

Gå efter god kemi

En kampagne om sikker kemi på nettet
fra Miljøstyrelsen

5. - 25. nov. 2019

Funktionsleder Elisabeth Paludan
Miljøstyrelsen
Oktober 2019



Gå efter
god kemi



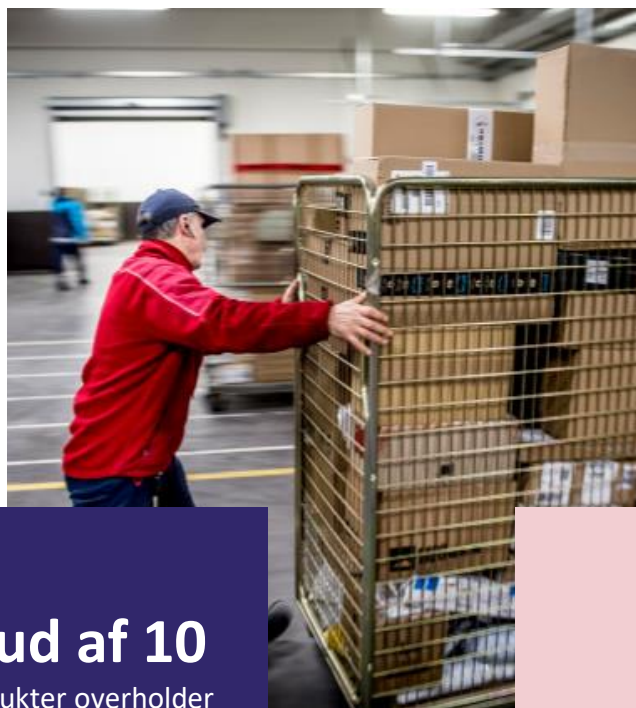
Baggrund

KORT FORTALT



Situationen

E-handel i Danmark



8 ud af 10

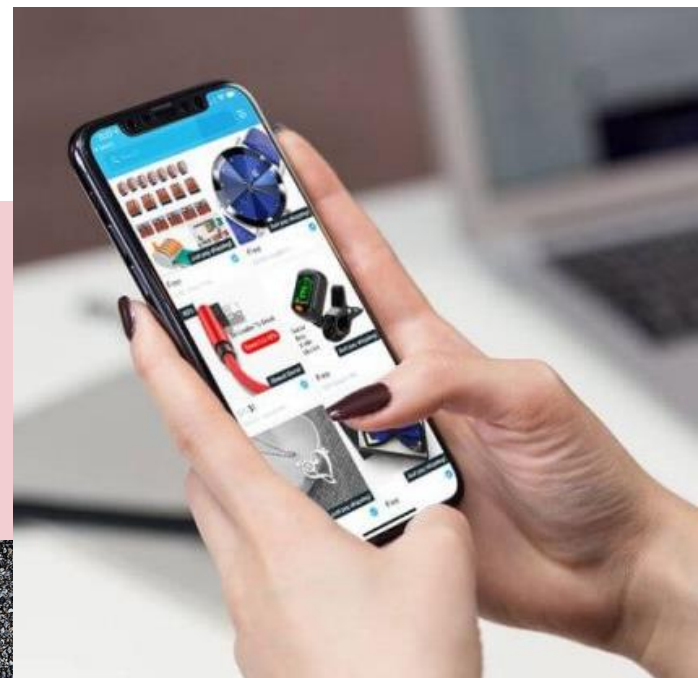
produkter overholder ikke de krævede produkt-oplysninger.

75.000

varer passerer den danske grænse hver dag. 43.000 af disse kommer fra Kina.

84%

af danskerne e-handler.

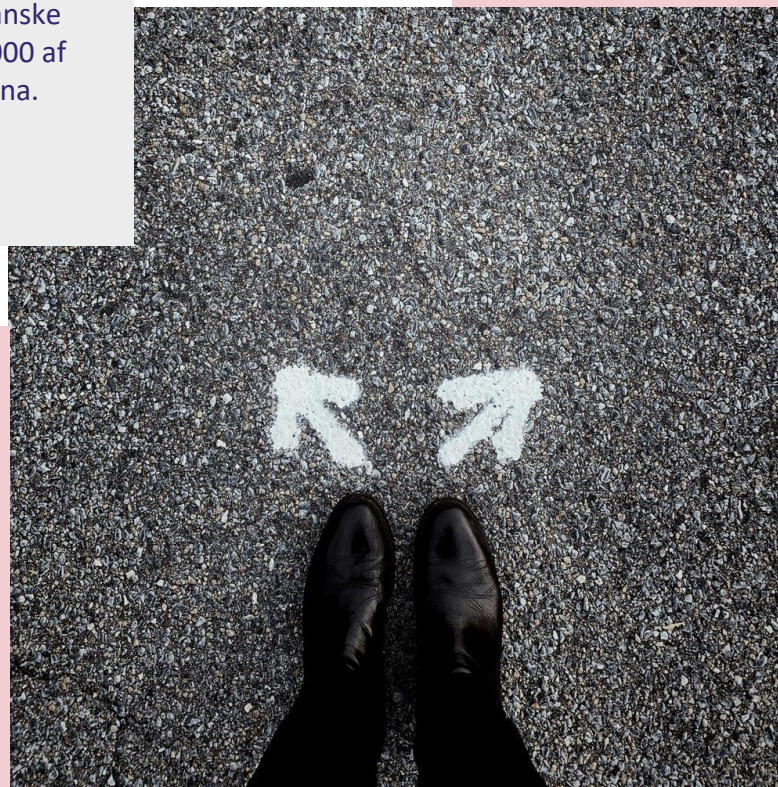


Ny lov

Europa-Parlamentet har vedtaget en ny lov, som bl.a. giver myndighederne bedre muligheder for at kontrollere farlige produkter. Men det er svært at kontrollere, og der er et øget behov for at forbrugerne tager ansvar og e-handler bevidst.

Prisen udfordrer

Meget billige priser, bagatelgrænsen og billig fragt gør udenlandske varer attraktive.



Gå efter
god kemi





- I EU er der regler og lovgivning vedr. kemiindhold i produkter handlet nettet, samt oplysningspligt så handlen af varer er gennemskuelige.
- Disse regler og love, gælder dog ikke for webshops uden for EU, og derfor er den store udfordring, at gøre opmærksom på de risici der kan være, ved e-handle via webshops uden for EU.
- Selvom Miljøstyrelsen ikke kan sige generelt, at der er større risiko ved at købe produkter på hjemmesider uden for EU, så er der undersøgelser, der indikerer det.
-



- Bekymring over, at forbrugerne ikke er bevidste om, at beskyttelsesniveauet er et andet, hvis de handler online på internetsider, der ikke markedsfører sig i EU.
- Derfor vil Miljøstyrelsen med kampagnen ”Gå efter god kemi” hjælpe børnefamilier med at undgå farlig kemi, når de handler på nettet, **især på hjemmesider udenfor EU.**

Kampagnen er udviklet i dialog med



Miljø- og Fødevareministeriet
Miljøstyrelsen

Miljømærkning
Danmark



Dansk Industri

DANSK
ERHVERV

Plastindustrien.
Brancheforeningen for danske plastvirksomheder



Fagligt Fælles Forbund

FDIH STYRKER
DANSK
E-HANDEL

CeHoS
Informationsdag 2019



Astma-Allergi
Danmark



Danmarks Farve- og Limindustri



Dansk Vask, Kosmetik-
og Husholdningsindustri
En del af DI



Miljø- og Fødevareministeriet
Fødevarestyrelsen

Legebranchen – LEG.

Forbrugerrådet
Tænk

Gå efter
god kemi



Kampagnen

KORT FORTALT

Køber du
**plejeprodukter
til dine børn**
på nettet?



Så skal du
være **ekstra
opmærksom**
på skadelig
kemi

Gå efter
god kemi



 Miljø- og Fødevareministeriet
Miljøstyrelsen

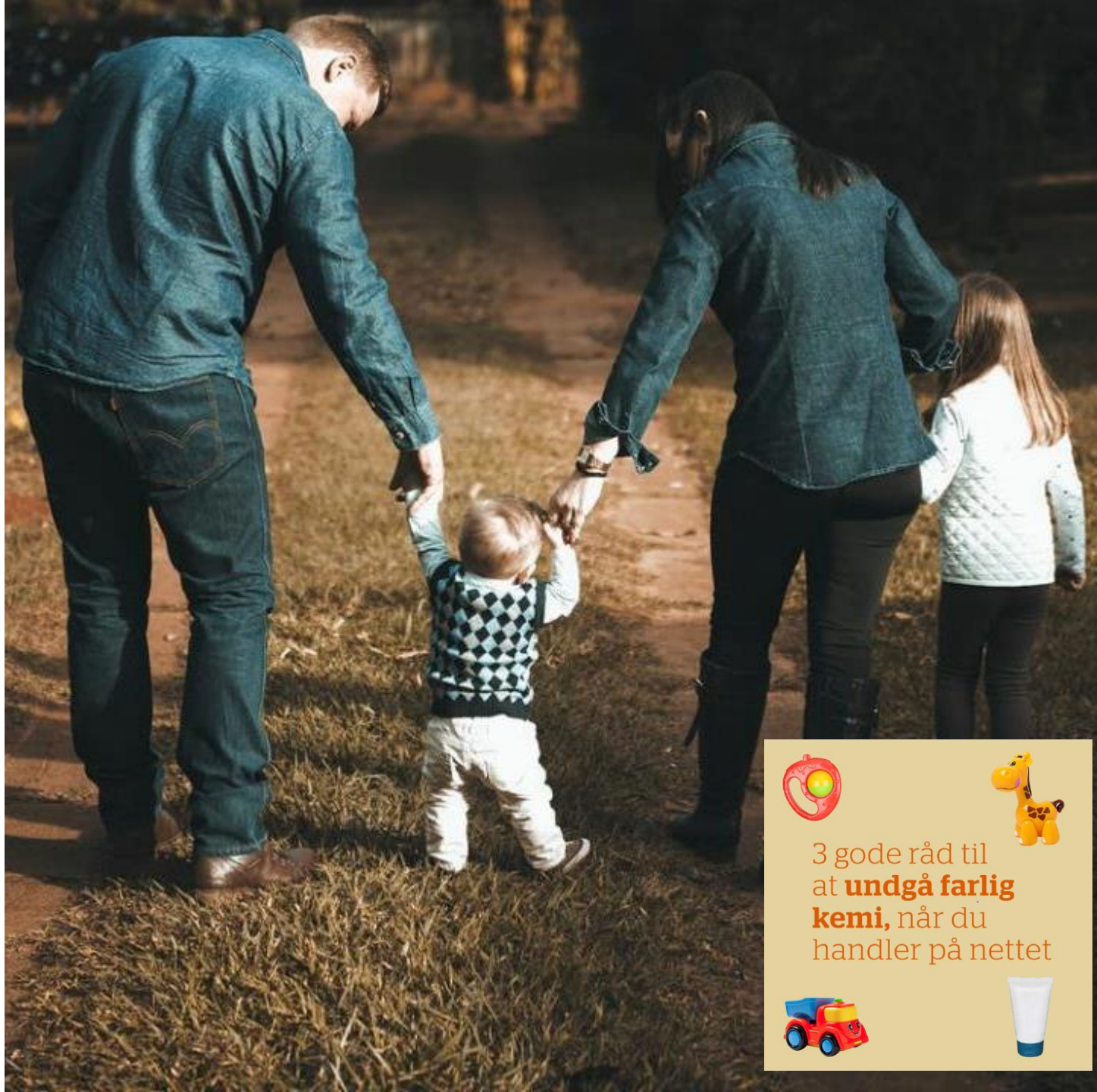
Målgruppen

- Forældre med mindre børn

Dansk Erhverv har undersøgt danskernes vaner på nettet:

Børnefamilier med børn i alderen 3-12, er den gruppe, der bekymrer sig mindst om produktsikkerhed på nettet.

Samtidig er de den gruppe, der handler mest på den udenlandske webshop WISH.



3 gode råd til
at **undgå farlig
kemi**, når du
handler på nettet



Målgruppen

- Forældre med mindre børn

Mange tror, at udenlandske hjemmesider skal overholde EU's krav til kemiindhold.

De tror også, at myndighederne kontrollerer varerne.

Der er derfor behov for viden og konkrete råd.



#Gæftergodkemi



Hvordan guider vi forældrene

Forældre skal undgå farlig kemi, når de handler på nettet. Derfor er det vigtigt, at vi giver dem nogle konkrete råd, som de nemt kan navigere i.

De udvalgte råd er:

- Tjek, hvilket land varen bliver sendt fra. Er det indenfor EU er du beskyttet af EU's kemiregler.
- Tjek sælgeren – kan du finde telefonnummer, mail, adresse, navn?
- Drop købet, hvis prisen er for god til at være sand

Og vær særligt opmærksom, når du køber:

- Legetøj til små børn
- Hudprodukter
- Badetøj og badedyr
- Legetøj i hård / blød plast

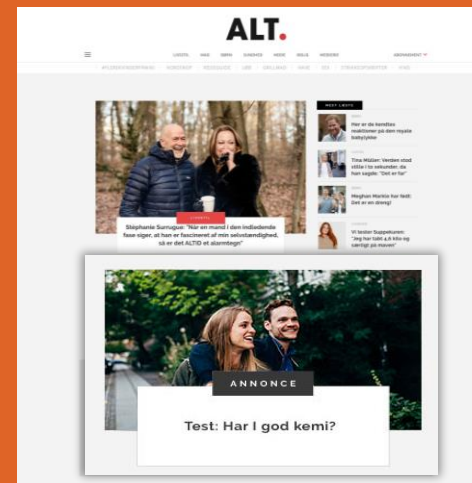
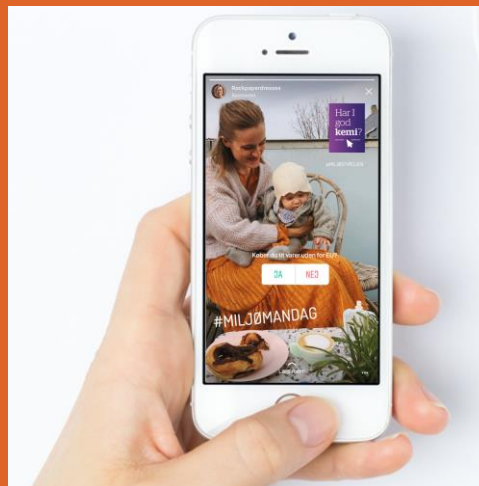


Kampagneindhold

Kampagnen udbredes primært gennem 3 store influencers + 10 mindre influencers. Dette understøttes af en digital kampagne på bl.a. sociale medier, annoncer på populære websites og artikler



Hvad betyder
god kemi
hjemme
hos jer? ____



En kampnefilm, annoncer, artikler
som inspirerer
målgrupperne til at undgå
farlig kemi på nettet

Brug af influencers, der
skaber identifikation hos
målgruppen og påvirker
deres adfærd

PR
til nationale medier, der
sikrer bred awareness om at
handle sikkert på nettet

Kommunikationspakke, der
engagerer
samarbejdspartnere og sikrer
kampagnens tyngde,
udbredelse og troværdighed

Kampagneindhold

Influencers - får kampagnens budskaber ind i en tillidsfuld kontekst hos målgrupperne

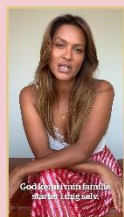


En hovedfilm
som inspirerer
målgrupperne til at undgå
farlig kemi på nettet

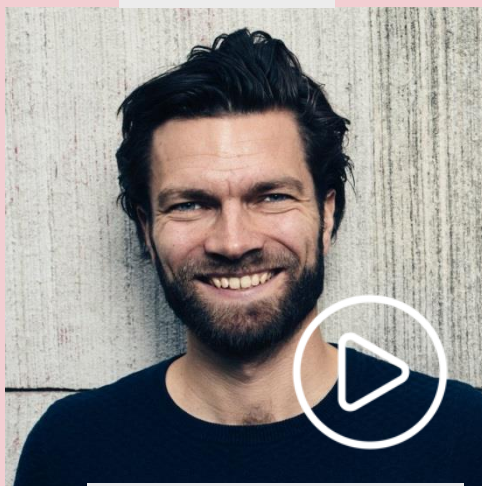
T

Formidling på profiler

SE FILM



Thomas Skov



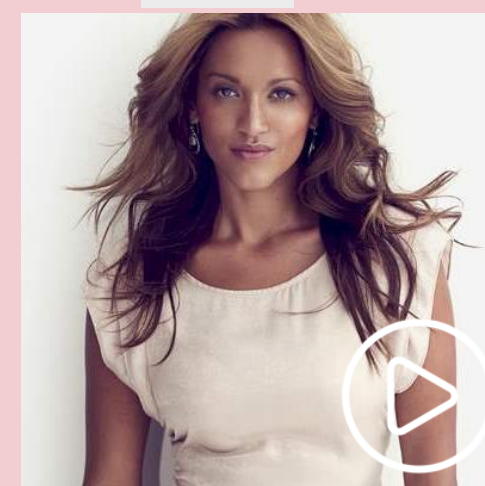
er valgt ud fra sin brede
appel i befolkningen
(både blandt mænd og
kvinder) samt relation til
arbejdet med
væsentlige
samfunds dagsordener

Mor til Mernee



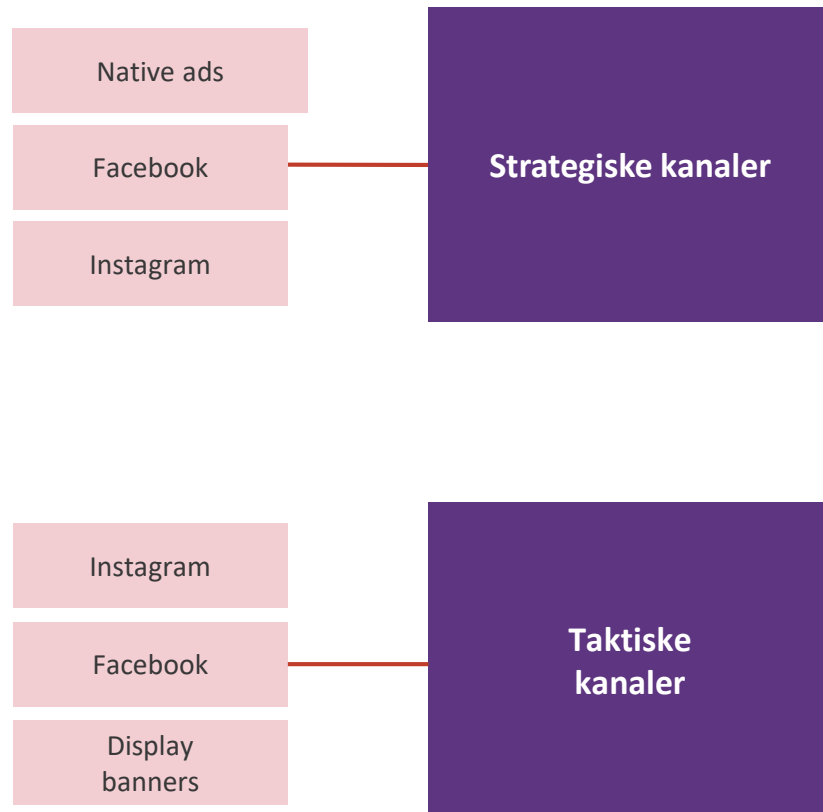
Er valgt, da hun er
engageret i en
miljødagsorden og er
geografisk forankret i
Jylland og dermed skaber
lidt større geografisk
spredning

Saseline



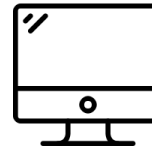
Er valgt ud fra sin profil
som engageret i en
bæredygtig dagsorden.
Hun fokuserer blandt
andet på kemi i
kosmetik og
plejeprodukter.

Sådan når vi ud!



Facebook

Som strategisk kanal skal Facebook bruges til at skabe awareness og engagement blandt den brede målgruppe.



Display banners

Bannerannoncer skal segmenteres og matches op med målgruppens medievaner.



Instagram

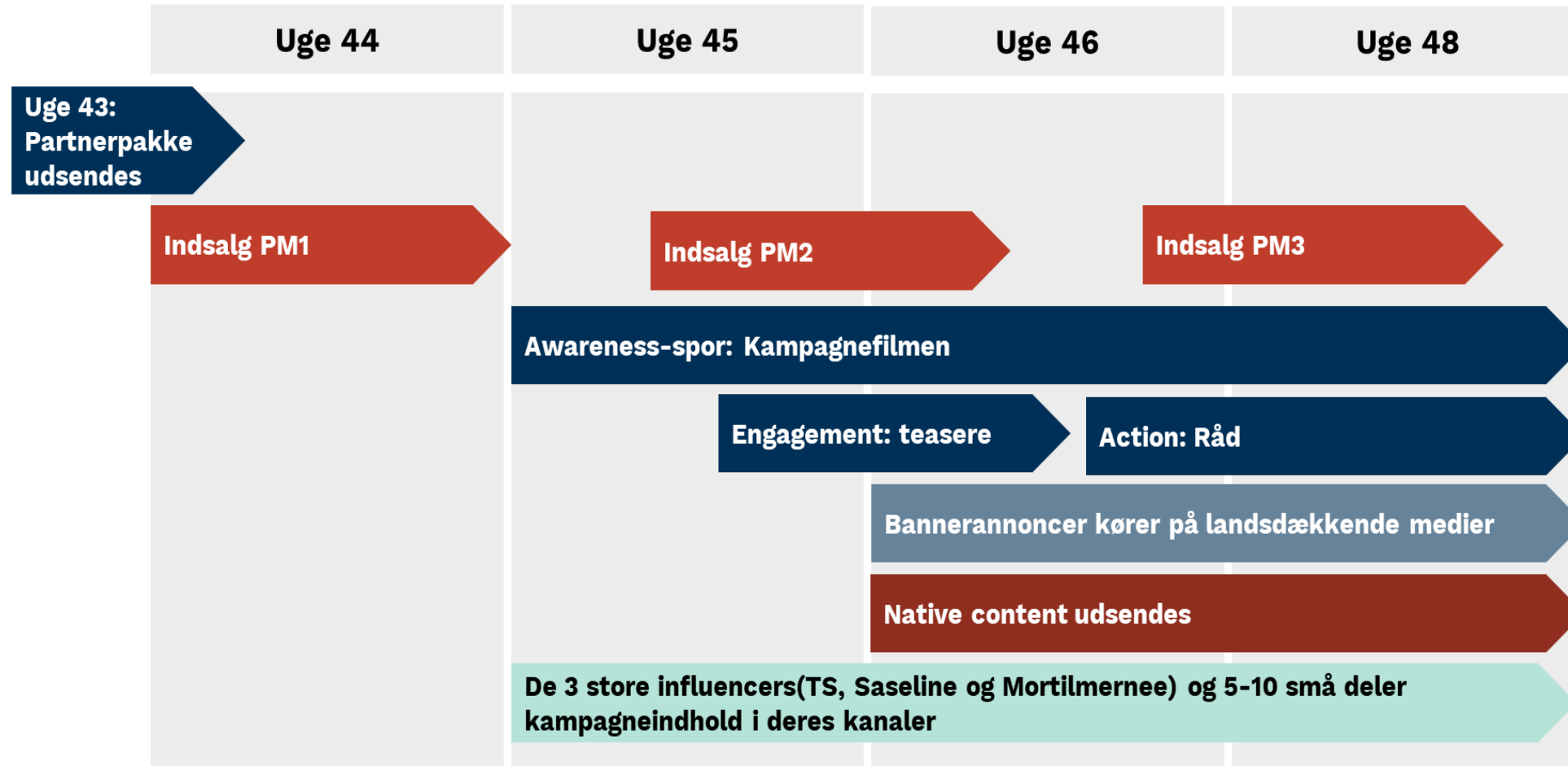
Instagram er en kanal i kraftig vækst og et af de medier, hvor den danske befolkning og mange målgrupper engagerer sig. Målgruppen er særligt aktive i både post og stories-formatet.



Annoncer i udvalgte blade

Native ads bruges på sites hvor vi ved at målgruppen normalt er inde og tjekke quiz og tests og læse om råd til børn, parforhold, hvad man skal lave med sine børn i weekenden.

Tidsplan



Miljøstyrelsen arbejder med indsamling af yderligere viden om kemi og e-handel

- Flere produkter inddrages bla i Forbrugerundersøgelser
 - søger også at sammenligne med fund i produkter fra danske virksomheder
- Kontrolindsatsen afventer også bedre hjemmel/lovgivning fra EU

**Kommentarer og
spørsmål?**