

Nyhet

2022-06-28

3 av 4 reflekterar inte över hygienartiklars klimatavtryck – finns behov av vägledning

Hygienartiklar kan, liksom alla konsumentprodukter, ha en negativ påverkan på miljön – ändå reflekterar 3 av 4 (76 procent) aldrig eller sällan över det klimatavtryck som deras hygienartiklar bidrar till. Detta visar en ny Sifo-undersökning, gjord på uppdrag av Apotek Hjärtat. Nu lanserar Apotek Hjärtat en ny funktion i sin e-handel som ska främja och underlätta medvetna val – vid köp av allt från schampo och tvål till peelingprodukter för ansiktet.

Den nya Sifo-undersökningen visar att betydligt fler kvinnor (30 procent) än män (13 procent) reflekterar över det klimatavtryck som deras hygienartiklar bidrar till. Ändå uppger man att parametrar som ekologisk (8 procent), hållbara förpackningar (8 procent), rättvisemärkning (4 procent) och närproducerad (2 procent) är minst prioriterat när man ska köpa produkter till badrumsskåpet. I stället anses bra egenskaper och funktioner (60 procent) vara viktigast.

– Trots att vi kan se hur många kunder blivit allt mer miljömedvetna visar undersökningen på att hygienartiklars klimatavtryck ofta prioriteras bort vid köpbeslut. Samtidigt ser vi en efterfrågan bland våra kunder på att få hjälp med att välja produkter ur ett hållbarhetsperspektiv – de behöver vägledning. Därför har vi nu skapat en ny kategorisering, "Medvetna val", på vår hemsida. Via den kan kunden sortera produkter utifrån sju underkategorier, säger Cecilia de Pedro, hållbarhetschef på Apotek Hjärtat.

De sju underkategorierna som hjälper kunden att göra medvetna val

- Nordisk – Slutprodukten är tillverkad och förpackad i Norden
- Ekologisk – Produkter med officiell märkning enligt ICAs/Hjärtats standard
- Vegansk – Produktens innehåll är fritt från animaliska ingredienser och tillsatser
- Rättvisemärkt – Produkter med officiell rättvisemärkning enligt ICAs/Hjärtats standard
- Miljöförpackad – Produkten har ingen ytterförpackning och produktförpackningen innehåller återvunnet material eller biobaserat material
- Extra mild formula – Produkter med officiell Astma & Allergi-märkning enligt ICAs/Hjärtats standard
- Miljömärkt – Produkter märkta med Svanen, Bra miljöval eller EU-blomman

Apotek Hjärtat arbetar kontinuerligt med att kvalitetssäkra hela sitt sortiment. Bland annat granskas alla nya produkter innan de tas in i sortimentet, för att säkerställa att de

innehåller ämnen som är skonsamma mot människa och miljö. Med den nya funktionen vill Apotek Hjärtat ta ett första steg till att inspirera sina kunder att göra mer medvetna val i e-handeln – något som de siktar på att utveckla vidare under året.

Apotek Hjärtats tips för hur du tar hand om dina hygienartiklar

Här nedan kommer några tips och råd från Apotek Hjärtat kring hur du återvinner dina hygienartiklar på rätt sätt, men även flera smarta tips på hur du får dina hygienartiklar att hålla längre.

- **Nagellack** – Nagellack har en tendens att stanna länge på badrumshyllan – även när de har torkat in och inte går att använda längre. Rensa ut de nagellack som inte längre pryder dina naglar. Nagellack ska alltid lämnas in till en miljöstation.
- **Medicinkartor** – Om din medicin passerat bäst-före-datum ska den lämnas in till apoteket. Om kartan däremot är tom sorteras den som plast, och inte som aluminium, eftersom kartans huvudmaterial är plast. Kom också ihåg att mediciner förvaras bäst utanför badrummet, de trivs nämligen inte i fukt.
- **Läppstift** – Sortera efter material, oftast plast eller aluminium. Om det finns produkt kvar kan stiftet, och övrigt smink, dock höra hemma hos närmaste miljöstation. Kommuner kan ha olika regler, så fråga din lokala miljöstation om du är osäker.
- **Rakhyvel** – Kanske är det lite förvånande – men rakhyvlar slänger du i vanliga hushållssoporna. Kom bara ihåg att linda in rakbladet i papper så att ingen skär sig.
- **Ta till saxen!** Innan du slänger en produkt – klipp upp förpackningen. Det finns alltid lite kräm kvar i tuben! Förslut med en klädnypa och du kan använda krämen några dagar till.
- **Smuligt puder?** Töm smulorna i en skål och krossa till ett fint pulver. Tillsätt några droppar handsprit (ej handgel). Rör ihop till en jämn smet. Lägg tillbaka i puderbehållaren. Efter ett dygn är puderkakan fast igen.
- **DIY facemist** – En tom sprayflaska kan användas igen om du vill göra din egen facemist. Fyll flaskan med vatten till ungefär tre fjärdedelar. Tillsätt några klickar av din favoritansiktskräm. Skaka ordentligt och vips har du en fuktmist som du kan använda under dagen när huden i ansiktet känns torr. Förvara i kylskåpet och använd inom en vecka.

Undersökningens resultat i korthet:

- Tre av fyra (76 procent) uppger att de aldrig eller sällan reflekterar över det klimatavtryck deras hygienartiklar bidrar till.
- ... Betydligt fler kvinnor (30 procent) reflekterar över hygienartiklars klimatavtryck, jämfört med männen (13 procent).
- Bra egenskaper/funktion är det majoriteten (60 procent) tycker är viktigast när de ska välja hygienartiklar.
- Att hygienartiklar är närproducerade (2 procent), rättvisemärkta (4 procent), ekologiska (8 procent) eller har hållbara förpackningar (8 procent) ligger längst ner på listan över vad som är viktigt när de väljer hygienartiklar.

Om undersökningen

Undersökningen har genomförts av Kantar Public på uppdrag av Apotek Hjärtat. Den bygger på ca 2500 intervjuer med den svenska allmänheten 18-79 år och är riksrepresentativ. Datainsamlingen genomfördes i den slumpmässigt rekryterade Sifopanelen, mellan 7 och 15 januari 2022.

För mer information

ICA Gruppens presstjänst, telefon: +46 (0)10 422 52 52, e-post: press@ica.se
apotekhartat.se, icagruppen.se

Med omkring 390 apotek runt om i landet, en stadigt växande e-handel och en omsättning på cirka 16 miljarder kronor är Apotek Hjärtat Sveriges största apoteksaktör. Apotek Hjärtat vill ge varje kund bättre hälsa och större välbefinnande genom ett personligt bemötande, ett brett sortiment och relevanta hälsotjänster. Apotek Hjärtat är en del av ICA Gruppen. För mer information, se icagruppen.se och apotekhartat.se.