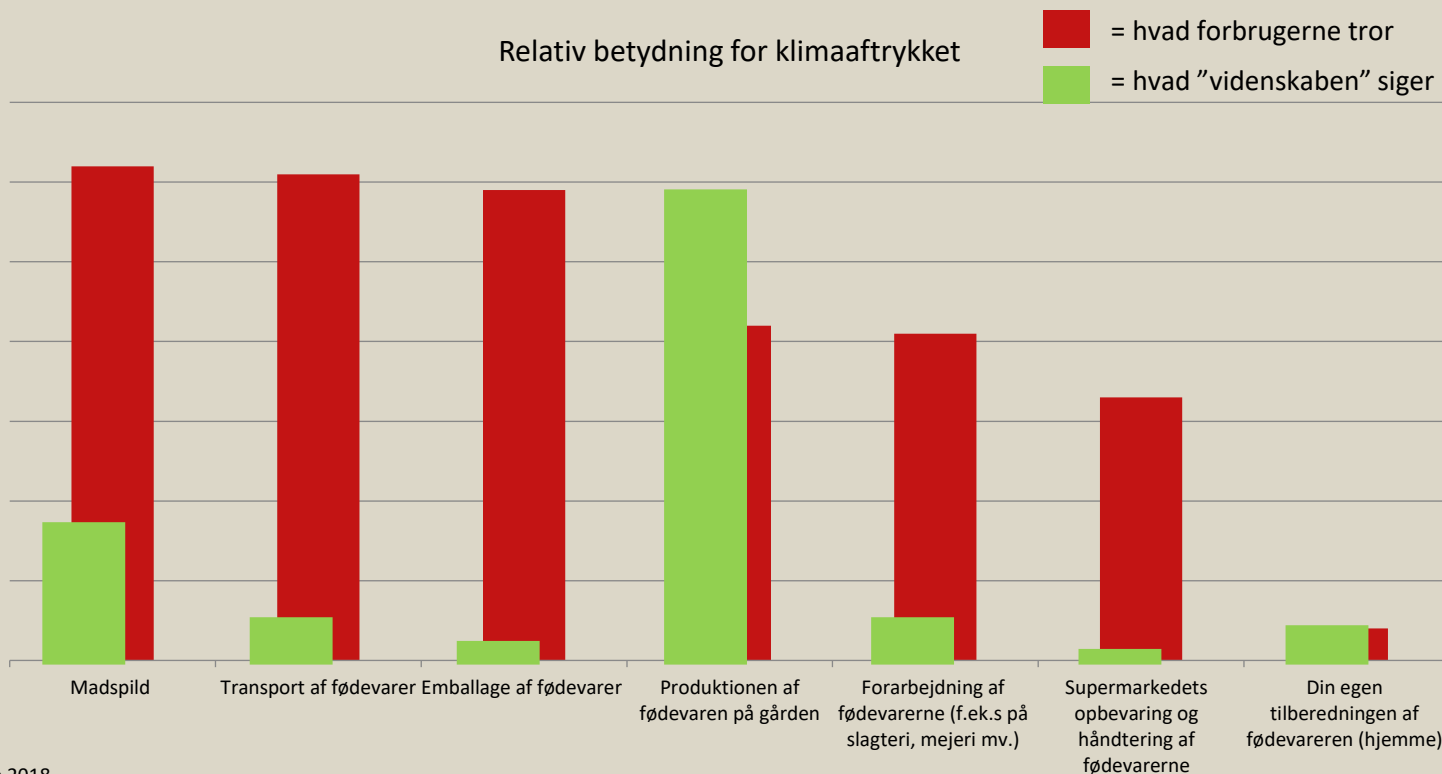


5 millioner forbruger om
ugen

70% af vores
kunder ønsker et
klimamærke

Men vil mærkning virke?

Vi ved ikke, hvor aftrykket kommer fra



Kilde: Coop 2018

Grunde til at vores fødevareforbrugs store klimaaftryk



1 | Kød

- Vi elsker kød. Jo rigere, vi er blevet, jo mere spiser vi
- Oksekød har netop overhalet det klimarigtige svinekød som det mest solgte
- Dem, som ikke interesserer sig for madlavning spiser mest kød



2 | Overspisning

- Vi indtager ca. 10-15% for mange kalorier
- Og 50% mere protein end nødvendigt for de fleste
- Vi er verdens mest slikglade nation
- Alkoholvaner – fra øl til vin



3 | Madspild

- Madspildet er størst derhjemme
- Det opstår delvist usynligt
- Vi har råd til at lave nyt mad hver dag – og ikke kompetencer til at inkludere rester



4 | Rigdom

- Jo billigere maden bliver, jo flere midler konverteres til andet (klimaskadeligt) forbrug
- Vi skal købe lidt, men godt

Men der er også dilemmaer

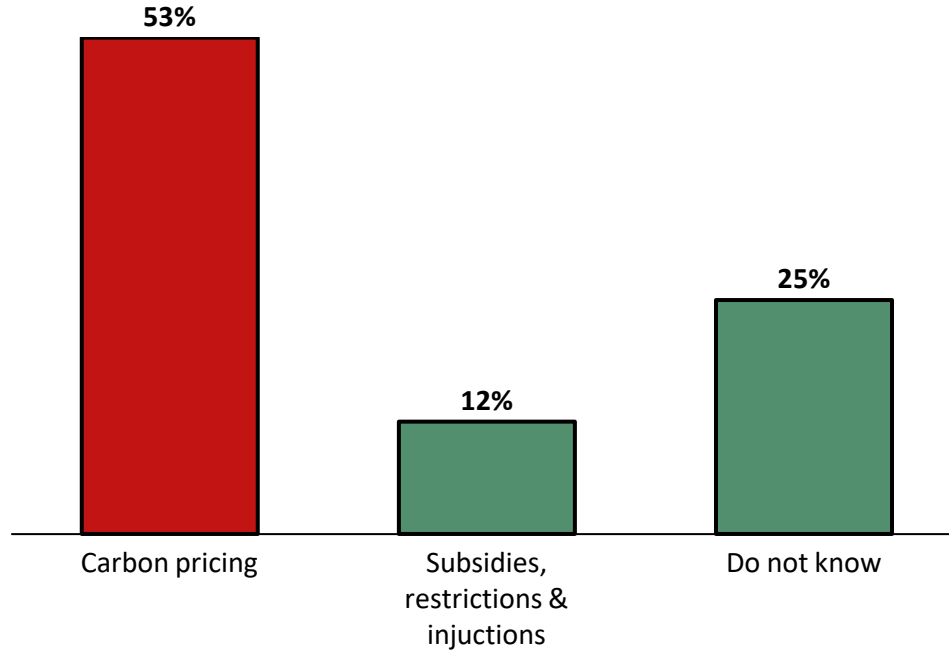
VS.

Krav til et mærke - forslag

- Mærkning skal være **retvisende og 3. parts certificeret**
- Beregningsmetoden skal nyde bred opbakning blandt forskere og toneangivende aktører – helst også internationalt. Det er forudsætningen for at skabe den forbrugertillid, som er afgørende for mærkes succes
- Staten skal stå bag for at skabe troværdighed
- Mærkningen skal nok i første omgang kunne **gennemføres uden at vente på EU eller konsensus blandt alle aktører og producenter**. Det kan f.eks. være på hyldeforkanter eller elektronisk i stedet for på emballagen, men skal have et internationalt sigte også for at skabe omstilling på verdensplan
- Mærket bør være **forbeholdt varer med et lavt klimaaftryk**. Hvis et mærke optræder på alle varer, fungerer det dårligere end hvis det markerer den særligt gode/udvalgte vare
- Et mærke skal være entydigt og kunne ses som en **umiddelbar købsanbefaling**. Mærker, hvor man skal orientere sig på en skala eller aflæse en værdi også, fungerer dårligt i en købsituation
- Mærket skal give forbrugerne mulighed for at navigere mellem **substituerbare alternativer**
- Mærket skal gerne være med til at drive en grøn omstilling hos leverandører og her kan GS1 spille en rolle



Vi støtter ideen om CO2 afgift



Source: Dansk Erhverv



Imens vi venter på mærkning eller CO2 afgift

Udviklet verdens første klima-app, hvor du kan tjekke dit aftryk fra indkøbsturen

Se hvilke kategorier der har højst aftryk

Sammenligne dig selv med gennemsnits-kunde



Følge dit klimafodaftryk fra varer købt i Coops butikker

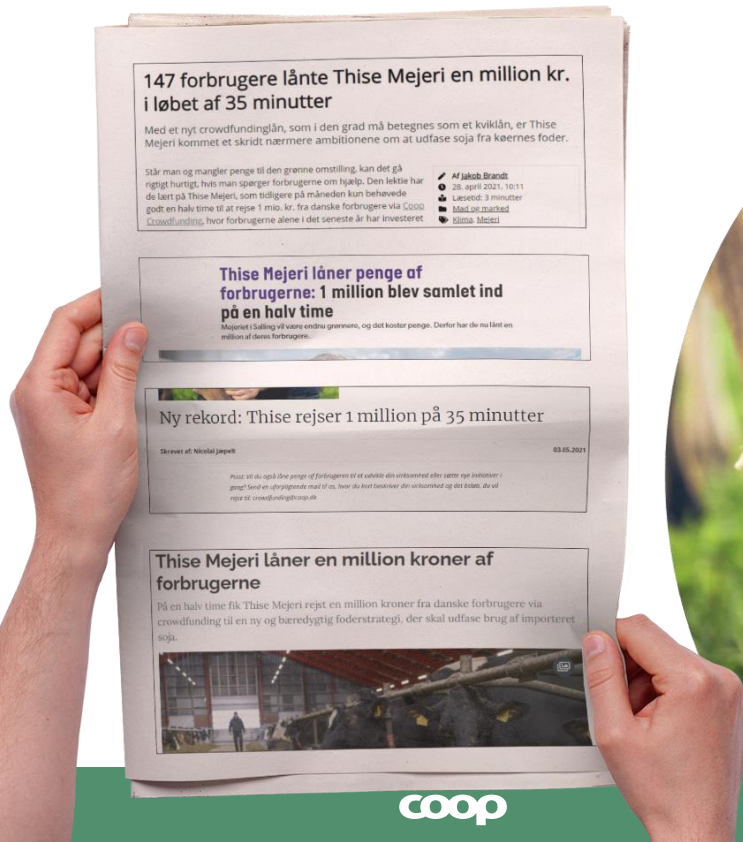
Se dit samlede aftryk ÅTD

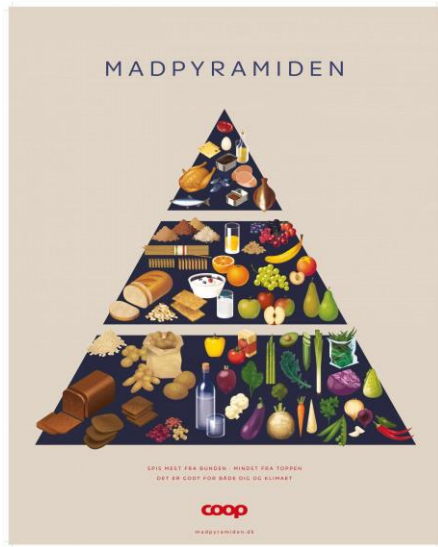
Opskrifter, tips og tricks til at understøtte en klimavenlig livsstil

Vi hjælper leverandører med grøn omstilling via vores crowdfunding platform



Thise Mejeri
rejste DKK 1 MIO
på 35 minutter





A young tree sapling stands next to a shovel stuck in the ground in a field of purple flowers under a cloudy sky.

Tak for opmærksomheden

Signe D. Frese, Ansvarlighedsdirektør

coop