



Velkommen til årets fjerde
Plastløftet-samling

Holdbarhet og Emballasje

Har dere spørsmål?

Disse kan skrives i Q&A

De besvares der eller på slutten av samlingen

Program

- 13.30 Velkommen til Plastløftet**
Johannes Daae, utviklingssjef i Grønt Punkt Norge
- 13.40 Utviklingen i matsvinnet**
Aina Elstad Stensgård, forsker ved NORSUS
- 13.50 Design for gjenvinning og bruk av resirkulert plast vs matkvalitet. En delikat balanse?**
Marit Kvalvåg Pettersen, seniorforsker ved Nofima
- 14.10 Holdninger til plastemballasje og holdbarhet**
Anne-Grete Haugen, daglig leder i Matvett
- 14.30 Hvordan vi økte holdbarheten på kyllingen vår**
Solfrid Bjørkøy, kvalitetsleder Norsk Kylling
- 14.40 2D-koder - muligheter og utfordringer for næringsmiddelindustrien**
Terje Menkerud, seniorrådgiver datafangst i GS1
- 14.50 Eksempel på bruk av 2D-koder**
Signe Bunkholt Sæter, bærekraftsdirektør i NorgesGruppen
- 14.55 Spørsmål og svar**

Hva er Plastløftet?

1. Økt bruk av gjenvunnet plast
2. Unngå unødvendig bruk av plast
3. Design for gjenvinning
4. Holdbarhet

Meld din interesse om du vil ta Plastløftet her:

elisabeth@grontpunkt.no

Rapportering og nominasjon til Plastløfteprisene

Sendes ut 1. januar
Frist 28. februar

Plastløfteprisene

1. Økt bruk av gjenvunnet plast
2. Unngå unødvendig bruk av plast
3. Design for gjenvinning
4. Holdbarhetsprisen

Nominasjonsfrist 28. februar

Jurymøte i mars

Plastløftet 2025

5. februar: Plastløftet 1

9. april: Plastløfteprisene

21. mai: Plastløftet 2

17. september: Plastløftet 3

19. november: Plastløftet 4

Program

- 13.30 Velkommen til Plastløftet**
Johannes Daae, utviklingssjef i Grønt Punkt Norge
- 13.40 Utviklingen i matsvinnet**
Aina Elstad Stensgård, forsker ved NORSUS
- 13.50 Design for gjenvinning og bruk av resirkulert plast vs matkvalitet. En delikat balanse?**
Marit Kvalvåg Pettersen, seniorforsker ved Nofima
- 14.10 Holdninger til plastemballasje og holdbarhet**
Anne-Grete Haugen, daglig leder i Matvett
- 14.30 Hvordan vi økte holdbarheten på kyllingen vår**
Solfrid Bjørkøy, kvalitetsleder Norsk Kylling
- 14.40 2D-koder - muligheter og utfordringer for næringsmiddelindustrien**
Terje Menkerud, seniorrådgiver datafangst i GS1
- 14.50 Eksempel på bruk av 2D-koder**
Signe Bunkholt Sæter, bærekraftsdirektør i NorgesGruppen
- 14.55 Spørsmål og svar**



Norsk institutt for
bærekraftsforskning

Plastløftet 27.11.2024

Utviklingstrekk for matsvinnet i verdikjeden – Betydning av holdbarhet som årsak

Aina Elstad Stensgård

Lina Plataniti

Sigrid Møyner Hohle



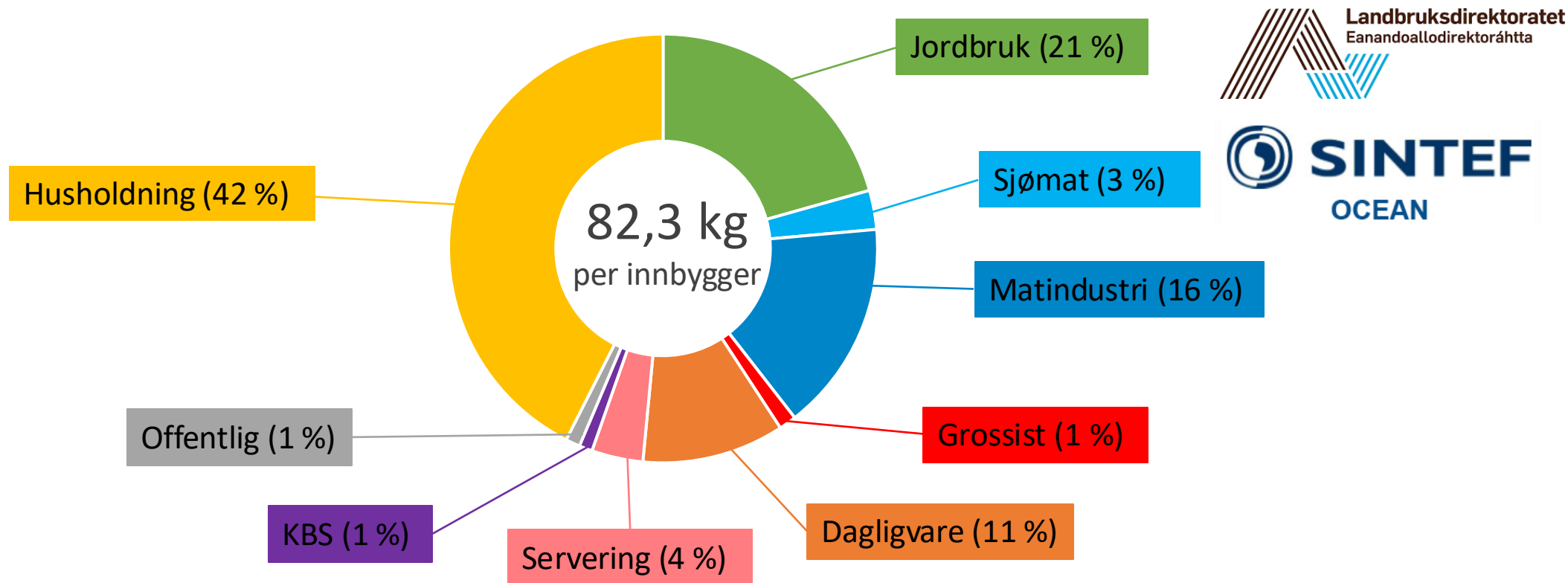
NORSUS og meg

- NORSUS er Norges fremste fagmiljø innenfor livsløpsvurderinger (LCA) for vurdering og forbedring av miljøprestasjonen til produkter og tjenester.
- Vi holder til i Fredrikstad og Oslo (samt en forsker i Gøteborg og en i Molde)
- Jeg jobber med matsvinn.



Matsvinnet i verdikjeden

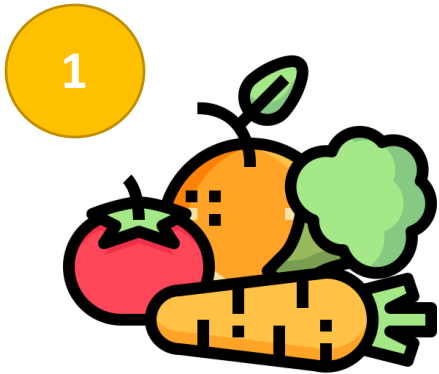
Det norske matsvinnet: Ca. 451 600 tonn i 2023



Kilde jordbruk: [Rapport fra Landbruksdirektoratet](#)

Kilde Sjømatindustri: [Rapport fra SINTEF Ocean](#)

Mesteparten (> 60 %) av matsvinnet er:



Frukt og grønnsaker
(> 30 %)



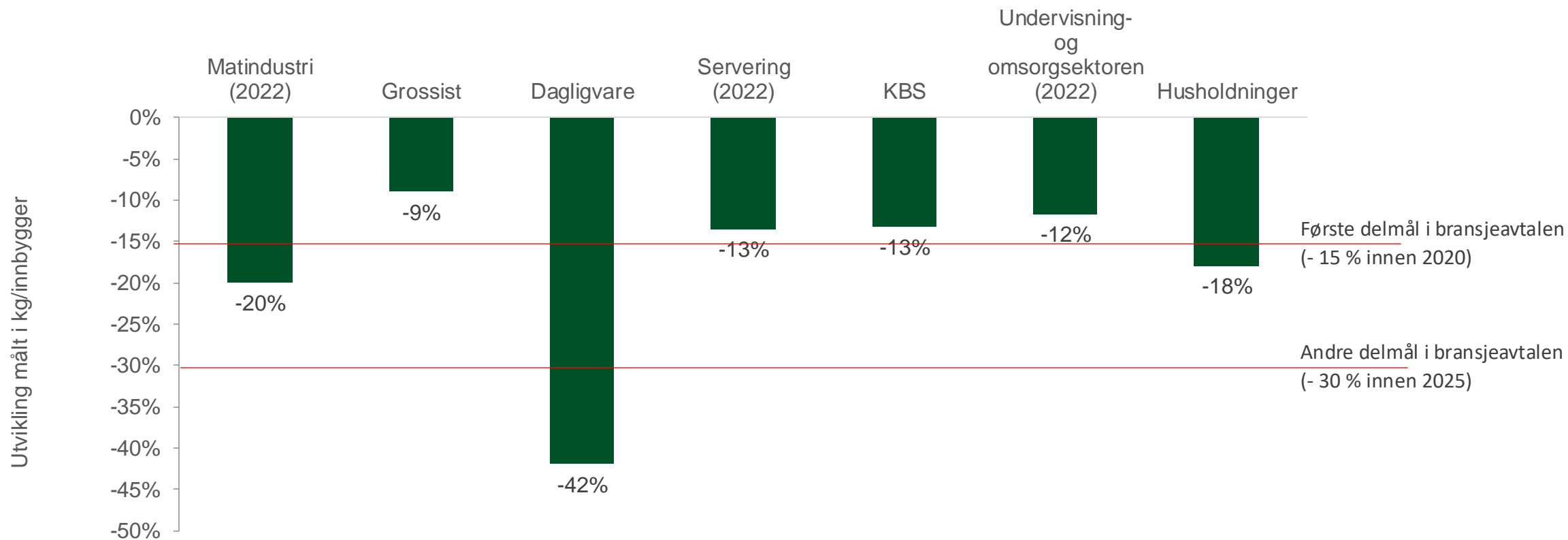
Brød og bakervarer
(≈ 15 %)



Matrester fra
matlaging (≈ 15 %)

Hvordan ligger vi an?

- Nå har vi redusert med - 21 %



Betydning av holdbarhet som årsak

Holdbarhet og matsvinn

- Holdbarhet er knyttet til både datomerking og kvalitet.
 - Både reelt og opplevd.
- Matsvinn knyttet til holdbarhet oppstår gjennom hele verdikjeden:
 - Produsenter og distributører (holdbarhetsvindu (STAND) og kvalitetskrav)
 - Utsalgssteder (dato og kvalitet)
 - Forbrukere (opplevd dato og kvalitet)

Miljøavtrykket til emballasjen avhenger av:

- Selve emballasjen
- Emballasjesystemet



Forbrukere: Ikke så farlig å kaste mat?

«Vi må alltid kildesortere plasten og begrense plastbruken der det er mulig, men dersom valget stod mellom å redusere plastbruken og redusere matsvinnet, er det klart at klimaeffekten hadde vært størst om vi reduserte matsvinnet!»

Nesten 9 av 10 tar feil om matavfall

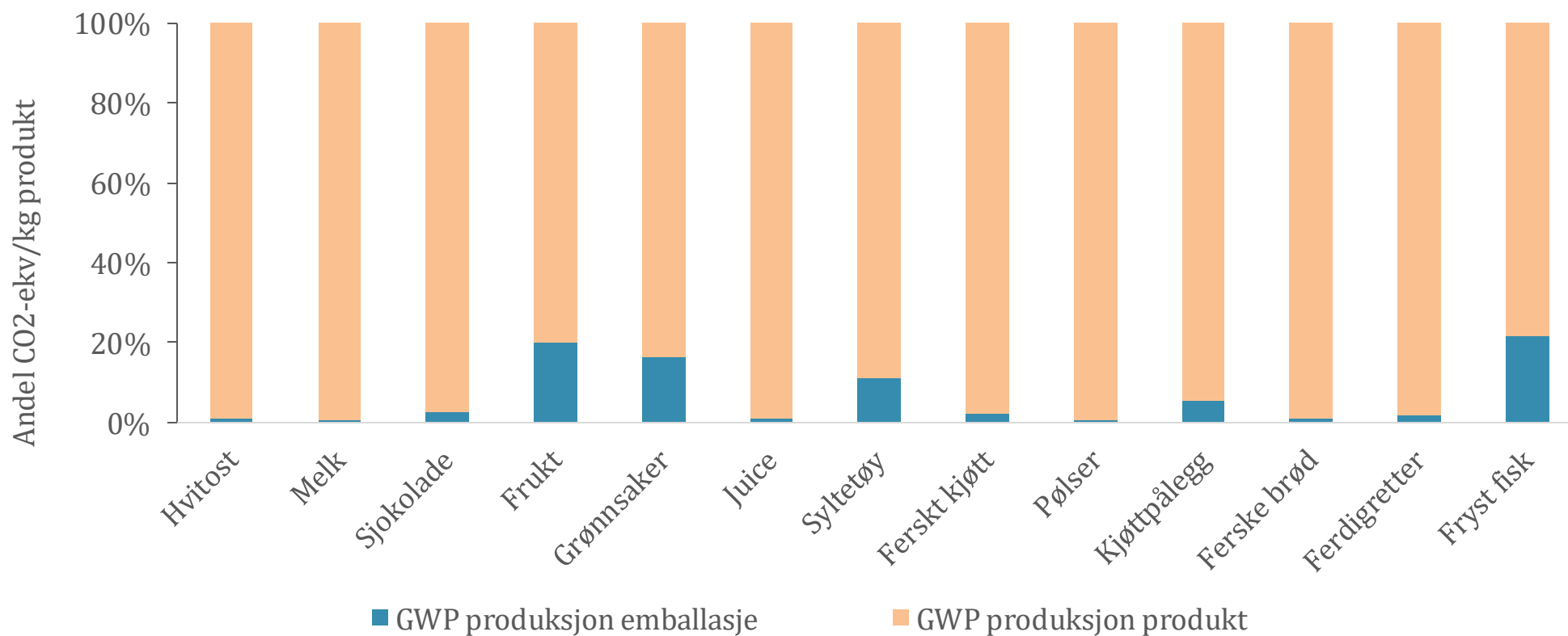
Pressemelding • apr 10, 2018 13:30 CEST



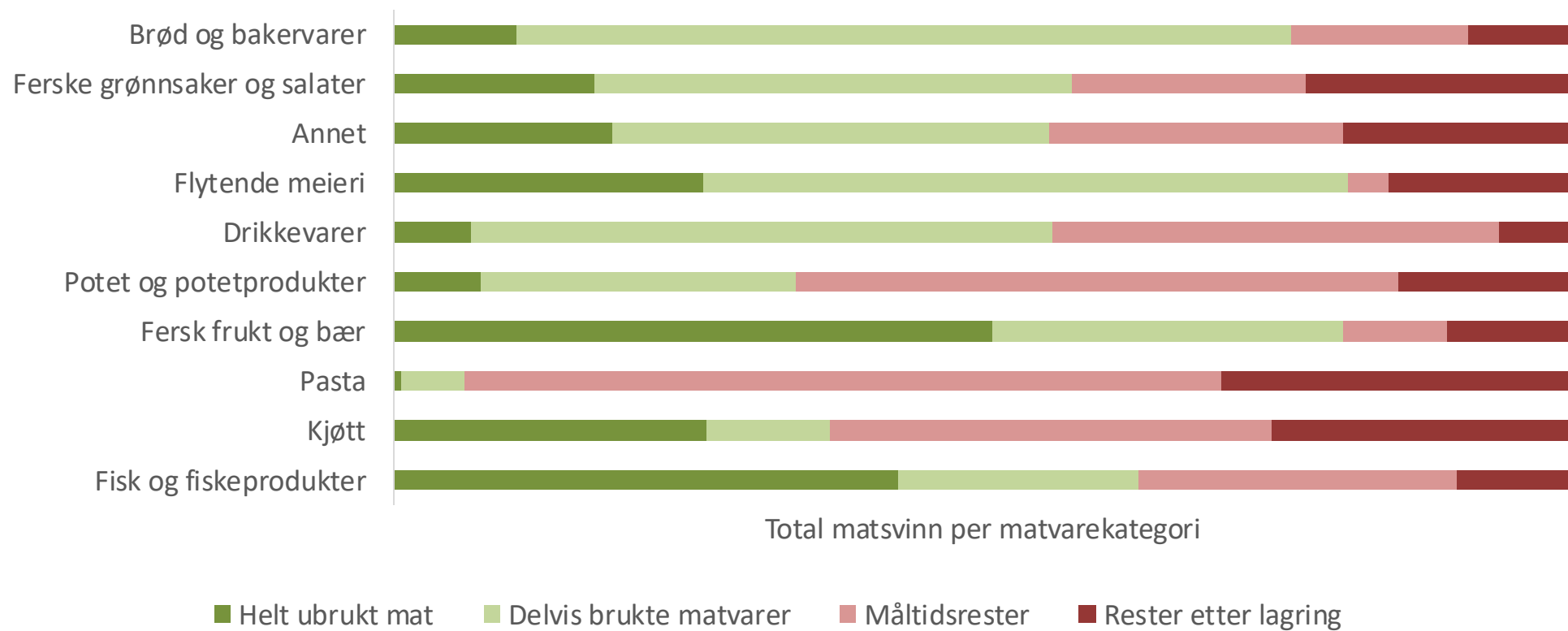
STORKASTERE: I snitt kaster hver nordmann 42,1 kilo mat som kunne vært spist årlig. Foto: iStockPhoto

Hele 86 prosent av oss tror brukt plastemballasje er et større miljøproblem enn matsvinn. Fasiten viser noe helt annet.

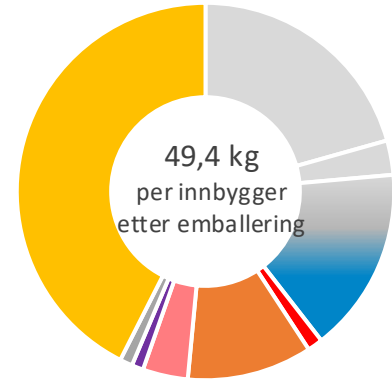
Klimafotavtrykk fordelt på produkt og emballasje



Stor variasjon i årsaker på tvers av varegrupper



Oppsummering



- Minst 60 % av matsvinnet oppstår etter at produktet er emballert og holdbarhetsdato er satt.
- Riktig emballasje og lengre holdbarhet *kan* bidra til å redusere dette matsvinnet.
- Viktig å se på eget produkt:
 - Årsaker til matsvinn er svært produktavhengig.
 - Miljøavtrykket knyttet til matsvinnet er også produktavhengig (husk: mengde x avtrykk)

NORSUS

Norsk institutt for
bærekraftsforskning

Takk for meg!

aina@norsus.no

www.norsus.no

Program

- 13.30 Velkommen til Plastløftet**
Johannes Daae, utviklingssjef i Grønt Punkt Norge
- 13.40 Utviklingen i matsvinnet**
Aina Elstad Stensgård, forsker ved NORSUS
- 13.50 Design for gjenvinning og bruk av resirkulert plast vs matkvalitet. En delikat balanse?**
Marit Kvalvåg Pettersen, seniorforsker ved Nofima
- 14.10 Holdninger til plastemballasje og holdbarhet**
Anne-Grete Haugen, daglig leder i Matvett
- 14.30 Hvordan vi økte holdbarheten på kyllingen vår**
Solfrid Bjørkøy, kvalitetsleder Norsk Kylling
- 14.40 2D-koder - muligheter og utfordringer for næringsmiddelindustrien**
Terje Menkerud, seniorrådgiver datafangst i GS1
- 14.50 Eksempel på bruk av 2D-koder**
Signe Bunkholt Sæter, bærekraftsdirektør i NorgesGruppen
- 14.55 Spørsmål og svar**



Marit Kvalvåg Pettersen

Program

- 13.30 Velkommen til Plastløftet**
Johannes Daae, utviklingssjef i Grønt Punkt Norge
- 13.40 Utviklingen i matsvinnet**
Aina Elstad Stensgård, forsker ved NORSUS
- 13.50 Design for gjenvinning og bruk av resirkulert plast vs matkvalitet. En delikat balanse?**
Marit Kvalvåg Pettersen, seniorforsker ved Nofima
- 14.10 Holdninger til plastemballasje og holdbarhet**
Anne-Grete Haugen, daglig leder i Matvett
- 14.30 Hvordan vi økte holdbarheten på kyllingen vår**
Solfrid Bjørkøy, kvalitetsleder Norsk Kylling
- 14.40 2D-koder - muligheter og utfordringer for næringsmiddelindustrien**
Terje Menkerud, seniorrådgiver datafangst i GS1
- 14.50 Eksempel på bruk av 2D-koder**
Signe Bunkholt Sæter, bærekraftsdirektør i NorgesGruppen
- 14.55 Spørsmål og svar**

Om matsvinn og holdbarhet: -Ny innsikt om folks forståelse av sammenhengen mellom holdbarhet og emballasje

Plastløftet 27. november 2024

Anne-Grete Haugen



Kunnskap om sammenhengen mellom holdbarhet og
emballasje

"Norges kompetansehub på matsvinn"



- Mat- og serveringsbransjen selskap for å forebygge matsvinn
- Eies av bransjeorganisasjonene fra matindustri til servering
- Koordinerer aktiviteter i bransjeavtalen med myndigheter
- Samarbeider tett med forskning- og andre matsvinnmiljøer

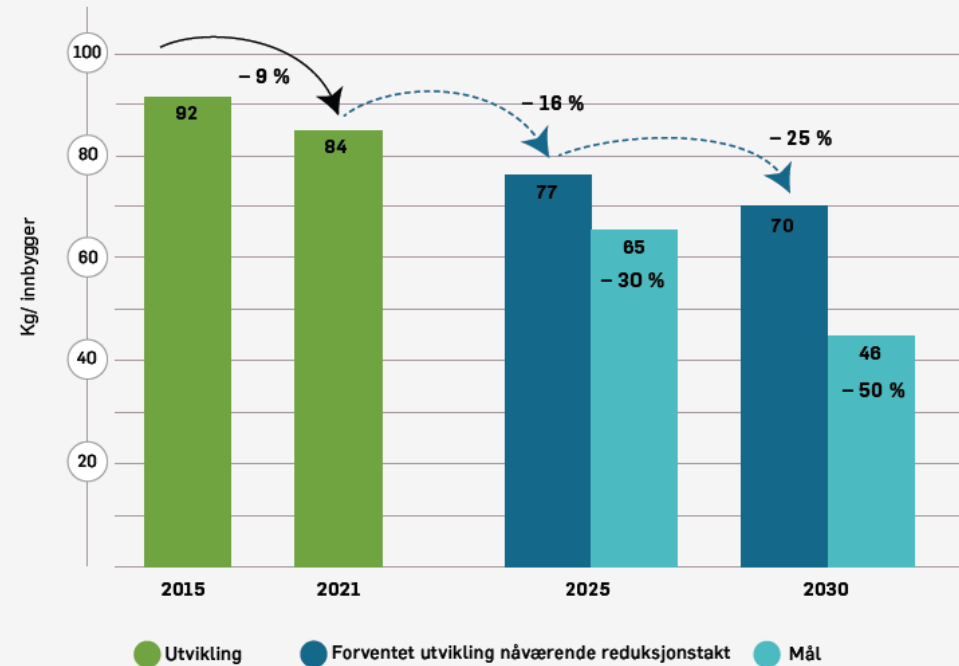
Samarbeidspartnere:



Våre eiere:



Dagens fart tar oss ikke til målet og må doubles



Figur 3-4 Utvikling i kg matsvinn per innbygger fra 2015 til 2021 samt avvik fra fremtidige mål for 2025 og 2030.

Matsvinnutvalget foreslår «Holdbarhet» som ett av tiltaksområdene



Matsvinnutvalget



Matsvinnutvalget

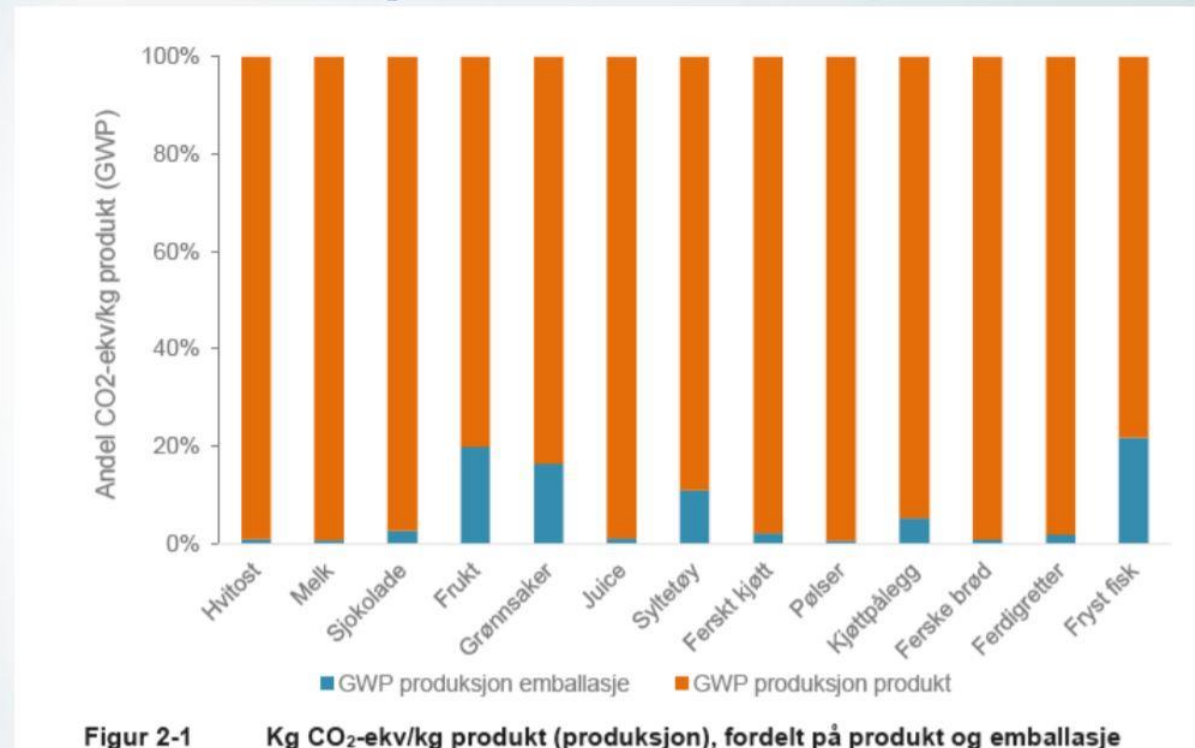


Tiltakene er gruppert innenfor 10 områder

- 1 Aktsomhetsvurderinger
- 2 Revidert bransjeavtale
- 3 Rapportering
- 4 Standardisert og økt datainndeling
- 5 Donasjon
- 6 Holdbarhet og merking
- 7 Nedprising
- 8 Estetiske kvalitetskrav
- 9 Kunnskapsheving og involvering
- 10 Finansielle og økonomiske virkemidler

Å kaste mat er ti ganger verre for klimaet enn å bruke emballasje

Carbon footprint produkt og emballasje



Figur 2-1 Kg CO₂-ekv/kg produkt (produksjon), fordelt på produkt og emballasje

Source: NOK Rapport 2016 www.emballasjeoptimering.no



«Holdbarhetsprisen» etablert i 2021

- Målet er å fremme bærekraftige emballaseløsninger som tar like godt eller bedre vare på maten



Kriterier for "Holdbarhetsprisen:

- Flere eller uendret antall holdbarhetsdager
- Smarte åpne/lukkeløsninger
- Smart merking; tips om oppbevaring før og etter åpning, supplerende merking "Best før-ofte god etter"



Grønt Punkt Norge



«Innsikt om folks
forståelse av
holdbarhet og
emballasje»



Studie om folks adferd og holdninger til matsvinn



Folks atferd og preferanser formes i stor grad av deres økonomiske virkelighet og deres holdninger til bærekraft. I en tid med inflasjon, global utrygghet og økende bevissthet om bærekraft er forbrukerne i endring.

8 av 10 er villige til å endre adferd for bærekraft

- *Matsvinn er et samlende, forståelig og konkret tiltak*

80%

er villig til å endre atferd og livsstil av hensyn til bærekraft

45%

...hvis det gir praktiske eller økonomiske ulemper

43%

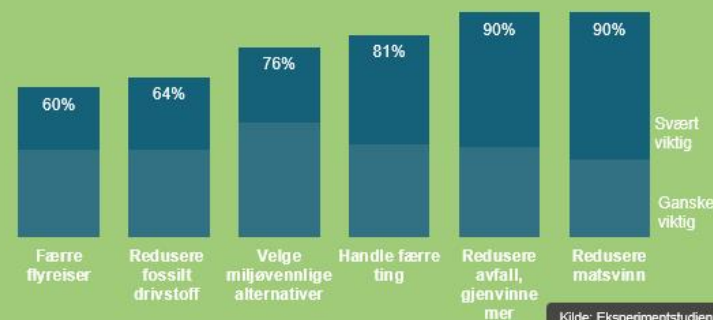
...er skeptiske til bedriftens motiver

...men det bør ikke koste for mye.

Mens hele 8 av 10 sier de er villig til å endre atferd og livsstil av hensyn til bærekraft, halveres tallet hvis vi spør om de vil gjøre det på tross av økonomiske eller praktiske ulemper. Nesten halvparten tviler på bedriftens motiver. Det skal ikke bare lønne seg for bedriften å kutte matsvinn.

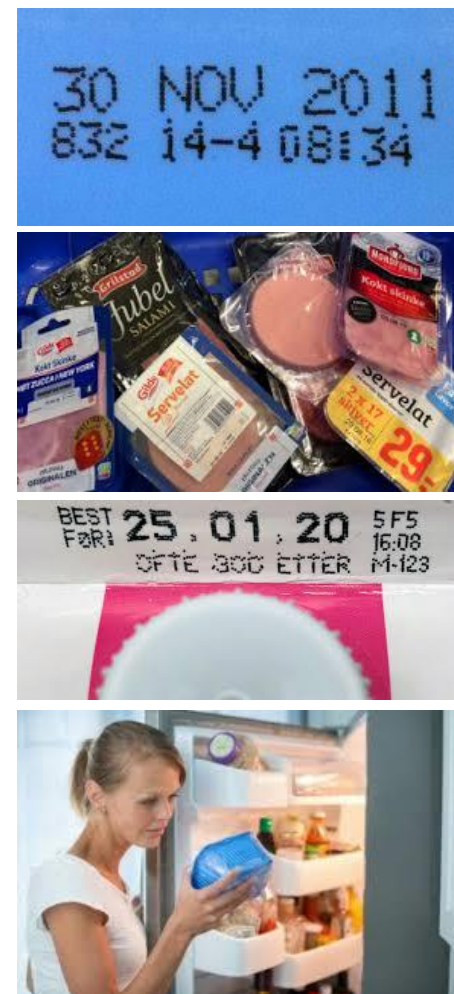
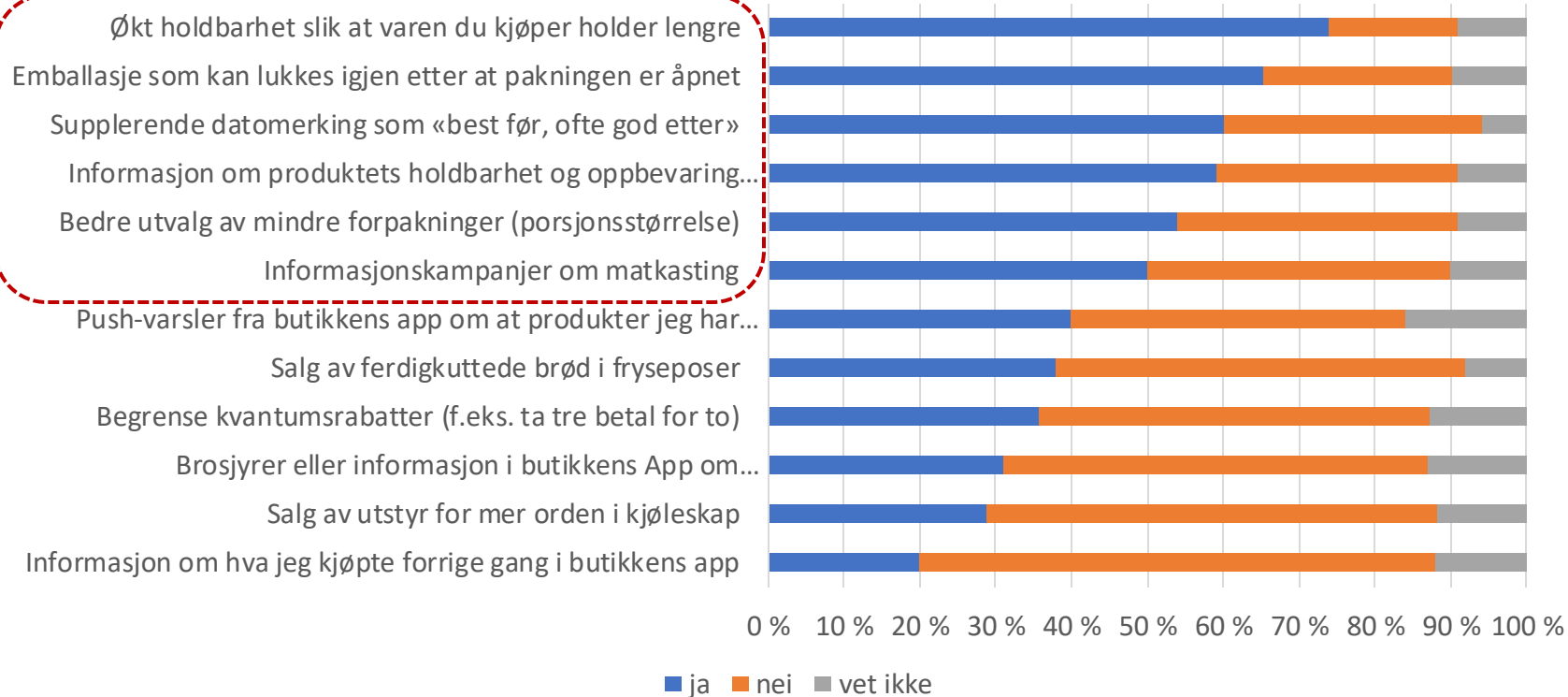


Hvor viktig er disse tiltakene for enkeltpersoners mulighet til å bidra til økt bærekraft og mer klimavennlig forbruk?



«Bedre holdbarhet» er nøkkelen til mindre matsvinn i hjemmet

Bransjetiltak som bidrar til at forbruker kaster mindre mat



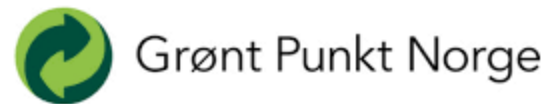
«Ny undersøkelse om emballasje og holdbarhet»:

– Forstår folk sammenhengen og hvilke emballasjeegenskaper er viktigst?

100 respondenter – oktober 2024



KANTAR

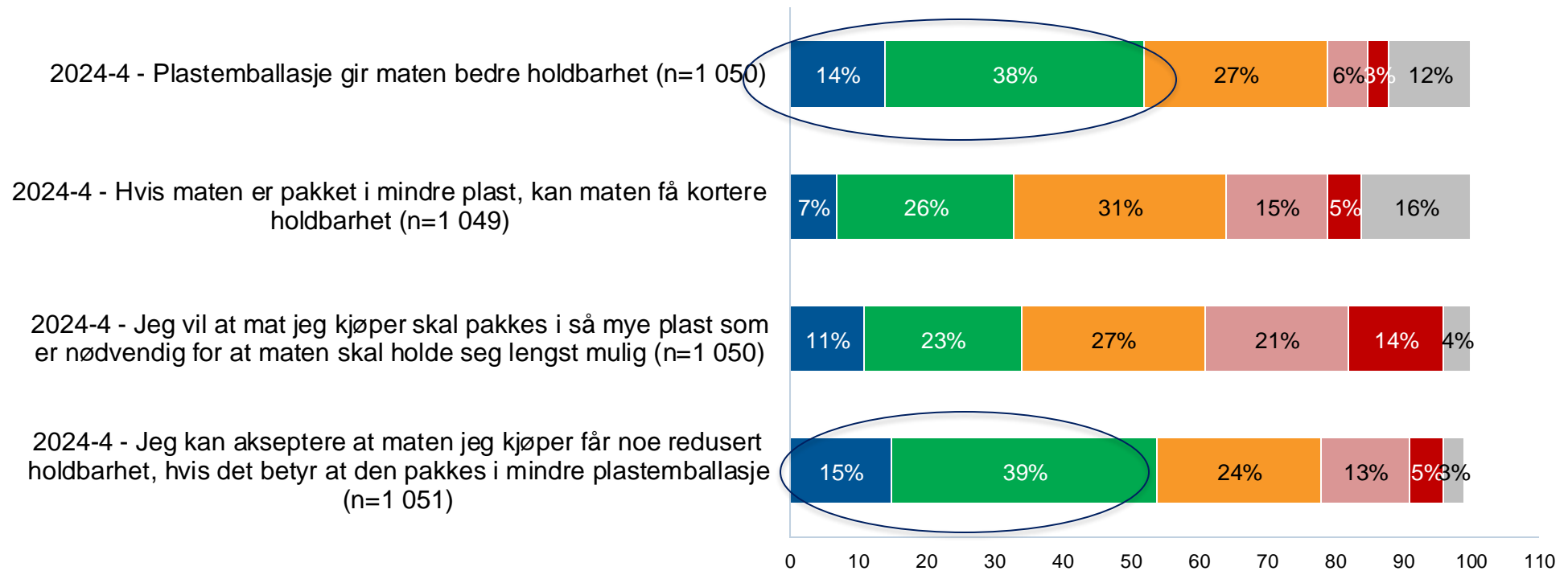


Folk er bevisste på at plast bidrar til bedre holdbarhet på mat

- **Samtidig er over halvparten villige til å akseptere redusert holdbarhet for mindre plastbruk**

Hvor enig eller uenig er du i følgende påstander...

■ Helt enig ■ Ganske enig ■ Verken uenig eller enig ■ Ganske uenig ■ Helt uenig ■ Vet ikke



Ulikt syn på plast og matens holdbarhet på tvers av kjønn

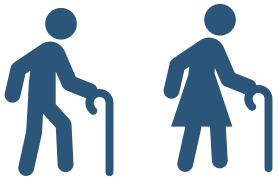
- Menn er mer opptatt av å sikre lengre holdbarhet med bruk av plast, mens kvinner er mer villige til å redusere plastforbruket, selv om det betyr kortere holdbarhet



- **Menn er mer positive til plast for bedre holdbarhet:**
 - 58 % av menn er enige i at plastemballasje gir bedre holdbarhet, sammenlignet med 46 % av kvinner.
- **Menn har noe større forståelse av sammenhengen mellom mindre plast og kortere holdbarhet:**
 - 38 % av menn tror at mindre plast kan føre til kortere holdbarhet, mens bare 29 % av kvinner mener det samme.
- **Menn ønsker mest mulig plast for maksimal holdbarhet:**
 - 38 % av menn ønsker mer plast for å sikre lengst mulig holdbarhet, mens 29 % av kvinner ønsker minst mulig plast.
- **Kvinner aksepterer i større grad redusert holdbarhet med mindre plast:**
 - 59 % av kvinner aksepterer redusert holdbarhet hvis det innebærer mindre plast mot 49 % av menn.

Ulikt syn på plast og matens holdbarhet på tvers av alder

- Flest personer mellom 30-59 år ser sammenhengen mellom plast og matens holdbarhet, de yngre og eldre er villige til mindre plast på bekostning av holdbarhet



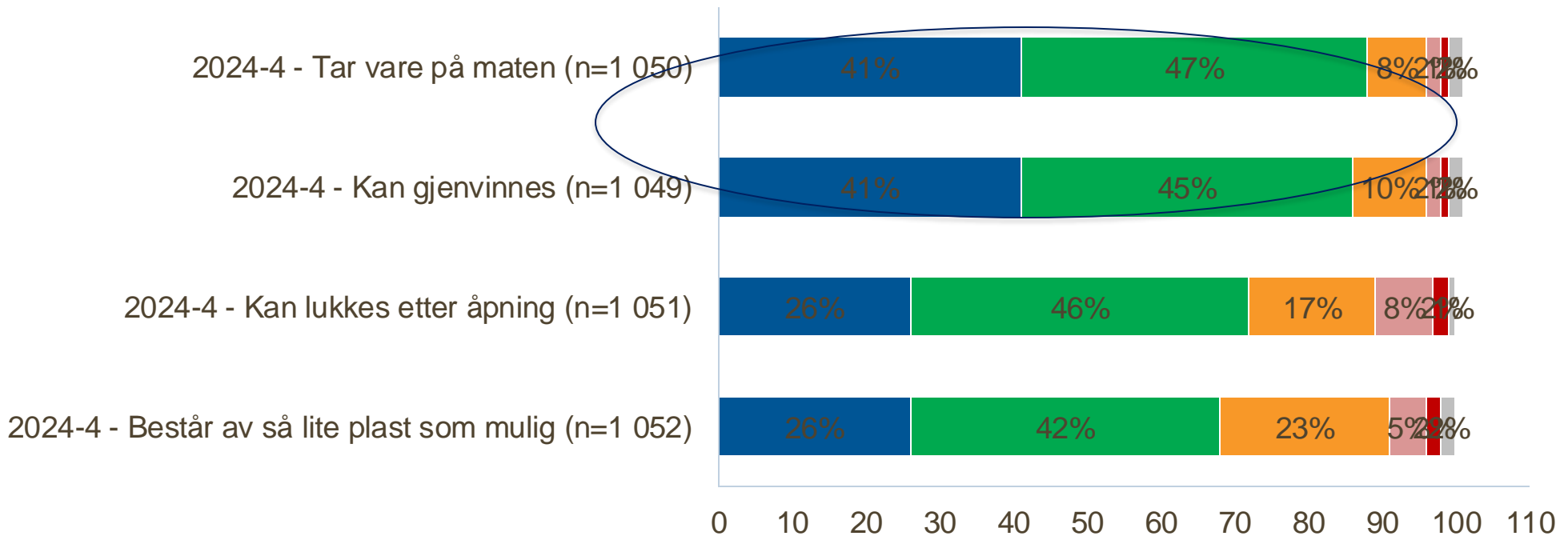
- **De yngre (<30 år) viser mindre forståelse for sammenhengen mellom plast og holdbarhet**
 - 46 % mener at plast gir maten bedre holdbarhet
- **Personer mellom 30-59 år har best forståelse for sammenhengen mellom plastemballasje og holdbarhet**
 - 58 % mener at plast gir maten bedre holdbarhet
- **På tvers av aldersgrupper er det viss aksept for redusert holdbarhet som konsekvens av mindre plast:**
 - Høyest blant de over 60 år (58 %) og de under 30 år (55 %)

Emballasjen må bevare maten og være gjenvinnbar

- Mange ønsker også at den skal kunne lukkes etter åpning og bestå av så lite plast som mulig

Hvor viktig syns du det er at emballasje har følgende egenskaper?

■ Svært viktig ■ Ganske viktig ■ Verken uviktig eller viktig ■ Ganske uviktig ■ Svært uviktig ■ Vet ikke



Ulikt syn på emballasjens egenskaper



- Begge kjønn synes egenskapen om å ta vare på maten er viktig
- Kvinner er mindre positive til plast enn menn:
 - 75 % av kvinner ønsker så lite plast som mulig, mens 61 % av menn mener det samme
- Kvinner er mer opptatt av at emballasjen skal kunne gjenvinnes, mens menn i større grad ønsker at den skal kunne lukkes etter åpning

- Flertall på tvers av aldersgruppene synes egenskapen om å ta vare på maten er viktig
- Jo eldre, jo viktigere er det at emballasjen kan gjenvinnes og at den består av så lite plast som mulig.
- De under 30 år syns det er minst viktig at emballasjen består av så lite plast som mulig. Dette avviker fra deres villighet til å akseptere redusert holdbarhet ved mindre plast.

Oppsummering

- Forståelse av plastens rolle:
 - Langt flere er enige enn uenige i at plastemballasje gir maten bedre holdbarhet, noe som viser en generell forståelse av plastens funksjon.
- Kunnskapsgap:
 - En betydelig andel svarer nøytralt eller "vet ikke", noe som tyder på manglende kunnskap om sammenhengen mellom plast og holdbarhet, eller usikkerhet om dette varierer mellom ulike matvarer.
- Villighet til å redusere plastbruk:
 - Mange forbrukere kan akseptere noe redusert holdbarhet på maten dersom dette innebærer mindre plastemballasje.
- Kjønnforskjeller:
 - Kvinner er mer negative til plastemballasje enn menn og er i større grad villige til å prioritere redusert plastbruk over maksimal holdbarhet.
- Viktigste emballasjeegenskaper:
 - De fleste sier det er viktigst at emballasjen bevarer maten og kan gjenvinnes.
 - Mange verdsetter også at emballasjen kan lukkes etter åpning og består av så lite plast som mulig.

Hvem fortjener Holdbarhetsprisen i 2025?

- *Vi ønsker flere nominasjoner!*



Tidligere vinnere av holdbarhetsprisen

Godt
Levert



FOOD
TRADE

Program

- 13.30 Velkommen til Plastløftet**
Johannes Daae, utviklingssjef i Grønt Punkt Norge
- 13.40 Utviklingen i matsvinnet**
Aina Elstad Stensgård, forsker ved NORSUS
- 13.50 Design for gjenvinning og bruk av resirkulert plast vs matkvalitet. En delikat balanse?**
Marit Kvalvåg Pettersen, seniorforsker ved Nofima
- 14.10 Holdninger til plastemballasje og holdbarhet**
Anne-Grete Haugen, daglig leder i Matvett
- 14.30 Hvordan vi økte holdbarheten på kyllingen vår**
Solfrid Bjørkøy, kvalitetsleder Norsk Kylling
- 14.40 2D-koder - muligheter og utfordringer for næringsmiddelindustrien**
Terje Menkerud, seniorrådgiver datafangst i GS1
- 14.50 Eksempel på bruk av 2D-koder**
Signe Bunkholt Sæter, bærekraftsdirektør i NorgesGruppen
- 14.55 Spørsmål og svar**

Holdbarheten på produkt etter flytting til ny fabrikk

Solfrid Bjørkøy

Kvalitetsleder



2016



2024



SLAKTERI OG
FØREDLINGSANLEGG



35 000 m²
AREAL



60 000
KYLINGER



320
ANSATTE



95 000 000
MIDDAGER



30 %
MARKEDS-
ANDEL



AA+
BRCS

6

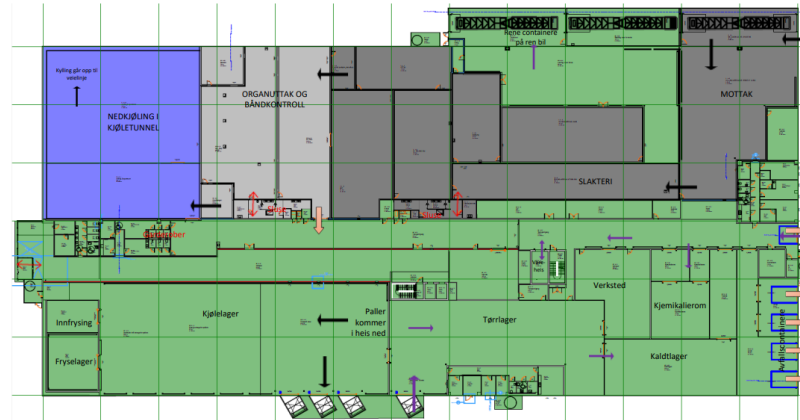
faktorer har vært
avgjørende for
produkt holdbarhet

1

fabrikk-layout

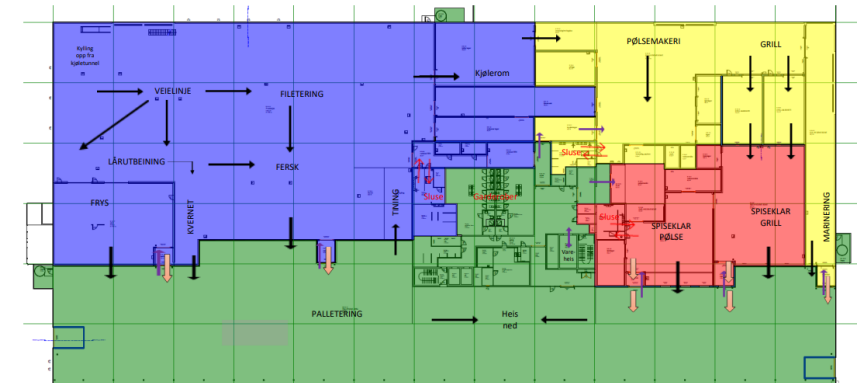
Norsk Kylling

ETG 1A – svart sone, grå sone, kjøletunnel og ekspedisjon

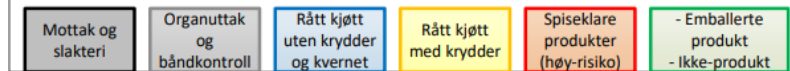


Norsk Kylling

ETG 2A – blå sone, gul sone, rød sone og pallertering



Soneinndeling, fargekoder:



Blå, gul og rød sone: 8 °C

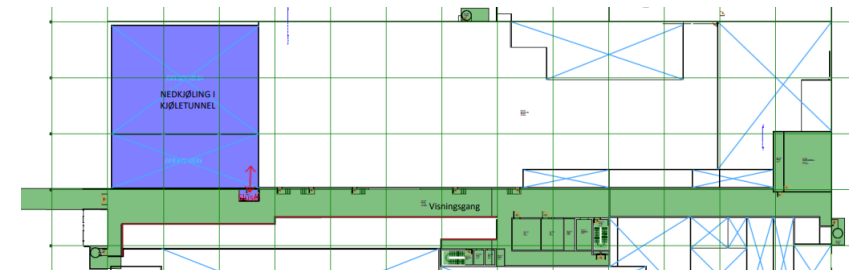
Grønn sone: 2 °C

Kjølerom: under 4 °C

Fryserom: under -18 °C

Råvarer/ferdigvarer (kjøl): under 4 °C

Råvarer/ferdigvarer (frys): under -18 °C



2

produktflyt



3

temperatur



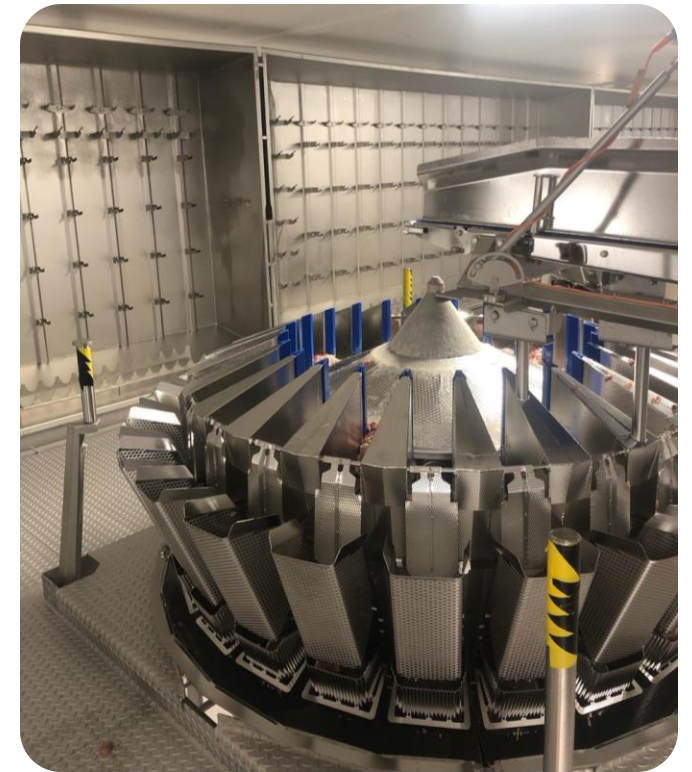
4

hygiene



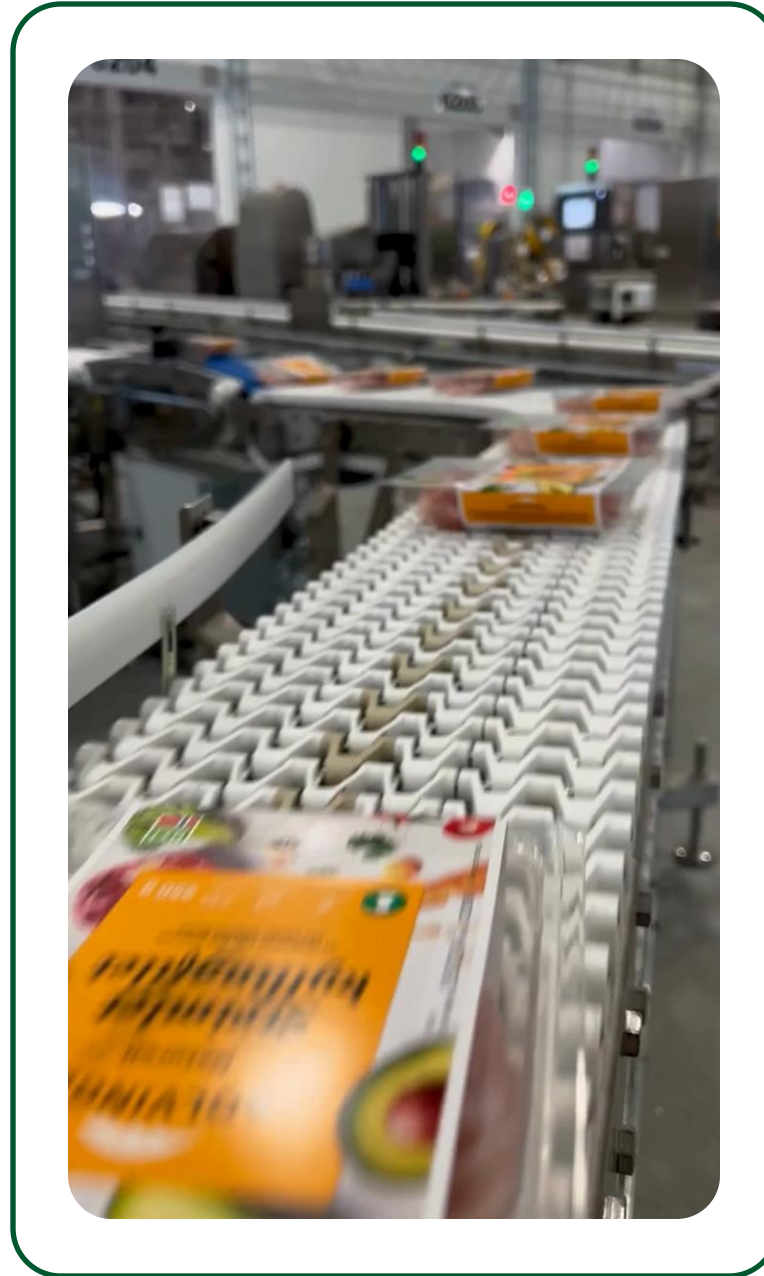
5

renhold og
hygienisk design



6

pakkemetode





hvilken påvirkning har disse faktorene hatt på holdbarheten?



1. fabrikk-layout
2. produktflyt
3. temperatur
4. hygiene
5. Renhold og
hygienisk
design
6. pakkemetode

ØKNING I HOLDBARHET (%):

2020 Startår – gammel fabrikk

2021  8 %

2022  12 %

2023  13 %



Takk for meg!

**Vil du vite mer om
arbeidet vårt?**

Les ansvarsrapporten
på norsk-kylling.no



Program

- 13.30 Velkommen til Plastløftet**
Johannes Daae, utviklingssjef i Grønt Punkt Norge
- 13.40 Utviklingen i matsvinnet**
Aina Elstad Stensgård, forsker ved NORSUS
- 13.50 Design for gjenvinning og bruk av resirkulert plast vs matkvalitet. En delikat balanse?**
Marit Kvalvåg Pettersen, seniorforsker ved Nofima
- 14.10 Holdninger til plastemballasje og holdbarhet**
Anne-Grete Haugen, daglig leder i Matvett
- 14.30 Hvordan vi økte holdbarheten på kyllingen vår**
Solfrid Bjørkøy, kvalitetsleder Norsk Kylling
- 14.40 2D-koder - muligheter og utfordringer for næringsmiddelindustrien**
Terje Menkerud, seniorrådgiver datafangst i GS1
- 14.50 Eksempel på bruk av 2D-koder**
Signe Bunkholt Sæter, bærekraftsdirektør i NorgesGruppen
- 14.55 Spørsmål og svar**



The Global Language of Business

GS1 2D-koder og GS1 Digital Link

GS1 Norway
Terje Menkerud



Global overgang til 2D

2D-koder i varehandel... en ny dimensjon til strekkoden

Innen utgangen av 2027 skal alle i varehandel være i stand til å lese 2D-koder i POS

Lineære, QR og DataMatrix strekkoder vil alle finnes på produkter i varehandel

Lineære strekkoder vil ikke forsvinne!



Overgangsfase

Overgangsfase	Ambisjon for 2027
 <p>The diagram shows a transition phase. On the left is a standard EAN-13 barcode with the number 9 506000 134352. To its right is a plus sign (+) in an orange circle. Further right is a 2D barcode with the number 95060013452. To its right is the word 'Eller' in an orange oval. To the right of 'Eller' is another 2D barcode with the number (01)09506000134352.</p>	 <p>The diagram shows the 2027 ambition. On the left is a standard EAN-13 barcode with the number 9 506000 134352. To its right is the word 'Eller' in an orange oval. To the right of 'Eller' is a 2D barcode with the number 95060013452. To its right is another 'Eller' in an orange oval. To the right of the second 'Eller' is another 2D barcode with the number (01)09506000134352.</p>
<p>Doble strekkoder i en overgangsfase EAN-13 <i>og</i> en 2D strekkode</p>	<p>EAN-13 <i>eller</i> en 2D strekkode</p>

Muligheter med 2D-merking

- Svinnkontroll



- Sporbarhet
- Mattrygghet
- Bærekraft



- Markedsføring





QR kode og GS1 Digital Link



GS1 Digital link = kobler fysiske objekter til internett



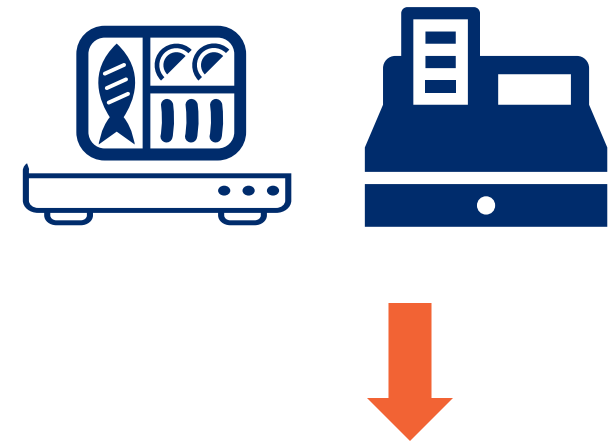
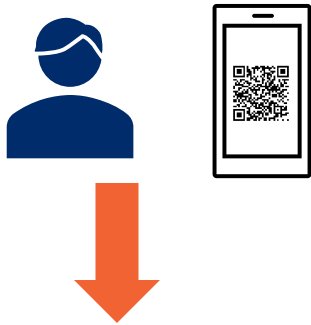
<https://resolver-dv1.gs1.org/01/07020001004008/10/HKZ658?17=230211>



Standardisert web URI syntaks







Fungerer både online og offline

<https://resolver-dv1.gs1.org/01/07020001004008/10/HKZ658?17=230211>



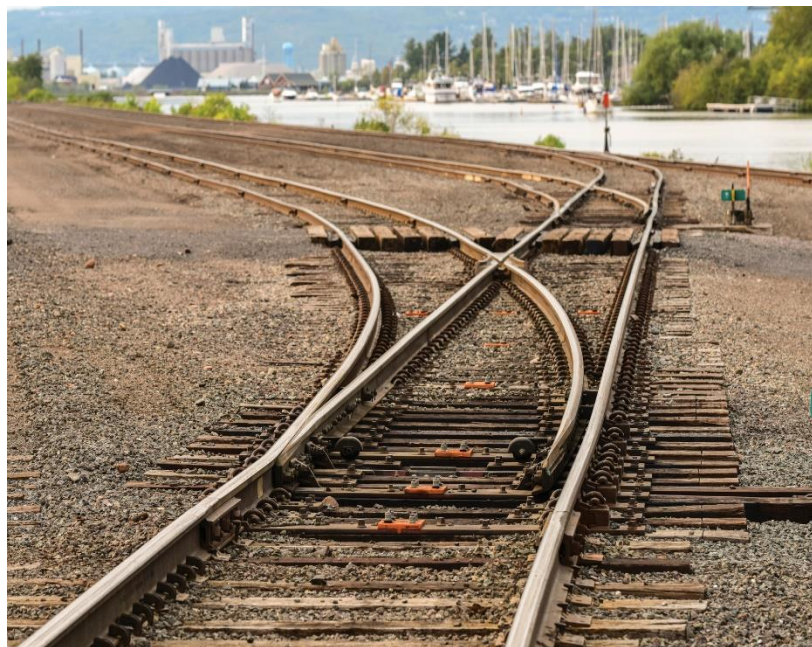
GTIN	07020001004008
Batch	HKZ658
Dato	11/02-23

GS1 Digital link handler ikke om teknikken - det handler om bruken

Forbrukerkommunikasjon  <ul style="list-style-type: none">• Tilgang til merkevareautorisert info• Kampanjer• Oppskrifter• Forbrukerinteraksjon	Sporbarhet  <ul style="list-style-type: none">• Produktautentisering• Ingredienser• Opprinnelse• Tillit	Sikkerhet  <ul style="list-style-type: none">• Hindre salg av utgåtte eller tilbakekalte produkter• Motvirke forfalskede produkter
Bærekraft  <ul style="list-style-type: none">• Informasjon om gjenvinning• Sirkulærøkonomi• Svinreduksjon	Handelspartnere  <ul style="list-style-type: none">• Masterdata• Innkjøp og prognoser• Instruksjoner	Smart emballasje  <ul style="list-style-type: none">• Markedsføring på emballasjen• Regulatorisk informasjon• Forbedrede forbruker erfaringer

En GS1 resolver muliggjør intelligent omdirigering til ønsket informasjon

Resolver = programvareapplikasjon som bestemmer ut fra definerte kriterier hvilket innhold en bestemt GS1 Digital Link vil vise til



- Produktinfo
- Sporbarhet
- Masterdata
- Kampanjer
- Oppskrifter
- Bærekraft
- ...

<https://resolver-dv1.gs1.org/01/07020001004008>

Hvilke kriterier kan brukes for å muliggjøre Resolver?

- GS1 Digital LinkTypes brukt med passende apper
- Språkinnstilling i brukerens smarttelefon
- GPS-data fra brukerens smarttelefon (hvis aktivert)
- Andre plasseringsdata (f.eks. skanning på POS i en butikk, rapporter til Resolveren)
- Dato og tid (definert i Resolveren)
- Værdata (innhentet av Resolveren)
- ...

Lenker til informasjon

- Implementasjonsveileder for 2D i varehandel
 - <https://gs1.no/app/uploads/2024/08/Implementasjonsveilleder-for-2D-i-varehandel-v101-N.pdf>
 - Engelsk originaldokument
 - <https://ref.gs1.org/guidelines/2d-in-retail/>
- Best practices for creating QR code with GS1 Digital Link
 - https://ref.gs1.org/docs/2023/QR-Code_powered-by-GS1-best-practices.pdf
- GS1 Digital Link Quick Start Guide
 - <https://ref.gs1.org/docs/2024/digital-link-quick-start-guide>
- Connecting barcodes to related information
 - <https://ref.gs1.org/docs/2024/connecting-barcodes-to-related-information>
- 2D in Retail: A new dimension in barcodes
 - <https://www.gs1.org/industries/retail/2D-barcodes>
- 2D barcodes at retail point-of-sale
 - <https://www.gs1.org/industries/retail/2d-barcodes/explorer>
- GS1 technical tools
 - <https://ref.gs1.org/tools/>

Kontaktinformasjon

Terje Menkerud

Seniorrådgiver, datafangst

GS1 Norway

Brynsveien 11

0667 Oslo

M 918 06 499

E tm@gs1.no

www.gs1.no

THE BARCODE *R*EVOLUTION

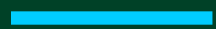


Program

- 13.30 Velkommen til Plastløftet**
Johannes Daae, utviklingssjef i Grønt Punkt Norge
- 13.40 Utviklingen i matsvinnet**
Aina Elstad Stensgård, forsker ved NORSUS
- 13.50 Design for gjenvinning og bruk av resirkulert plast vs matkvalitet. En delikat balanse?**
Marit Kvalvåg Pettersen, seniorforsker ved Nofima
- 14.10 Holdninger til plastemballasje og holdbarhet**
Anne-Grete Haugen, daglig leder i Matvett
- 14.30 Hvordan vi økte holdbarheten på kyllingen vår**
Solfrid Bjørkøy, kvalitetsleder Norsk Kylling
- 14.40 2D-koder - muligheter og utfordringer for næringsmiddelindustrien**
Terje Menkerud, seniorrådgiver datafangst i GS1
- 14.50 Eksempel på bruk av 2D-koder**
Signe Bunkholt Sæter, bærekraftsdirektør i NorgesGruppen
- 14.55 Spørsmål og svar**

27/11/24

Signe Bunkholt Sæter



2D og matsvinn NorgesGruppen



NorgesGruppen

2D-kode - «game changer» for redusert matsvinn

NATIONEN

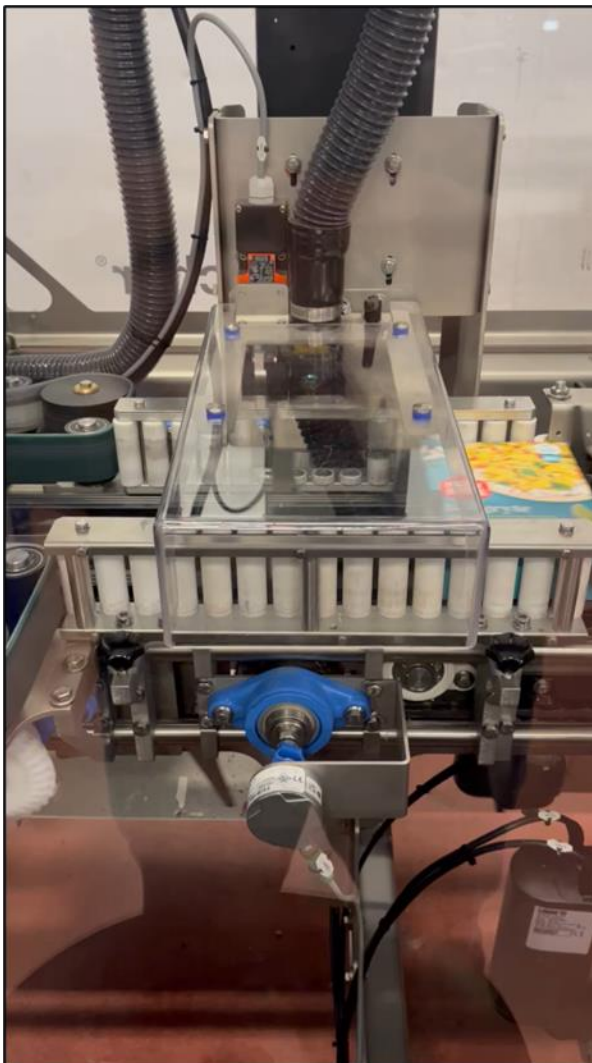
MENY

MATSVINN NORGESGRUPPEN ØKONOMI

Norgesgruppen vekker internasjonal oppsikt med nytt redskap for å redusere matsvinnet



Først i verden. Norgesgruppen er blant de aller første i verden med et nytt kodesystem som skal hjelpe både forbrukerne og butikkene til et minimalt matsvinn. Foto: Norgesgruppen



THE BARCODE *REVOLUTION*

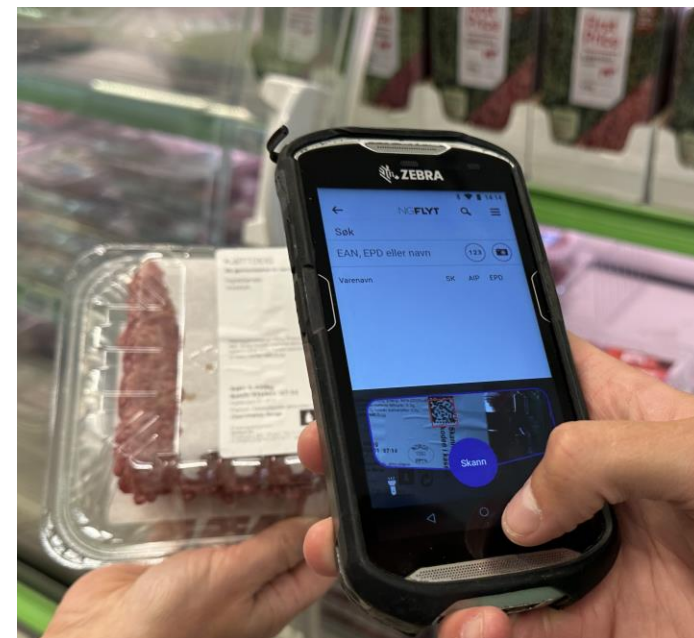


THE BARCODE *R*EVOLUTION

Status 2D- kode



- ✓ Svinreduksjon
- ✓ Mattrygghet
- ✓ Effektiv butikkdrift
- ✓ Kundeopplevelse





Matsvinn

2D kode



Kjøttdeig og karbonadedeig



Grillede kyllingvinger og lår



Fatland 3 biffer



Fortløpende majonesalat-varianter



Folkets pølser

Før 2024

Hvem var på:
Den Stolte Hane
Fatland
Matbørsen

Opstartsmøter med nye leverandører
Desember - April

Mars
Test Lerøy Fossen

Test Isfjord
April

August
Test Lerøy Stamsund

Test Gorines
September

Oktober
Test Gjendemsjø

Test Alna
November

Desember



Filet, lårfilet og kjøttdeig



Alle JU varianter

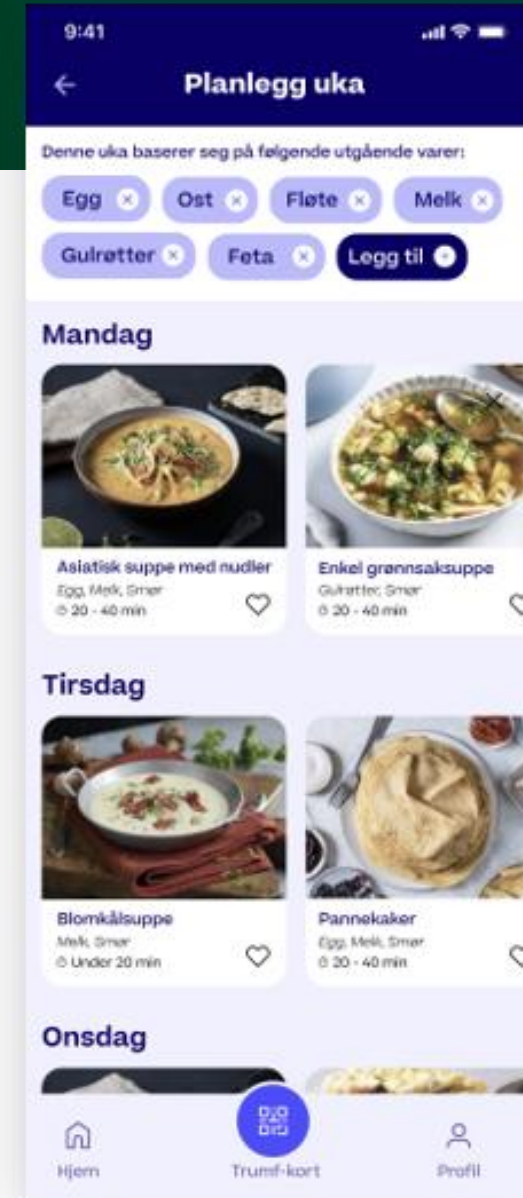
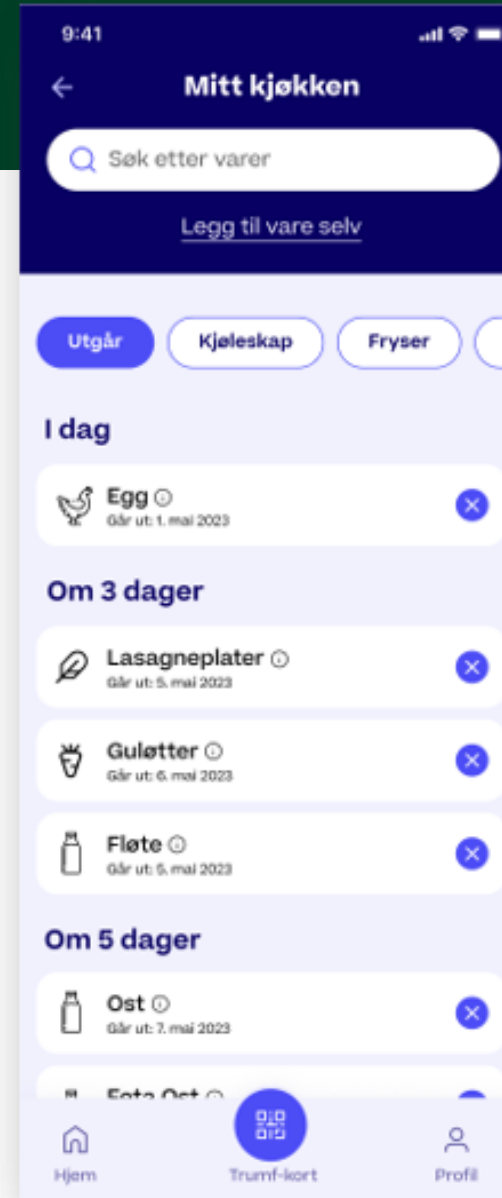


Fortløpende alle FM sildevarianter



4 pålegg-varianter

Spis opp ...



Vi har spurt 1000 personer om matsvinn og teknologi...



Oppdragsgiver: NorgesGruppen

Tema: Forbrukerundersøkelse om matsvinn og bruk av teknologi

INFACT

Noen funn bekreftet eksisterende innsikt

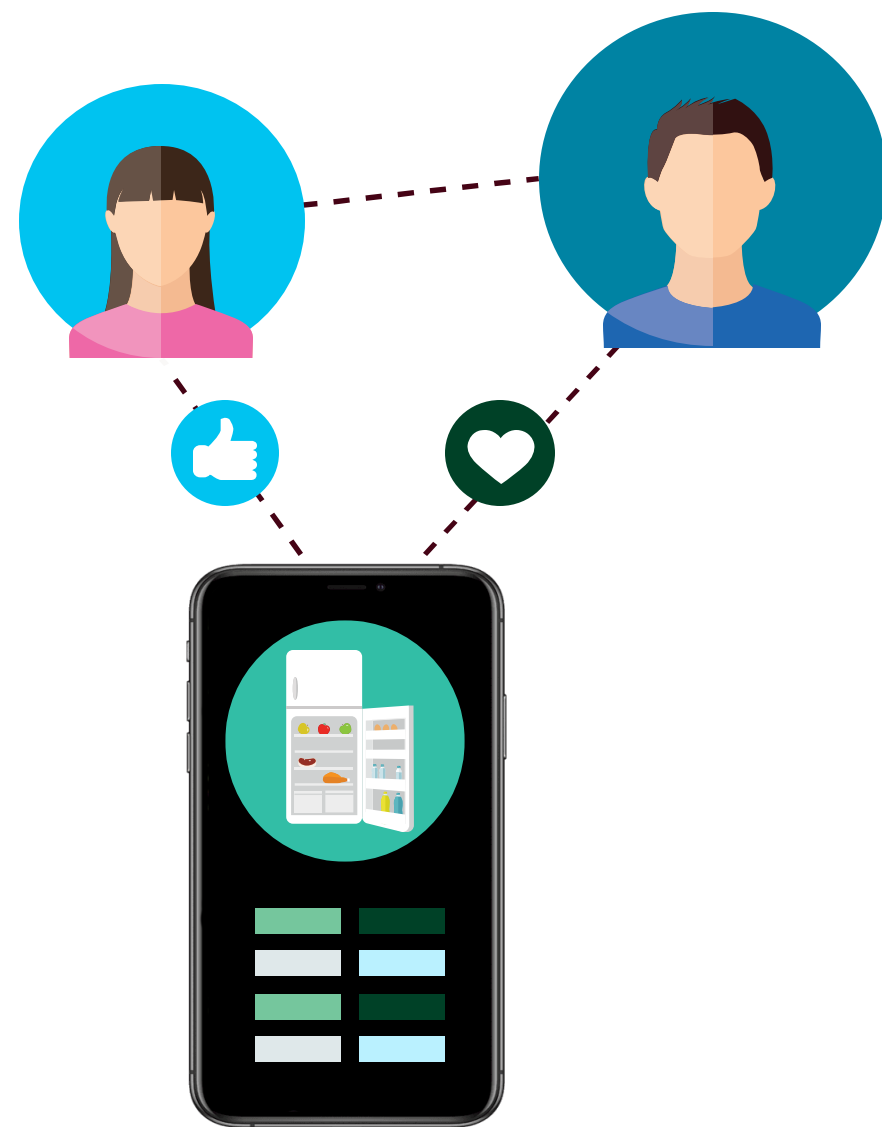
- Over halvparten av de spurte kaster mat daglig eller ukentlig.
- 65 prosent av alle respondenter er medlem av et lojalitetsprogram.
- De over 65 år uttrykker generelt mer negativitet til push-varslar på telefon og app med oversikt over kjøleskapet.



Yngre er mer positive enn de eldre

Mens andre kan bidra til å koble matsvinn og teknologi tettere sammen

- Om lag 4 av 10 i alderen 18-44 år ønsker å få:
 - et push-valet på varer i kjøleskapet som holder på å gå ut på dato.
 - oversikt over varer i kjøleskapet i en app fra en av dagligvarekjedene.
- Blant de som ønsker varsel er det likt fordel mellom de som ønsker daglig og ukentlig.
- Dersom appen fra en av dagligvarekjedene kunne gitt forslag til middagsretter basert på hva du har i kjøleskapet:
 - 6 av 10 mellom 18-44 år vil ha det
 - 3 av 10 mellom 45-64 år



Program

- 13.30 Velkommen til Plastløftet**
Johannes Daae, utviklingssjef i Grønt Punkt Norge
- 13.40 Utviklingen i matsvinnet**
Aina Elstad Stensgård, forsker ved NORSUS
- 13.50 Design for gjenvinning og bruk av resirkulert plast vs matkvalitet. En delikat balanse?**
Marit Kvalvåg Pettersen, seniorforsker ved Nofima
- 14.10 Holdninger til plastemballasje og holdbarhet**
Anne-Grete Haugen, daglig leder i Matvett
- 14.30 Hvordan vi økte holdbarheten på kyllingen vår**
Solfrid Bjørkøy, kvalitetsleder Norsk Kylling
- 14.40 2D-koder - muligheter og utfordringer for næringsmiddelindustrien**
Terje Menkerud, seniorrådgiver datafangst i GS1
- 14.50 Eksempel på bruk av 2D-koder**
Signe Bunkholt Sæter, bærekraftsdirektør i NorgesGruppen
- 14.55 Spørsmål og svar**