



PRESSMEDDELANDE

GROUP

Stockholm, 16 september 2024

Undersökning: svenskar har låg kunskap om bildäckens miljö- och klimatpåverkan

- **58% av svenska bilister säger att de aldrig reflekterar över däckens miljöpåverkan**
- **41% av respondenterna är medvetna om däckens miljö- och klimatpåverkan**
- **Vad gäller däckegenskaper som svenskar är villiga att betala mer för, hamnar hållbara däck på 5e plats**

Nya EU-regler tar för första gången itu med de mer än 500 000 ton partiklar från däck- och vägslitage som biltrafiken släpper ut i miljön varje år i Europa. Trots detta svarar 58% av de svenska respondenterna i en nordisk undersökning att de inte reflekterar över miljö- och klimatpåverkan från däcken på deras bil. Endast 41% procent av de svenska respondenterna svarar att de är medvetna om miljö- och klimatpåverkan från däcken på deras bilar.

Undersökningen av konsumenters attityd till hållbarhet med fokus på egna inköp har gjorts på Michelins initiativ under det andra kvartalet 2024 med 4000 nordiska respondenter, varav 1000 svenska. Alla innehar körkort.

Undersökningen visar att svenskar i allmänhet är villiga att betala mer för produkter med hållbara egenskaper. Vad gäller däckegenskaper som svenskar är villiga att betala mer för, hamnar hållbarhet först på 5e plats.

– I ljuset av att EU-kommissionen nyligen har klubbat igenom en förordning, EURO7, som ställer krav på inte bara bilars utsläpp utan för första gången även omfattar partikelutsläpp från däck-och bromsar under körning, är resultatet om konsumenternas kunskapsnivå på ämnet förvånansvärt lågt, säger Marika Hoflund, VD Michelin i Norden.

EURO7 innebär att det nu kommer att ställas hårdare krav på industrin att utveckla däck som minskar mängden slitagepartiklar. Samtidigt pågår arbete med att utveckla däck som på sikt består av alltmer biologiskt nedbrytbara material. I mars 2024 lanserade Michelin ett analysystem för små, avgivna partiklar, SAMPLE. Systemet fångar, sorterar, räknar och karakteriserar däckpartiklar med oöverträffad precision och reproducerbarhet och öppnar vägen för framtidens däck med slitagepartiklar som är helt biologiskt assimilerbara av naturen.

– Ambitionen är att vi år 2050 ska kunna producera däck som är helt gjort av förnybara eller återvunna material. Idag är den siffran 28% över hela vår produktion. Tidigare i år presenterade vi ett däck som innehåller 71% hållbart material, så vi är redan på god väg, säger Marika Hoflund. Däckslitagepartiklar har förmodligen länge överskuggats av diskussionen om CO2-utsläpp från bilar. Detta kan förklara den relativt låga medvetenheten



GROUP

hos konsumenterna. Undersökningen visar att vi inom både däck- och bilindustrin tillsammans måste bli bättre på att informera konsumenterna om utmaningarna och möjliga lösningar när det gäller slitagepartiklar och mer hållbara däck.

Hållbarhet måste vara påtaglig

Trenden i undersökningen är att ju mer abstrakt hållbarhet blir, desto mindre fångar det konsumenternas uppmärksamhet. Detta gäller även konsumenternas kunskap om och attityder till mer hållbara däck. Här visar siffrorna att det är de nära och direkt relaterbara hållbarhetsaspekterna på däcken som konsumenterna är mest medvetna om.

Samma tema återkommer gällande betalningsvilja för däckegenskaper, där lång livslängd och energieffektivitet toppar listan när det gäller konsumenternas betalningsvilja för bildäck, följt av säkerhet i form av grepp och köregenskaper. På 5e plats hamnar hållbarhet, där endast 22 % av de svenska respondenterna anger att hållbart framställda råvaror är en egenskap som de är villiga att betala mer för.

– Det är förståeligt att livslängd och energieffektivitet ligger först, eftersom det direkt påverkar bilbudgeten. Ett däck som håller 10 000 km längre under sin livstid eller har ett lägre rullmotstånd sparar pengar åt konsumenten, säger Marika Hoflund.

Michelin frågade också hur konsumenterna bedömer sig själva i förhållande till miljö- och klimatmedvetenhet i vardagen. Siffrorna visar att 47 % anser sig vara miljö- och klimatmedvetna. En högre andel i storstäder än på landsorten. Vilken typ av bil man kör verkar också spela roll för konsumenternas självuppfattning. Färre dieselförare anser att deras vardagsvanor speglar hållbara val, medan en stor andel av el- och hybridförarna anser att deras vardag är hållbar. I undersökningen uppgav 43 % av svenskarna att deras konsumtion och inköp påverkas av om en produkt definieras som mer hållbar. Men 62 % uppger att de aldrig eller sällan undersöker hur en produkt påverkar miljön eller klimatet. Endast 6 % kontrollerar alltid hållbarheten hos en produkt. 27 % procent kontrollerar oftast en produkts miljö- och klimatavtryck innan köp.

I undersökningen tillfrågades respondenterna också i vilken utsträckning de som konsumenter är villiga att betala mer för hållbara produkter. Här säger de 38 % av de svenska respondenterna att de är villiga att betala mer. Livsmedel och dagligvaror toppar listan över produkter där konsumenterna är villiga att betala mer för hållbarhet, 78 % procent. Men 57 % är också villiga att betala mer för hållbart mode och andra detaljhandelsprodukter. Betalningsviljan för ökad hållbarhet är betydligt lägre när det gäller till exempel fritid, resor och upplevelser, med 48 % som uppgav sig villiga att betala mer.

Michelins undersökning genomfördes det andra kvartalet 2024 i samarbete med YouGov. Totalt deltog 1002 svenskar med körkort och 4000 i de fyra nordiska grannländerna i undersökningen.



GROUP

Om Michelin

Michelin har som mål att varaktigt förbättra sina kunders mobilitet. Som ledande mobilitetsföretag utvecklar, producerar och säljer Michelin däck som är exakt anpassade efter kundernas behov och användningsområden, liksom tjänster och lösningar för att förbättra transporteffektiviteten. Med ytterligare erbjudanden möjliggör Michelin unika reseupplevelser för sina kunder. Michelins högteknologiska material används inom många olika branscher. Företaget har sitt huvudkontor i Clermont-Ferrand i Frankrike och är verksamma i 175 länder. Michelin har 132 200 anställda globalt och driver 67 däcktillverkningsfabriker, som tillsammans producerade cirka 200 miljoner däck 2022. (www.michelin.com)

KONTAKTA

Zoe Axdorph

Press Officer Nordics & UK

+46 (0) 79 142 71 23

zoe.axdorph@michelin.com

news.michelin.se

Ringvägen 100, 118 60 Stockholm, Sweden