



Nyhet, 14 september 2018

## Sju av tio vill handla mer klimatsmart mat

*Varannan svensk lider av klimatångest och över 70 procent vill bli bättre på att handla mer klimatsmart, visar en ny undersökning genomförd av ICA i samarbete med Kantar Sifo. De flesta är medvetna om att ens val i matbutiken påverkar klimatavtrycket, men ändå kan det vara svårt att förändra sitt beteende. Med verktyget Mitt klimatmål vill ICA göra det enklare för fler att göra vardagen mer hållbar och minska sin klimatångest.*

Enligt undersökningen upplever 42 procent att det är svårt att minska sin negativa klimatpåverkan. ICAs verktyg Mitt klimatmål har tagits fram för att hjälpa och guida alla som vill sänka sitt klimatavtryck genom att handla mat mer medvetet.

– Med Mitt klimatmål vill vi göra det så enkelt som möjligt för våra kunder att ta kontroll över sitt klimatavtryck. Tjänsten beräknar vilket koldioxidavtryck kundens matinköp på ICA har, ger tips om varor som kan bytas ut och inspirera med goda klimatguideade recept. Vi vill visa att alla kan göra något för att dämpa sin klimatångest, och ett effektivt första steg är att börja med maten, säger Maria Smith, Chef CR Strategi och Utveckling på ICA Sverige.

Sju av tio svenskar uppger i undersökningen att de vill bli bättre på att handla livsmedel som minskar deras klimatavtryck. Det finns en önskan om att bli mer klimatvänlig, men att omvandla vilja till handling kan vara desto svårare. För att göra det lättare att ta fler hållbara beslut i vardagen har ICA vänt sig till Ida Lemoine, beteendestrateg på Beteendelabbet, som tillsammans med ICA tagit fram konkreta tips som hjälper till att förändra ens beteende.

– En stor del av våra val i butiken sker på autopilot vilket ibland kan leda till beslut som varken är bra för oss själva eller klimatet. Att välja rätt kan upplevas svårt, vilket i sin tur kan skapa en känsla av maktlöshet och minskat engagemang. Som tur är vill många förändra sitt beteende och handla mer hållbart, och små förändringar i vardagen kan göra stor skillnad i längden, säger Ida Lemoine, beteendestrateg på Beteendelabbet.

Mitt klimatmål är en tjänst kopplad till ICA-kortet. Genom att aktivera tjänsten på [ica.se/klimatmal](https://www.ica.se/klimatmal) går det att följa hur maten du handlar på ICA påverkar ditt koldioxidavtryck. För att inspirera och göra det enklare erbjuder ICA även en receptbank med tips på mat som har ett lågt klimatavtryck. Tjänsten är tillgänglig för alla med ett ICA-kort och aktiveras på: <https://www.ica.se/klimatmal/>

Se hur Mitt klimatmål fungerar på [https://youtu.be/Vg2hetMI\\_p0](https://youtu.be/Vg2hetMI_p0)

*Undersökningen är genomförd av Kantar Sifo på uppdrag av ICA, mellan den 16 och 31 juli 2018 med över 1 000 respondenter i hela Sverige.*

### För mer information

ICA:s presstjänst, telefon: 010-422 52 52



## Bryt din klimatångest med hjälp av maten – Maria Smith och Ida Lemoines tips för att handla och äta mer klimatsmart:

- 1. Ställ inte för höga krav**

När du förändrar vanor är det bra att göra det med små steg. Exempelvis kan du enkelt dryga ut köttfärsen med hjälp av morötter eller bönor.
- 2. Belöna idag, inte imorgon**

Vi tycker om att få direkt feedback på vårt beteende. Den positiva nyttan av ett klimatsmart val idag ligger ofta långt fram i tiden. Därför kan du flytta ditt resultat närmare, exempelvis genom att följa dina klimatavtryck månad för månad via tjänsten Mitt klimatmål på ICA.se.
- 3. Koppla bort autopiloten**

Det är extra svårt att handla nyttigt och klimatsmart när du är trött och hungrig. Vår hjärna sparar gärna på energi genom att göra det den alltid brukar. Satsa på att handla utvilad med energi till att fatta kloka beslut i butiken.
- 4. Gör det lätt att göra rätt**

Om valen blir för många så tenderar vi att inte välja alls, därför kan det ibland vara skönt att någon väljer åt oss. Inspireras av mer klimatsmarta maträtter i vardagen så blir matinköpen automatiskt mer hållbara. Sök på recept efter deras klimatpåverkan på <https://www.ica.se/recept/klimatsmart/>
- 5. Gör det socialt**

Gruppträck och sociala normer påverkar hela tiden våra val och beteenden. Ett smart sätt att knuffa dig själv kan vara att signalera till din omgivning att du vill testa på att äta lite mera vegetariskt varje vecka. Berätta om ditt klimatmål för familj, vänner och kollegor!
- 6. Använd sinnen och minska matsvinnet**

Upp till 25 procent av matens klimatpåverkan beror på matsvinn. Bästa tipset för att veta om du ska slänga mat som du känner dig osäker på är att använda dina sinnen och sunt förnuft – titta, lukta, och smaka innan du bestämmer om maten måste kastas.

## Siffror från undersökningen av Kantar Sifo

- Nästan varannan svensk lider av klimatångest. 46 procent av svenskarna uppger att de har klimatångest (definierat som en oro eller ångest kopplad till klimatförändringar).
- Nästan lika många (42 %) upplever att det är svårt att minska sin negativa klimatpåverkan. Särskilt unga kvinnor (18–29 år) uppger att de har svårt att minska sitt klimatavtryck (63 %).
- Oron för klimatet är starkare ju yngre man är. Nästan sju av tio (68 %) mellan 18–29 uppger att de har klimatångest, jämfört med endast var tredje svensk mellan 65-79 (31 %). Allra högst är siffran hos unga kvinnor (18-29 år), där 80 procent uppger att de har ångest kopplat till klimatförändringar.



- Hälften (49 %) av svenskarna är medvetna om att deras val av livsmedel påverkar deras klimatavtryck i ganska eller mycket stor utsträckning.
- Unga är mest medvetna om hur deras val av livsmedel påverkar klimatet. Två av tre mellan 18–29 (63 %) uppger att de tror att valen av livsmedel i ganska eller mycket stor utsträckning påverkar deras klimatavtryck.
- Sju av tio svenskar uppger att de vill bli bättre på att handla livsmedel som minskar deras klimatavtryck.
- Unga kvinnor är mest villiga att förändra sina vanor. Nio av tio (89 %) mellan 18-29 uppger att de vill bli bättre på att handla livsmedel som minskar deras klimatavtryck.
- När svenskarna ska laga klimatsmart mat väljer de helst vegobiffar (23 %), linsgryta (18 %) eller vegolasagne (16 %).