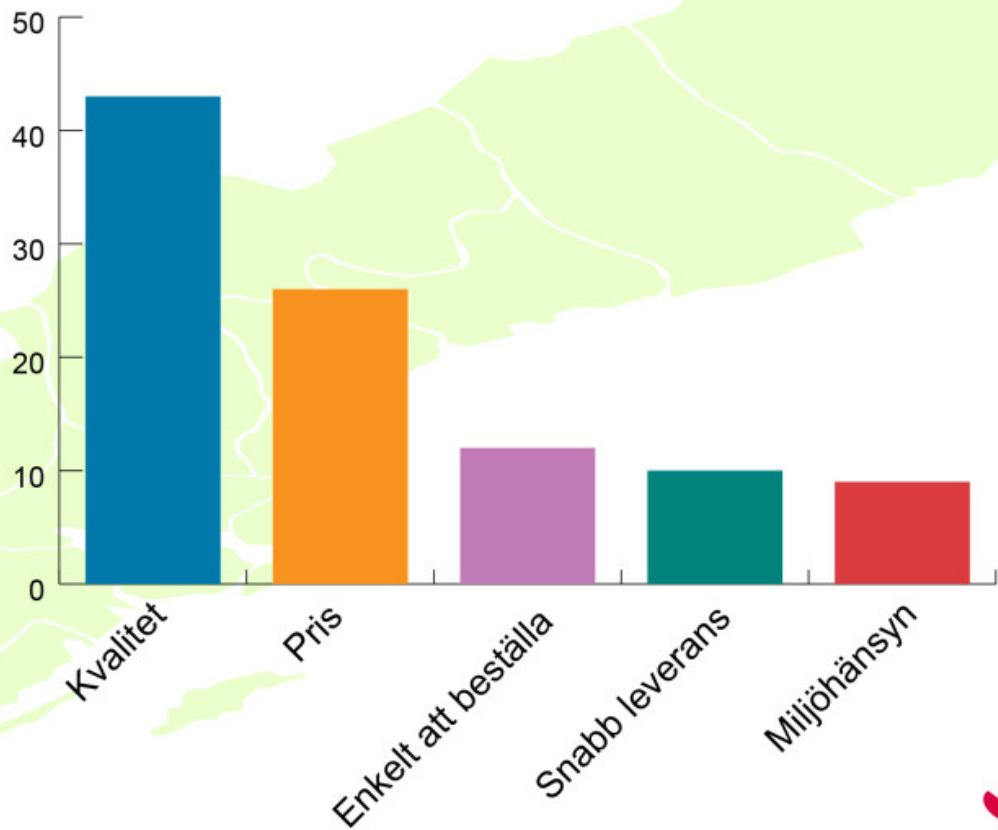


Vismas Affärsbarometer

Rangordning av fem viktiga kriterier som företagen tar ställning till i samband med inköp



2014-11-28 13:30 CET

Konsumenterna väljer miljöanpassat – företagen tvekar

I Sverige ökar utbudet av ekologiska och miljöanpassade varor mer än i alla andra länder. Men bara på konsumentsidan. När företagen gör sina inköp vinner fortfarande pris över miljö. Det visar Vismas Affärsbarometer, som bygger på en enkät bland små och medelstora företag.

– De senaste åren har vi kunnat följa en mycket snabb förändring i konsumentledet. Ökad efterfrågan har sänkt priserna på miljösortimentet i matbutikerna. Vi skulle kunna få en motsvarande utveckling på företagsområdet om fler leverantörer ser de stora möjligheter som finns,

säger Henrik Salwén, vd för Visma Advantage som svarat för undersökningen.

Stort men avvaktande miljöintresse

Vismas senaste Affärsbarometer visar att nästan fyra av tio företagare, 38 procent, väger in miljöaspekterna när de tar beslut om sina inköp. Det är ett par procentenheter mer än i våras och i motsvarande undersökning för ett år sedan.

Om det fanns miljöanpassade produkter till bättre priser skulle sex av tio, 60 procent, ta större miljöhänsyn än de redan gör. Andelen ligger i nivå med tidigare mätningar.

– De små och medelstora företagen utgör 98 procent av Sveriges näringsliv. Det gör dem till viktiga aktörer i miljöarbetet. Att dessa företag väljer bort ett miljövänligt sortiment för att priserna är för höga är ett problem, men samtidigt en stor möjlighet för framsynta leverantörer, säger Henrik Salwén.

Matbutikerna är föregångare

I livsmedelshandeln finns många exempel på stora och små butikskedjor som ökat sin försäljning av ekoprodukter genom att sänka priserna. Effekten är inte enbart mer försäljning och fler nöjda kunder utan också ökade nettointäkter.

– En undersökning från miljömärkningen Svanen tidigare i år visar att sju av tio konsumenter anser att det är viktigt att butikerna erbjuder ett brett sortiment av miljömärkta och ekologiska produkter. Frukt och grönsaker är exempel på varor som framgångsrikt prismatchats mot efterfrågan, säger Henrik Salwén.

Miljögifter viktigare än klimatpåverkan

Undersökningen visar vidare att miljöfrågorna bedöms ur flera aspekter. Klimatpåverkan, energieffektivitet och förekomsten av miljögifter engagerar.

Sex av tio företag, 63 procent, svarar att de tar hänsyn till utsläpp av växthusgaser i samband med inköp. Nästan lika många, 60 procent, uppger att energieffektivitet vägs in vid inköpsbesluten. 76 procent anser att förekomsten av miljögifter som kan kopplas till produkterna är viktig att beakta.

Vismas Affärsbarometer bygger på en enkät som skickades ut till små och medelstora företag i Sverige under perioden 6-16 oktober 2014. Enkäten besvarades av 1 000 företag. Detta är åttonde gången barometern tas fram. Den bifogade grafiken visar hur synen på miljöfrågorna har bedömts vid de senaste undersökningstillfällena. Undersökningen presenteras i detalj på www.visma.se/affarsbarometer.

Bifogat dokument: Pdf med undersökningen i tabeller och grafik.

För mer information, kontakta

Henrik Salwén, vd för Visma Advantage AB, 0708-16 66 11,
henrik.salwen@visma.se

Visma gör verksamheter mer effektiva, genom att leverera programvara, outsourcingtjänster, inköpslösningar, inkassotjänster, butiksdatalösningar samt IT-relaterad utveckling och konsultverksamhet. Vi förenklar och automatiserar verksamhetsprocesser både inom privat och offentlig sektor. 340 000 nordeuropeiska kunder använder våra produkter och tjänster, och ytterligare 330 000 använder oss som hostingpartner. Vi är 5 600 anställda och omsatte 6 500 miljoner norska kronor 2013.

Kontaktpersoner



Johanna Stier

Presskontakt

Head of PR and Communications at Visma Sverige

johanna.stier@visma.com

0730-56 17 69