

Planetpro

NESTLÉ PROFESSIONAL HÅLLBARHETSTIDNING

KLIMATFÖRÄNDRINGAR

Så kan foodservice
bidra till lösningen

Små förändringar,
stor vinst

Att följa
koldioxidavtrycket

Klimatförändringarnas
språk

SE SANNINGEN I VITÖGAT

KLIMATFÖRÄNDRINGARNA ÄR REDAN HÄR



Klimatförändringarna är en av de största utmaningarna vi står inför idag. Bevisen finns överallt: från översvämningar till torka, orkaner, skogsbränder och jordskred. Människan är den största bidragande faktorn, men vi kan också vara den som driver lösningen eftersom vi har kraften att förändra den trenden. Det är viktigt för oss alla att agera, för tillsammans kan vi göra skillnad.

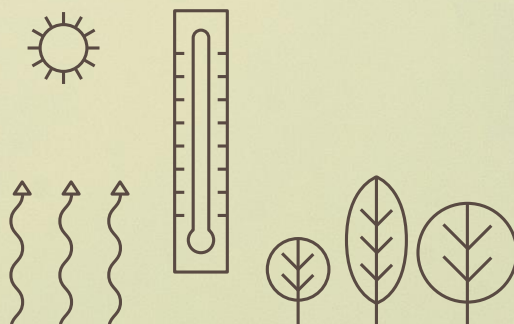
Vad innebär det för företag som ditt? Det är viktigt att veta att konsumenterna är uppmärksamma på dessa frågor, och de är mer intresserade än någonsin av att stödja hållbara metoder som kan minska effekterna av klimatförändringarna.

Som foodserviceleverantör ger det oss två goda skäl att engagera oss. För det första är vi en del av mänskligheten och bryr oss därför om vår egen och planetens hälsa. För det andra måste vi som företagare hålla jämna steg med förändrade kundförväntningar för att lyckas. Den goda nyheten är att även om livsmedelsindustrin spelar en stor roll i fråga om utsläppen av växthusgaser så har vi en lika stor möjlighet att hjälpa till att vända utvecklingen.

I detta nummer hjälper vi dig att förstå hur omfattande vår roll och vårt ansvar är. Det finns mycket vi kan göra för att säkra en ljusare framtid – från att förstå nyckeltermen till att identifiera förbättringsområden, samt enkla åtgärder som vi kan vidta för att minska vårt koldioxidavtryck. Ju förr, desto bättre.

TEMPERATUR

DET SENASTE DECENNIET
VAR DET VARMASTE SOM
HITTILLS HAR
REGISTRERATS¹ OCH
JORDENS
MEDELTEMPERATUR HAR
STIGIT MED MER ÄN 1,2 °C
SEDAN SLUTET AV 1800-
TALET.²



VÄXTHUSGASER

CO₂ NÅDDE REKORDNIVÅER 2020.
ÅR 2100 KOMMER NIVÅERNA AV
CO₂ ÅTERIGEN ATT HA
FÖRDUBBLATS OCH VARA DE
HÖGSTA PÅ 55 MILJONER ÅR.¹



HAVSNIVÅ

NIVÅERNA HAR STIGIT 21–24 CM
SEDAN 1880 OCH SATTE NYTT
REKORD 2020.³ TILL ÅR 2100 VÄNTAS
DEN GLOBALA HAVSNIVÅN ÖKA 0,5–1
METER.⁴

**1,5 °C AV GLOBAL
UPPVÄRMNING = ÖKADE
VÄRMEBÖLJOR,
LÄNGRE VARMA
ÅRSTIDER OCH
KORTARE KALLA
ÅRSTIDER.**

**2 °C KAN ORSAKA
EXTREM HETTA
SOM HOTAR
JORDBRUKET OCH
MÄNNISKORS
HÄLSA.⁵**



SVÅRT VÄDER

70 % AV DE 405 EXTREMA
VÄDERFÖRHÅLLANDEN SOM
NÅGONSIN HAR REGISTRERATS
GLOBALT BEFANNS HA FÖRVÄRRATS
PÅ GRUND AV
KLIMATFÖRÄNDRINGAR ORSAKADE
AV MÄNNISKAN.⁶



UTROTNING

ÖVER 25 000 ARTER – NÄSTAN EN
TREDJEDEL AV ALLA ARTER VI KÄNNER
TILL – RISKERAR ATT FÖRSVINNA OCH
KLIMATFÖRÄNDRINGARNA KOMMER
ATT STÅ FÖR 8 % AV DESSA.⁷

”För att
stabilisera klimatet
krävs stora,
snabba och
varaktiga
minskningar av
växthusgasutsläpp
en samt att man
uppnår ett
nettonollutsläpp av
CO₂.”

– IPCC-rapport

Ändra INSTÄLLNING

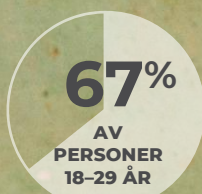
Nyheterna rapporterar om klimatförändringarna samtidigt som de är synliga omkring oss och blir en större prioritet för många konsumenter. Oron delas av många åldersgrupper och blir allt viktigare för yngre personer, som snart kommer att vara majoriteten av dina kunder.

Många människor gör redan förändringar i sina egna liv för att hjälpa planeten, men allt fler förväntar sig nu att de företag de stödjer också vidtar åtgärder. Det omfattar även restauranger och servicebranschen.

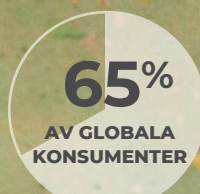
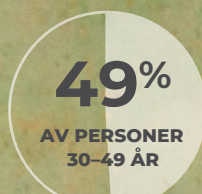
Dagens gäster söker efter miljövänliga företag, välkomnar menyer med låga koldioxidutsläpp och betalar i många fall mer för att stödja hållbara restaurangrutiner.

Dessutom är det inte längre bara en tillfällig njutning att äta på restaurang. Det håller på att bli en större del av människors sätt att äta runt om i världen. Det innebär att vår bransch har ett ännu större ansvar att förändras – och en fantastisk möjlighet att bidra till att minska vårt koldioxidavtryck.

KONSUMENTERNAS INSTÄLLNING



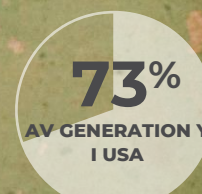
I USA ANSER MAN ATT
GLOBAL UPPVÄRMNING
ÄR ORSAKAD AV
MÄNNISKAN OCH ATT
DET ÄR ETT VERKLIGT
OCH ALLVARLIGT HOT⁸



OROAR SIG FÖR
KLIMATFÖRÄNDRINGAR UNDER 2021⁹



HAR VALT
VARUMÄRKEN MED
HÅLLBARA
METODER OCH 30%
LÄGRE
KONSUMTION AV
KÖTT/ANIMALISKA
PRODUKTER¹⁰



SKULLE BETALA
MER FÖR HÅLLBARA
PRODUKTER⁸

LIVSMEDELSBRANSCHEN



ÄTER UTE
MINST EN
GÅNG I
VECKAN¹¹



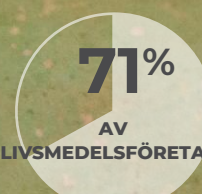
ANSER ATT
RESTAURANGER OCH
MATVARUMÄRKEN
BORDE INTA EN
OFFENTLIG HÅLLNING OM
KLIMATFÖRÄNDRINGAR¹²



ÄR INTRESSERADE AV
ATT SE MER
HÅLLBARHETSFOKUSER
ADE KONCEPT PÅ
RESTAURANGMENYER¹³



ANSER ATT
LIVSMEDELSINDUSTRIEN
KAN SKAPA EN POSITIV
EFFEKT¹²



IMPLEMENTERAR JUST
NU EN
HÅLLBARHETSSTRATEGI⁹

KLIMATETS *språk*

EN ORDLISTA

Alla pratar om klimatförändringar. Om även du vill delta i samtalet är det viktigt att du känner till och förstår vokabulären. Att känna till dessa termer kan hjälpa dig att fatta bättre beslut när det gäller att driva ditt företag. Det ger dig också den kunskap du behöver för att dela med dig av vad du lär dig och svara på frågor från dina medarbetare och dina kunder.

VÄXTHUSGASER

Växthusgas är ämnen i atmosfären som fångar värme nära jordens yta, vilket orsakar växthuseffekten. De primära växthusgaserna är vattenånga, koldioxid, lustgas, metan och ozon.¹⁴

KOLDIOXID

Denna gas förekommer naturligt och som en biprodukt från förbränning av fossila bränslen och biomassa, markanvändning och andra industriella processer.¹⁴ Det är den växthusgas som orsakas av människan.¹⁵



KLIMATFÖRÄNDRINGAR

Varje förändring av klimatet som kvarstår under en längre period. Den kan orsakas av naturliga processer, krafter som solcykler eller vulkanutbrott, eller mänsklig aktivitet som ändrar atmosfärens sammansättning.¹⁴



GLOBAL UPPVÄRMNING

Den uppskattade ökningen av den globala medelyttemperaturen över en 30-årsperiod jämfört med förindustriella nivåer.¹⁴

KOLDIOXIDNEUTRAL

En produkt som har ett koldioxidavtryck på noll eller som har kompenserats. För att vara koldioxidneutral måste alla växthusgasutsläpp från alla stadier av en produkts livscykel minskas, elimineras eller redovisas genom ett system med kompensationer eller krediter.¹⁶

NOLL NETTOUTSLÄPP

Företagsmål som är i linje med samhällets klimatmål genom att:

1. Minska utsläppen från värdekedjan för att uppfylla riktlinjerna för begränsning av globala temperaturökningar till 1,5 °C.
2. Neutralisera effekterna av eventuella kvarvarande utsläpp genom att permanent avlägsna en lika stor mängd av CO₂ i volym.¹⁷

PARISAVTALET

Parisavtalet är ett internationellt avtal om klimatförändringar som antogs av 196 parter 2015. Dess mål är att begränsa den globala uppvärmningen till 2 °C (och helst 1,5 °C) jämfört med förindustriella nivåer.¹⁸



FÖRÄNDR

LINJÄR EKONOMI

Denna så kallade "take-make-waste"-modell använder naturliga resurser för att tillverka produkter som kastas när de är uttjänta, vilket innebär att materialen slängs istället för att man hittar nya användningsområden för dem.¹⁹

CIRKULÄR EKONOMI

En ekonomi som genom design är regenerativ och syftar till att successivt separera tillväxt från konsumtion av begränsade resurser. Den bygger på tre principer: eliminera avfall och föroreningar, cirkulera produkter och material samt regenerera naturen.¹⁹



KOLDIOXIDAVTRYCK

Den totala mängden växthusgasutsläpp från både processer och produkter,¹⁶ som årligen släpps ut av enskilda personer, familjer, byggnader, organisationer eller företag.¹⁵

LIVSCYKELANALYS (LCA)

Sammanställning och utvärdering av en produkts, en tjänsts eller ett systems in- och utflöden samt potentiella miljöpåverkan under hela dess livscykel, från utvinning av råmaterial till uttjänt produkt.²⁰

REGENERATIVT JORDBRUK

Ett synsätt på jordbruk som syftar till att bevara och återställa odlad mark och dess ekosystem. Det bidrar till att minska mängden koldioxid från atmosfären och utsläppen av växthusgaser samt bidrar till att ge fördelar för jordbrukare, miljö och samhälle.²¹

KOLDIOXIDREDUKTION

Alla åtgärder som minskar koldioxidutsläppen.

KOLDIOXIDINFÅNGNING

(KOLDIOXIDLAGRING)

Denna process absorberar CO₂ från atmosfären och lagrar den någon annanstans, till exempel i träd och i eller under jord, längs hela leveranskedjan.^{14, 22}

KOLDIOXIDKREDITER

(KOLDIOXIDKOMPENSATION)

En mekanism för att kompensera för en produkts koldioxidavtryck genom att förhindra frigörande av respektive minska eller lagra motsvarande mängd växthusgasutsläpp i en process utanför produktens gränser under hela dess livscykel.¹⁶ Företag och individer kan balansera oundvikliga utsläpp genom att köpa koldioxidkrediter från certifierade organ.²²

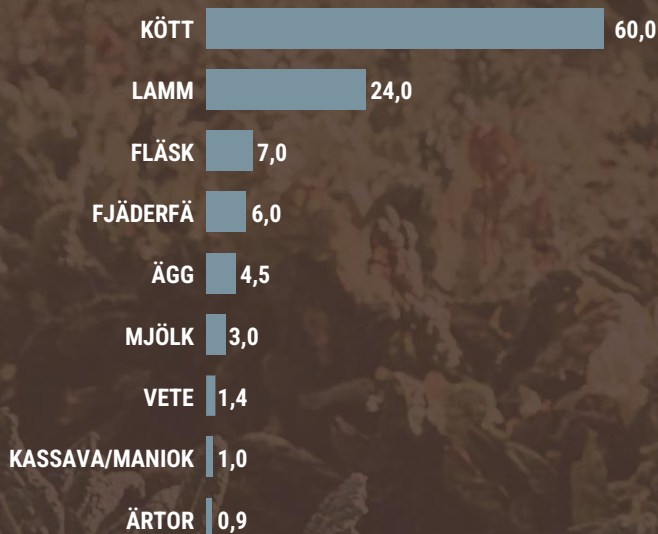
livsmedelsindustrins

PÅVERKAN

Låt oss zooma in för att få en bättre förståelse för vår branschs roll och ansvar. Genom att identifiera i vilken omfattning vi påverkar klimatförändringarna kan vi rikta in oss på de mest effektiva sätten att minska vårt koldioxidavtryck och hjälpa planeten. Den goda nyheten är att om vi samarbetar har vår bransch makten att göra en meningsfull förändring.

UTSLÄPP AV VÄXTHUSGASER PER KG LIVSMEDELSPRODUKT^{24,25}

KG CO₂-MOTSVARIGHETER PER KG PRODUKT



Kontrollera källorna ovan för växthusgasutsläpp från andra livsmedelsprodukter och håll utkik efter mer information om hållbar och hälsosam kost i nästa nummer av *Nutripro*.®

66%

ICKE-
LIVSMEDELS
UTSLÄPP

VISSTE DU ATT ...?

Utsläppen av växthusgaser från livsmedelsförluster och avfall är tre gånger större än de globala utsläppen från luftfart.²³

INKLUDERAR

- Förberedelse av livsmedel (kylning och matlagning)
- Matavfall



POST-RETAIL

(KONSUMENTER)

12 % AV

LIVSMEDELSUTSLÄPPEN



INKLUDERAR

- Bearbetning av livsmedel
- Emballage
- Transport
- Detaljhandel

LEVERANSKEDJA

17 % AV LIVSMEDELSUTSLÄPPEN

JORDBRUKS PRODUKTION

39 % AV

LIVSMEDELSUTSLÄPPEN



INKLUDERAR

- Utsläpp från syntetiska gödningsmedel och dess produktion
- Metan från nötkreaturens matsmältning
- Metan från ris
- Gödsel
- Bränsleförbrukning för jordbruksmaskiner
- Vattenbruk

34%*

AV ALLA UTSLÄPP
KOMMER FRÅN
LIVSMEDELSSYSTEM²³

MARKANVÄNDNING

32 % AV LIVSMEDELSUTSLÄPPEN



INKLUDERAR

- Avskogning
- Odlad jord
- Dränering och förbränning av jord

* Även om den angivna källan specificerar att 34 % av växthusgaserna är kopplade till livsmedel, uppskattar IPCC att utsläppen från livsmedelssystem står för 21–37 % av de totala antropogena nettoutsläppen av växthusgaser.

LIVSCYKEL

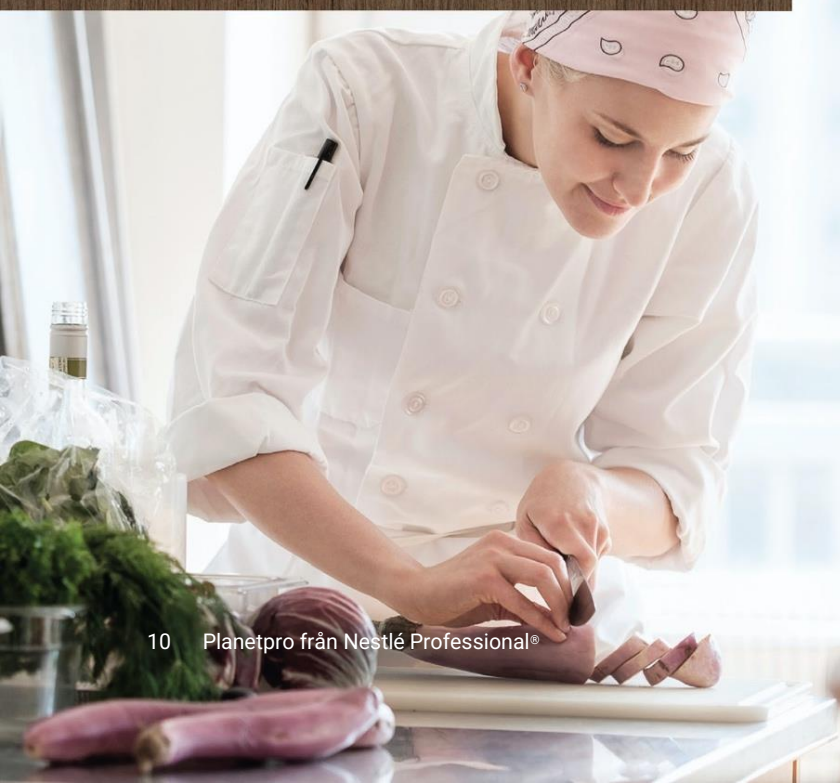
Från lantbrukarnas fält till bordet och vidare – varje val längs vägen påverkar koldioxidavtrycket från mat och dryck.



AVFALL

Detta är en förvånansvärt stor bidragande orsak till växthusgasutsläppen på grund av de onödiga utsläppen som genereras av avfall från livsmedelsproduktion. Även om en del av detta avfall kommer från livsmedelsbutiker och konsumenter så bidrar vår bransch avsevärt till det, och vi är skyldiga världen att minska vårt avfall. Se *Planetpro nr 1* för fler idéer.

Foodservice stod för över 244 miljoner ton matavfall 2019.²⁷



FÖRVARING OCH FÖRBEREDELSE

Frysning, kylning, matlagning, bakning ... och glöm inte den konstanta ventilationen! En titt på dina elräkningar visar hur mycket energi ditt företag använder varje dag. Att förstå effekterna av dessa processer är ett stort incitament för att följa energispartipsen på nästa sida.

INGREDIENSER

Livsmedel kommer från många växter, djur och mineraler och deras koldioxidavtryck varierar stort. Även om vår bransch måste balansera dessa frågor med näringsrik kost och nöjda gäster, bör vi vara medvetna om hur mycket våra val kan bidra till vårt koldioxidavtryck eller hjälpa till att minska det. Att välja mer växtbaserade proteiner och gå mot regenerativa jordbruksmetoder är två effektiva sätt att bidra till att minska utsläppen av växthusgaser.

Pulser kräver ungefär tjugo gånger mindre mark och genererar tjugo gånger mindre växthusgaser än kött (per gram konsumerat protein).²⁶

FÖRPACKNINGAR OCH TILLVERKNING

Alla delar av livscykeln måste beaktas när du ska fastställa ditt koldioxidavtryck. Till exempel kan växthusgaser skapas av fabriker som bearbetar de ingredienser eller produkter som du använder, samtidigt som utsläpp även sker under produktionen av burkar, flaskor och andra förpackningar – inklusive de avhämtningsförpackningar som du använder.

I nästa upplaga av *Planetpro* tar vi en närmare titt på hur vi kan gå mot en mer cirkulär ekonomi.

TRANSPORT

Transport av ingredienser står för en betydande del av vår branschs koldioxidavtryck. Genom att transportera dem långa sträckor över land eller hav förbränns fossila bränslen, vilket skapar utsläpp. Även lokala leveranser till dina kunder skapar växthusgaser.

Små förändringar, STOR VINST

Enkla förändringar som du kan göra i dag

Precis som många andra som har förlikat sig med att klimatförändringarna är verklighet, är förmodligen även du redo att agera! Men du kanske undrar vilka praktiska åtgärder du kan vidta för att göra störst skillnad? Låt oss ta en titt på alla möjligheter du har att arbeta för nettonollutsläpp. Kom ihåg att dessa förändringar inte bara är bra för planeten, de kan också hjälpa dig att spara värdefull tid och pengar.

UTVÄRDERA DIN ENERGIANVÄNDNING

- Placera kylskåp och frysar på avstånd från spishällar och ugnar.
- Välj energieffektiv och/eller hållbar utrustning som kan byggas om eller återvinnas.
- Dra fördel av naturligt ljus från fönster för att spara el och använd energieffektiv belysning.
- Använd diskmaskiner för mer effektiv användning av tid och vatten och kör dem i eco-läge.



GÖR DITT KAFÉ MER ENERGIEFFEKTIVT

För att spara energi, matcha kaffemaskinens storlek och värmesystem med antalet koppar som serveras per dag.

Spara energi genom att använda en vattenkokare eller en maskin för snabbuppvärmning för att bara värma upp den mängd vatten du behöver.

Försätt espressomaskinen i viloläge, eller stäng av den vid dagens slut.

Om du har flera beställningar av espressobaserade drycker kan du tillaga dem samtidigt istället för en och en.

OPTIMERA FÖRVARING OCH FÖRBEREDELSE

- För att undvika matsvinn, planera menyerna noga, köp bara det du behöver och tillaga lättförstörbar mat strax efter inköp.
- När du kokar ska du välja mindre kastruller så att maten tillagas snabbare samtidigt som du sparar vatten. Rent varmvatten kan även återanvändas till andra recept.
- Planera tid och tillagningstemperatur så att du kan laga mer än ett recept åt gången. Att använda lock hjälper också till att bevara värmen!
- Förvara och märk ingredienserna så att du kan använda maten enligt utgångsdatum.
- Ställ upp soptunnor för kompostering och återvinning.

Utveckla din meny

Erbjud minst ett vegetariskt eller veganskt alternativ.

Erbjud en rad olika portionsstorlekar på menyn för att förhindra matsvinn.

Använd växtbaserade mejeriprodukter och erbjud dem som alternativ till kaffedrycker och andra drycker. En latte med hälften havremjolk och hälften vanlig mjölk är en bra början.

Prova "köttfri måndag"-kampanjer för att locka fler kunder med alternativ till kött.



VISSTE DU ATT ...?

Behovsanpassade värmesystem är mest effektiva för upp till 100 kaffekoppar per dag, medan trycksatta eller atmosfäriska pannor är mer effektiva vid högre volymer.



SAMARBETA MED DINA LEVERANTÖRER

- Lär dig hur livsmedel påverkar miljön och fokusera på ansvarsfulla inköp när du väljer ingredienser.
- Sök efter och använd fler ingredienser med lågt koldioxidavtryck och minska ingredienser med högre fotavtryck.
- Samarbeta med lokala återförsäljare för några av dina säsong produkter.
- Hitta leverantörer som använder mer hållbara metoder, i synnerhet när det gäller livsmedel med högt koldioxidavtryck såsom kött.
- Välj produkter med återvunna eller återvinningsbara förpackningar och be leverantörerna att minimera förpackningsmaterialet när så är möjligt.

GLÖM INTE MATSALEN

- Använd serveringsmaterial som är återanvändningsbara och återvinningsbara samt sluta erbjuda engångsbehållare av plast.
- Tillhandahåll is i drycker endast på begäran.
- Tillhandahåll ett urval av portionsstorlekar på din meny. Vid behov, erbjud gästerna att ta hem kvarvarande mat istället för att slänga den.
- Låt gästerna välja sina egna såser och tillbehör för att minska spillet.
- Överväg att samarbeta med en app som Too Good to Go, som erbjuder konsumenter att köpa överbliven mat till ett rabatterat pris.
- Testa ett deponeringssystem för att uppmuntra returer av återanvändningsbara eller återvinningsbara engångsförpackningar.

SPRID *budskapet*

Berätta om hållbarhet

Kom ihåg att när du gör dessa förändringar så vill alla höra om det! Klimatförändringar är ett problem som påverkar oss alla, så alla steg du tar mot ett mer hållbart sätt att leva och arbeta förtjänar att offentliggöras. Här är några tips på hur du kan kommunicera dina förändringar till alla som är knutna till din verksamhet.



Leverantörer:

"Vi sitter i samma båt."

- Fråga leverantörerna vad de gör för att motverka klimatförändringarna.
- Offentliggör företagets preferenser för mer hållbara ingredienser, förpackningar och transporter.
- Prata om hur ni kan hjälpa varandra att nå era hållbarhetsmål.
- Erbjud matrester som kompost för att ge näring åt försäljarnas grödor.



Kunder:

"Vi delar era mål."

- Kom ihåg att konsumenter söker efter företag som prioriterar hållbarhet.
- Gör officiella åtaganden eller sätt upp hållbarhetsmål, mät var ni befinner er idag, vilka siffror ni vill uppnå och när ni vill nå dem.
- Dela med dig av företagets åtaganden på skyltar inom- och utomhus, menyer och sociala medier.
- Publicera företagets ansträngningar och resultat och underbygg dem om möjligt med mätbara data.
- Kontrollera alltid lokala föreskrifter innan du gör hållbarhetsanspråk, eftersom varje land har sina egna regler.



Medarbetare:

"Vi strävar efter att göra skillnad."

- Prata med dina medarbetare om varför hållbara metoder är viktiga och berätta vad du gör.
- Hjälp alla medarbetare att förstå hur de kan bidra till att skapa en bättre planet.
- Rusta din serveringspersonal så att de kan svara på gästernas eventuella frågor om dina metoder.
- Uppmuntra dina medarbetare att komma med förslag om de känner till ett mer hållbart sätt att göra något.



Källa:

1. BBC, The State of the Climate-rapporten för 2021
2. NASA, 2020 Tied for Warmest Year on Record
3. NOAA, Climate Change: Global Sea Level
4. Grantham Institute, Sea Level Change
5. IPCC-rapporten (från FN:s vetenskapliga klimatpanel)
6. Carbon Brief, How climate change affects extreme weather around the world
7. Iberdrola, Climate change is accelerating the sixth extinction
8. Gallup, Millennials Worry About the Environment.
9. Euromonitor, Sustainable Eating and the Environmental Cost of Food
10. Deloitte, Sustainable Consumer
11. Nielsen, Ingredient and dining out trends around the world
12. Datassential, Five in Focus – Climate Change & Sustainability
13. Datassential, Trendspotting – Sustainable chains
14. IPCC-ordlistan
15. Ordlista över termer rörande klimatförändringarna från den amerikanska federala miljöskyddsmyndigheten (EPA)
16. ISO 14021:2016, miljömärkningar och miljöuttalanden
17. Science Based Targets, handbok och kriterier för SBTi Net-Zero
18. FN, Parisavtalet
19. Ellen Macarthur Foundation, What is a circular economy?
20. ISO 14040:2006, miljöledning
21. Nestlé, Regenerativt jordbruk
22. Southpole, Insetting: the Full-circle Sustainable Solution for Supply Chains; Carbon Offsets Explained
23. Our world in data, How much of global greenhouse gas emissions come from food?; Emissions by sector
24. Visual Capitalist, The Carbon Footprint of the Food Supply Chain
25. Poore, J., & Nemecek, T. (2018), Reducing food's environmental impacts through producers and consumers
26. Ranganathan et al. (2016), Shifting Diets for a Sustainable Food Future
27. FN:s miljöprogram, indexrapport om livsmedelsavfall 2021

En ljusare framtid

Utmaningarna är stora, men vi kommer att uppnå mer om vi alla samarbetar både uppströms och nedströms för att vidta betydande åtgärder på vägen mot minskade utsläpp av växthusgaser och på så sätt bidra positivt till klimatförändringarna.

Håll utkik efter kommande nummer av Planetpro där vi kommer att dela mer information om hur vi kan ta bättre hand om planeten, till exempel i vårt nästa nummer där vi pratar om förpackningar och hållbarhet.

Planetpro- utgåvor

Ingen tid att förlora

*Restaurangens roll
för att minska avfallet*

Klimatförändringar

*Så kan foodservice bidra
till lösningen*

Kommer snart

Emballage och hållbarhet



Nestlé Professional Food
Industrivej 36
DK-4683 Rønnede
www.nestleprofessional.dk

Nestlé Professional Nordic
Grenadjärgatan 6
SE-254 53 Helsingborg
www.nestleprofessional-nordic.com

**Planetpro är en publikation
från Nestlé Professional ©
2022**

Kontakta
planetpro@nestle.com för mer
information.

Redaktion:

Ana Isabel Aragón, Anna Tudela,
Alessandro Bottazzi, Jordi
Baeza, Neil Morrissey, Christos
Sotiros Alain Contal, Emmanuel
Lorieux, **Kreativ ledning:** Mr &
Mrs **Copy:** Karin Lannon **Foto:**
Yolanda Gonzalez, Nestlé
Professional

