

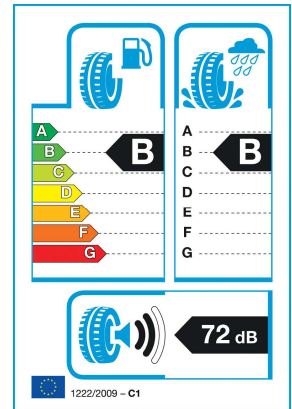
# PRESSEMEDDELELSE

København 19 december, 2016

## Fire år efter – syv ud af ti kender ikke EU-dækmærket

Den 1. november 2012 blev EU's nye dækmærke indført som en guide til forbrugernes valg af sikre og energivenlige dæk. Fire år efter viser en rundspørge, at 70 procent af bilisterne fortsat ikke har hørt om mærket og at kun 13 procent orienterer sig efter mærket, når de køber nye dæk.

Fire år efter EU's dækmærke blev obligatorisk vejledning på alle nye dæk, halter kendskabet til mærkningen gevaldigt herhjemme. Det viser en rundspørge<sup>1</sup>, som dækfirmaet Michelin har lavet og hvor ca. 1.000 danske bilejere deltager. I rundspørgen svarer 70 procent af bilisterne et klingende "nej" på spørgsmålet: "Kender du til den energimærkning, der i dag findes på bildæk?". Samtidig svarer 13 procent, at nok kender de til mærkningen, men at den ikke influerer på deres valg, når bilen skal have nye dæk.



- Kendskabet til dækmærket, som jo rent faktisk hjælper forbrugerne til at vælge de bedste, mest sikre og brændstoføkonomiske dæk, er stadig ganske lavt i Danmark. Især, når vi nu ved, at dæk sjældent er højinteresseområde for folk, kan det overraske at så få faktisk kender og orienterer sig efter dækmærket i deres valg af dæk", siger Marcus Karlsson, chef for trafikikkerhed hos Michelin i Norden.

I undersøgelsen svarer kun 13 procent, at de benytter EU-dækmærkets angivelser af vejgreb på våd vej, støjniveau og energiforbrug som en guide, når de køber dæk.

Tilbage i efteråret 2013 foretog Michelin en lignende undersøgelse af kendskabet til EU's dækmærke i Danmark. Den gang var det 19 procent, som havde hørt om mærket. Men selv om kendskabet altså er gået frem de seneste tre år, er der fortsat et stykke vej til, at mærkningen lever op til sit formål som forbrugervenlig guide til gode, sikre og energivenlige dæk.

- Konklusionen er, at vi som branche har et stort arbejde foran os, hvis vi skal gøre energimærkningen til en reel rettesnor for forbrugernes køb af dæk. Som det er i dag, er kendskabet endnu for lavt til, at vi kan kalde mærkningen for en egentlig succes, slår Marcus Karlsson fast.

### Kort om EU-mærket

EU's dækmærke har indført tre letgenkendelige symboler, som en hjælp til forbrugerne i købsituationen. I dag skal dækproducenter deklarere deres dæks egenskaber inden for hhv. brændstoføkonomi, vejgreb på våd vej og dækstøj. Hvert dæk rates i niveauet A til G, hvor A er bedst. Dæk, der ikke lever op til som minimum en G-rating, må ikke sælges i Europa.

**Pressekontakt :** Lotta Wrangle, Mobil: +46 72 250 07 40, E-mail: [lotta.wrangle@michelin.com](mailto:lotta.wrangle@michelin.com)

<sup>1</sup> Undersøgelsen er udført online af TNS SIFO i begyndelsen af juni 2016. I alt deltager 1.004 danske bilister.

Michelin er en førende dækproducent engageret i at bidrage til at forbedre bæredygtige transporter af varer og mennesker gennem fremstilling, distribution og markedsføring af [dæk](#) til alle typer køretøjer. Michelin tilbyder også innovative virksomhedsløsninger og digitale rejsetjenester samt udgiver rejse-, hotel- og restaurantguider og vejkort. Michelin har hovedkontor i Clermont-Ferrand i Frankrig og er repræsenteret i 170 lande, har 112.300 medarbejdere, heraf ca. 300 i Norden, og 68 produktionsanlæg i 17 lande. Virksomhedens teknologicenter for forskning og udvikling har aktiviteter i Europa, Nordamerika og Asien. Hvis du vil have mere information, kan du gå ind på vores hjemmeside [www.michelin.com](http://www.michelin.com) eller [www.michelin.dk](http://www.michelin.dk)

