



FOTO: HÅKAN JOHANSSON



### Erik Elvingsson Hedén i Almedalen

■ SB Insights vd Erik Elvingsson Hedén gästar Fri Köpenskaps paviljong i Almedalen den **5 juli** klockan **13-14**. Samtalet han deltar i rör handelns ansvar för konsumenternas beteende. KF/Coops Anna Lilja och politiker medverkar också.

■ Klockan **15.00-15.45** är Erik Elvingsson Hedén åter gäst hos Fri Köpenskap. Då presenterar han den första stora rapporten om cirkulär ekonomi i Norden – The Nordic Market for Circular Economy.

SB Insights vd Erik Elvingsson Hedén gästar Fri Köpenskaps paviljong i Almedalen den 5 juli. Då ska han bland annat presentera den första stora rapporten om cirkulär ekonomi i Norden.

FOTO: SB INSIGHT

## Erik Elvingsson Hedén: "Jag tror vi börjar se plasteöden nu"

SB Insights vd Erik Elvingsson Hedén förutspår att handeln står inför "plasteöden". Han gästar Fri Köpenskaps paviljong i Almedalen och hoppas på en bra diskussion om cirkulär ekonomi.

– Många har ett hum om begreppet, men kopplar det inte till sin egen verksamhet, konstaterar vd:n.

**CIRKULÄR EKONOMI**, ibland kallat kretsloppsekonomi, kan kort beskrivas som att alla produkter ska komma till nytta.

– Det finns inget slängaperspektiv. Varor ska kunna återanvändas, och en färdig använd

produkt ska vara biologiskt nedbrytbar, säger Erik Elvingsson Hedén.

**HAN STARTADE** SB Insight i Sverige 2010. Sedan dess har verksamheten expanderat till övriga

Norden och Nederländerna. Erik Elvingsson Hedén och bolagets andra medarbetare förser marknaden och beslutsfattare med rapporter och analyser om hållbarhet. Bland annat gör företaget en årlig ranking av vilka varumärken som konsumenter betraktar som mest hållbara.

Ica är bäst i klassen i den svenska dagligvaruhandeln, följd av Coop och City Gross. Kunderna utnämner hela branschen till näst hållbarast, snäppet efter apote-

ken, enligt SB Insights Sustainable Brand Index 2017.

– Som bransch betraktat klarar sig dagligvaruhandeln bra. Men företagen måste driva utvecklingen och inte vänta på konkurrenterna. De måste försöka ligga steget före, understryker Erik Elvingsson Hedén.

**SB INSIGHTS VD** anser att dagligvaruhandeln gör klokt i att försöka bredda hållbarhetsfrågor till allt från hur råvaror utvinns, produkter designas och tillverkas till hur de transporteras, säljs och återvinns. Hela kedjan måste ingå i den cirkulära ekonomin.

– I dag är det ofta fokus på enskilda frågor, som plastpåsar, utan att man kommer in på sådant som matsvinn och förpackningar överlag.

**FRÅGOR OM** onödiga förpackningar och val av förpackningsmaterial hör till dem Erik

Hedén Elvingsson förutspår seglar upp och blir allt viktigare under de närmaste åren.

– Jag tror att vi börjar se plasteöden nu; det märks både på hur konsumenter, företag och lagstiftare agerar, säger Erik Elvingsson Hedén som ändå hoppas att dagligvaruhandeln fokuserar mer på hela den cirkulära ekonomin och inte enbart på – i och för sig viktiga – symbolfrågor som plastpåsar.

**SB INSIGHTS VD** pekar på Carlsbergs Green Fiber Bottle, en helt biologiskt nedbrytbar flaska av träfiber, som ett bra exempel på hållbarhetsstrategi som omfattar hela produktcykeln och landat i en konkret innovation.

– Frågan är väl om den blir en nischprodukt eller ska tillverkas i stor skala, säger Erik Elvingsson Hedén om flaskan som än så länge bara finns som prototyp.

HÅKAN JOHANSSON

hakan.johansson@fri-kopenskap.se

## Träflaska på gång

Carlsbergs hållbarhetsdirektör gör Almedalenpremiär i Fri Köpenskaps paviljong.

– Jag kan knappt bärga mig för att få uppleva Almedalen personligen, säger Simon Boas Hoffmeyer.

Han lovar att komma dit, laddad med nyheter.

**VAD DET RÖR** sig om är än så länge hemligt, men Boas Hoffmeyer avslöjar att nyheterna finns inom bryggerijättens nya hållbarhetsprogram "Together Towards Zero". På svenska blir det ungefär "tillsammans mot noll".

Carlsbergs strävan efter hållbarhet har redan resulterat i en prototyp till en revolutionerande dryckesförpackning, kallad Green Fiber Bottle. Som namnet antyder är flaskan tillverkad av hållbart producerad träfiber.

– Visionen är att skapa en ny sorts öl- och dryckesförpackning med en tydlig hållbarhetsprofil, både i form av det fysiska utseendet och hur varumärket kommunicerar, säger Simon Boas Hoffmeyer.

**TRÄFIBERFLASKAN** utvecklas i samarbete med bland andra danska Ecoxpac, Köpenhamns tekniska universitet och skogsbolaget Billerudkorsnäs. När nyheten blev känd för omvärlden fick Carlsberg enormt många positiva reaktioner, enligt Boas Hoffmeyer.

– Människor har också många frågor om sådant som om flaskan kommer att hålla ölen kall längre och hur tung den blir, säger han.

**CARLSBERG** avslöjar inte vikten i nuläget, men han ser det som troligt att dryckerna håller temperatu-



FOTO: RECYCLING AND WASTE WORLD

Carlsbergs hållbarhetsdirektör Simon Boas Hoffmeyer.

ren längre i en Green Fiber Bottle.

– Vi vet ännu inte med säkerhet. Generellt antar vi att den isolerar något mer än glas och aluminium.

Eftersom flaskan än så länge är en prototyp har Carlsberg inte kunnat göra någon slutlig livscykelanalys av klimat- och miljöpåverkan med mera.

– Men vi siktar på en livscykelprofil i linje med den förpackning som har allra lägst påverkan i dag, nämligen returglasflaskan, säger Simon Boas Hoffmeyer.

Han konstaterar att alla inno-

### Simon Boas Hoffmeyer i Almedalen

■ Carlsbergs hållbarhetsdirektör Simon Boas Hoffmeyer deltar i ett samtal om innovation och hållbarhet i Fri Köpenskaps paviljong den **5 juli** klockan **15.00-15.45**. Då ska han också presentera en helt ny dryckesförpackning som är tillverkad av hållbart träfiber.

vationer är dyra i början, men att priset faller när produkter börjar tillverkas i stor skala.

– Vår ambition är att den gröna fiberflaskan ska få en liknande kostnadsprofil som en PET-flaska.

Carlsberg siktar på att testa flaskorna i liten skala nästa år. Var, när och hur pilotprojektet ska genomföras är däremot inte känt.

– Vi avslöjar ännu inga detaljer, säger Simon Boas Hoffmeyer.

HÅKAN JOHANSSON

### Fri Köpenskap i Almedalen

■ **Vad:** Seminarier och samtal om dagligvarubranschen under Almedalsveckan på Gotland i juli.

■ **För vem:** Dagligvarubranschens aktörer och andra intresserade.

■ **Var:** Almedalspaviljongen, Visby, Donnergatan 2. Fri Köpenskaps arrangerar evenemang både på under- och övervåningen.

■ **När:** Onsdagen den **5 juli**. Redan klockan 07.45 drar Fri Köpenskap i gång på övervåningen med ett frukostbattle om säkerhet.

Klockan 8 startar ett samtal på undervåningen om branschledning mellan dagligvaruhandeln och restaurangnäringen.

Diskussioner och debatter om heta ämnen varvas under dagen med förfriskningar och några rejäla överraskningar.

■ **Program:** Se <http://almedalspaviljongen-mentor.se/>