



Om frukt og grønt

Rapport, november 2021

Tore Angelsen

10.02.2022

Om undersøkelsen

Utvalget består av et vektet landsrepresentativt utvalg av personer 18 år og eldre.

Norstat har vært ansvarlig for gjennomføring av feltarbeidet.

Metode: Bruk av panel på Internett

Feltperiode: 1.11 til 12.11 2021 (4.11 til 20.11 – 2019)

Utvalg: 1500 i 2019 og 2021 (1000 i 2017)

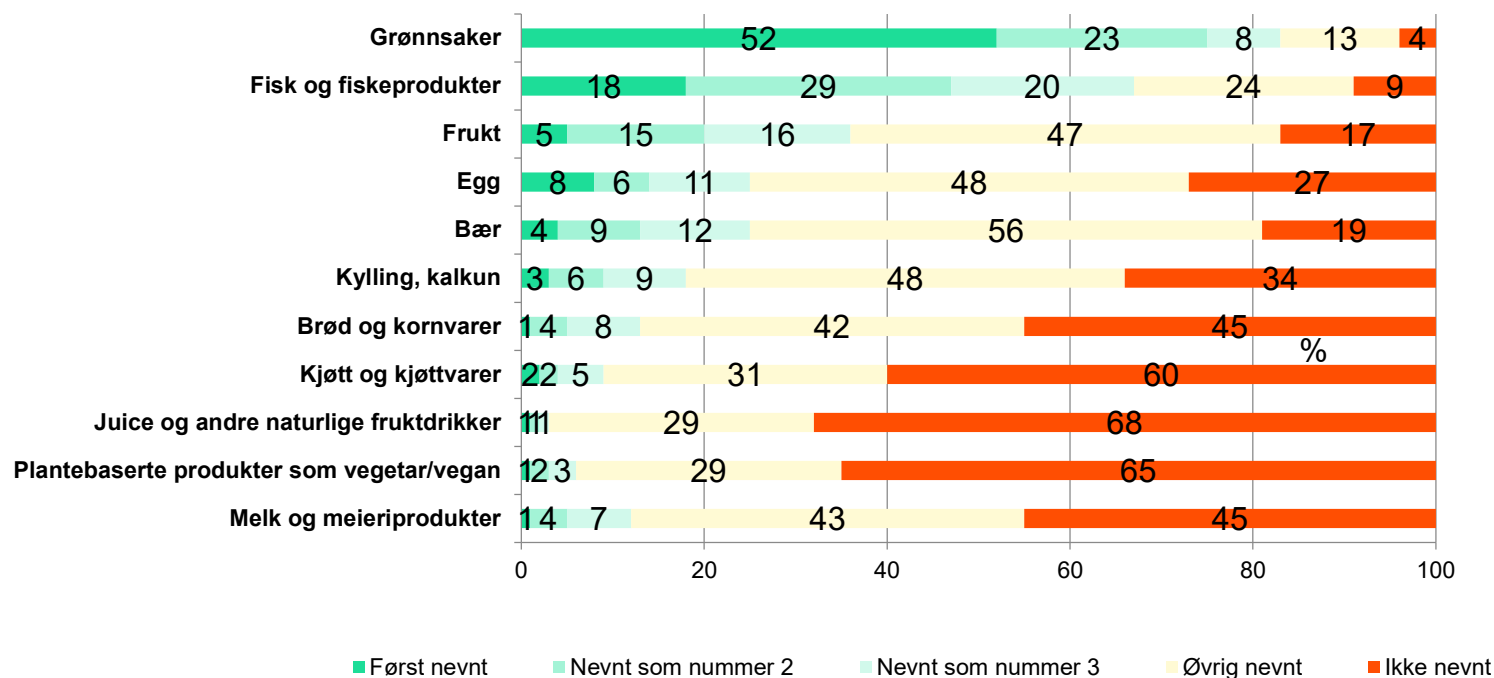
Rapport: Opplysningskontoret for frukt og grønt v/ Tore Angelsen

Oppfattelse av sunnhet



Hvilke matvarer oppfattes som sunnest

Grønnsaker og fisk er de produktgruppene som klart flest folk tenker på som sunne. Egg har økt i oppfattet sunnhet nevnt blant de tre første: fra 10 % i 2015 til 25 % i 2019, noe som opprettholdes i 2021.

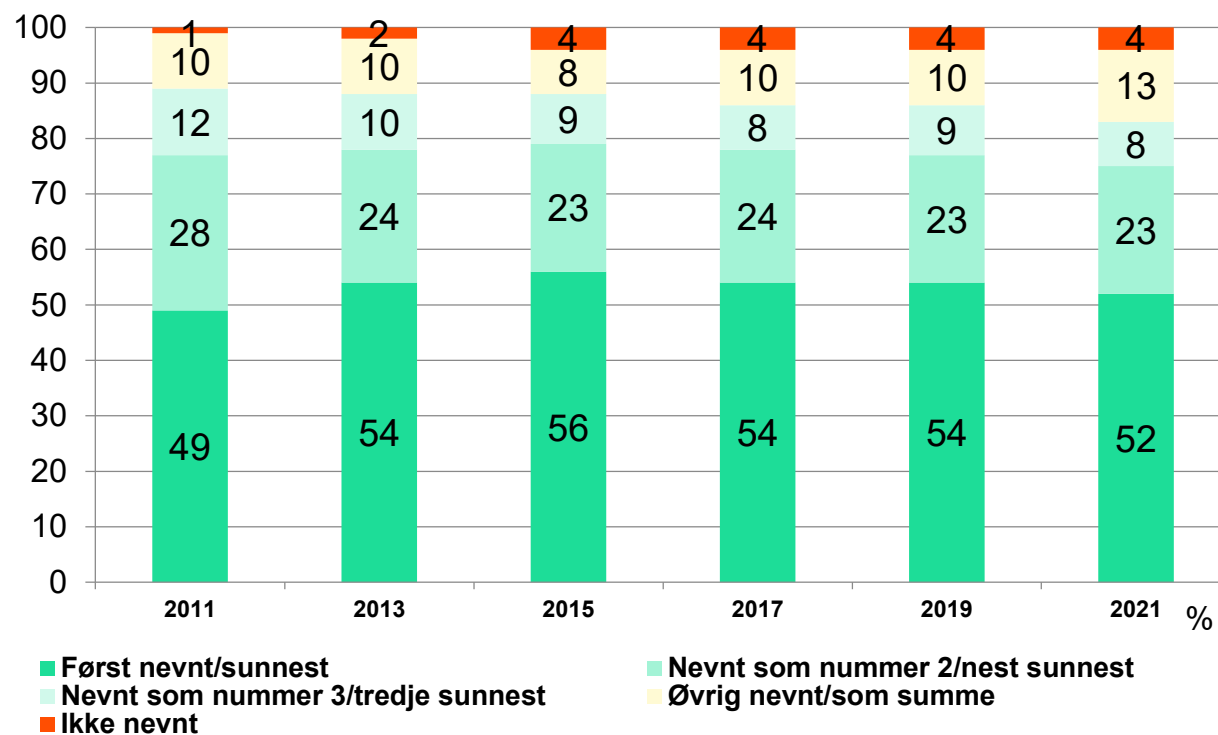


Spm: Hvilke typer matvarer eller produktgrupper tenker du på som aller sunnest, nest sunnest, tredje sunnest og sunne?
Utvalg: 1501

%

Grønnsaker over tid

Grønnsaker har holdt sin posisjon som den sunneste matvaren over tid



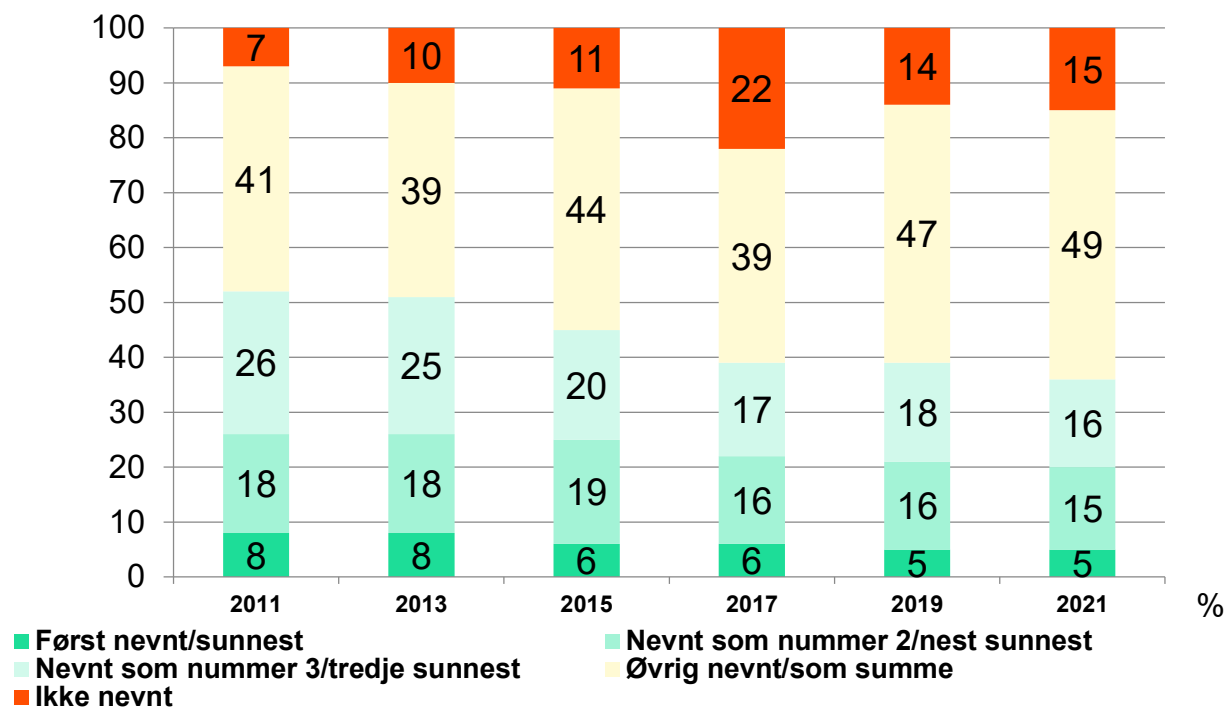
Spm: Hvilke typer matvarer eller produktgrupper tenker du på som aller sunnest, nest sunnest, tredje sunnest og sunne?

Utvalg: 1508

%

Frukt over tid

Over tid er det færre som nevner frukt helt på topp som sunt. Men frukt er nevnt av flere totalt sett som sunt fra **2017 til 2021**, fra 78 % til 85 %.



Spm: Hvilke typer matvarer eller produktgrupper tenker du på som aller sunnest, nest sunnest, tredje sunnest og sunne?
Utvalg: 1508

%

Drivere



Viktigste drivere for fersk potet

Regresjonsanalyse

Det at ferske poteter oppfattes som en naturlig del av et moderne kosthold og en moderne livsstil er viktigste driver for å være positiv til å spise ferske poteter. Andre drivere er at poteter er lettvinnt å tilberede (har økt betaverdi fra 2019), kan brukes på mange spennende måter og at en blir ikke fet av poteter. Pris har ikke lenger noen betydning (var med som påvirker i 2019)

Ferske poteter er en naturlig del av et moderne kosthold og en moderne livsstil – **Beta 0,3**

Ferske poteter er lettvinnt å tilberede Beta 0,16

Man blir ikke fet av å spise ferske poteter – Beta 0,17

Ferske poteter kan man tilberede på mange spennende måter slik at de passer til mange forskjellige retter – Beta 0,1

R square
= 0,33

Alt i alt, hvor positiv eller negativ er du til å spise ferske poteter

R square på 0,33 viser en relativt god forklaringskraft. Stepwise metode. Modellen er sjekket for collinearitet.
Utvalg 1250 (har svart på alle spørsmål i modellen)
Ekskluderte variabler: **Ferske poteter er hurtig å tilberede, Det er mange sorter ferske poteter å velge mellom som passer i ulike sammenhenger, Det er vanskelig å koke poteter passe lenge, Jeg ser ikke på prisen når jeg handler poteter.**

Feltarbeid: Norstat, november 2021 / Analyse OFG

Viktigste drivere for frisk frukt

Regresjonsanalyse

Det at frukt smaker godt er viktigste driver for å være positiv til å spise frukt. Eksempel på andre drivere er at frukt passer godt som mellommåltid, hverdagssnacks*, modernitet og at en føler seg sunn når en spiser frukt. Frukt sukker er også en faktor som påvirker om en er positiv eller negativ.

Frukt smaker godt – **Beta 0,26**

Frukt egner seg godt som mellommåltid – Beta 0,16

Jeg begrenser inntaket av frukt pga. fruktsukker – Beta -0,16 *

Frisk frukt og bær er en naturlig del av et moderne kosthold og en moderne livsstil – Beta 0,09

Frisk frukt og bær er sunn hverdagssnacks - Beta 0,11

Jeg føler meg sunn når jeg spiser frukt - Beta 0,08

R square = 0,39

Alt i alt, hvor positiv eller negativ er du til å spise frisk frukt

R square på 0,39 viser en relativt god forklaringskraft. Stepwise metode. Modellen er sjekket for collinearitet. **Utvalg 1395** (har svart på alle spørsmål i modellen) Ekskluderte variabler: **Frisk frukt passer utmerket når jeg har lyst på noe godt mellom måltidene (var med som påvirker i 2019) Jeg spiser mer frisk frukt når det er oppkuttet, Jeg ser ikke på prisen når jeg handler frukt**

Feltarbeid: Norstat, november 2019 / Analyse OFG

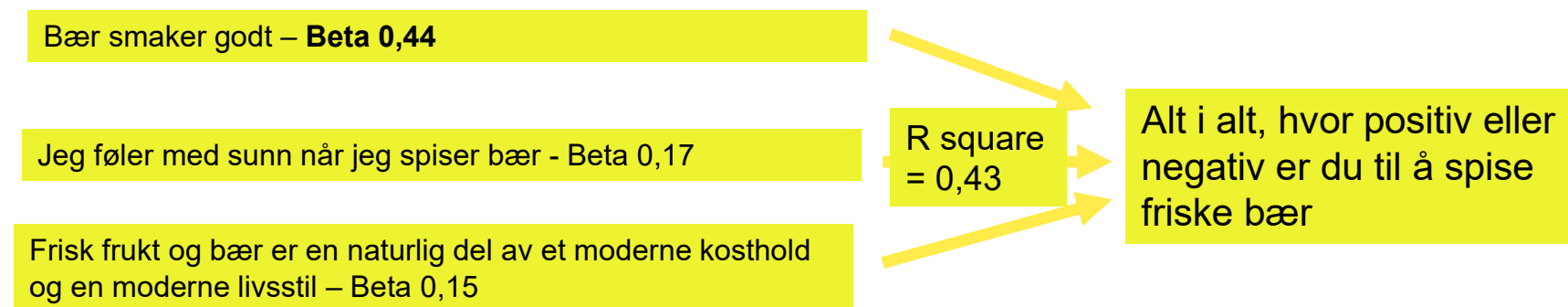
* = Ny i modellen fra 2019

* **Negativ Betaverdi:** De som er positive til å spise frukt begrenser ikke inntaket pga. fruktsukker (de er uenige utsagnet). De som er negative til å spise frukt er enig i utsagnet.

Viktigste drivere for friske bær

Regresjonsanalyse

Det at bær smaker godt er viktigste driver for å spise. Andre drivere er modernitet og at en føler seg sunn når en spiser bær .



R square på 0,43 viser en relativt god forklaringskraft. Stepwise metode. Modellen er sjekket for collinearitet. **Utvalg 1450** (har svart på alle spørsmål i modellen)
Ekskluderte variabler: Jeg ser ikke på prisen når jeg handler bær

Feltarbeid: Norstat, november 2019 / Analyse OFG

Viktigste drivere for friske grønnsaker

Regresjonsanalyse

Hvor godt en synes grønnsaker smaker er viktigste driver for å være positiv til å spise grønnsaker. Eksempler på andre drivere er at grønnsaker oppfattes som en naturlig del av et moderne kosthold, en føler seg sunn og at en er vant til det fra oppveksten. Men grønnsaker passer ikke som noe godt mellom måltidene. Pris har ikke lenger noen betydning (var med som påvirker i 2019).

Grønnsaker smaker godt – **Beta 0,20**

Friske grønnsaker er en naturlig del av et moderne kosthold og en moderne livsstil – Beta 0,18

Jeg føler med sunn når jeg spiser grønnsaker - Beta 0,15

Jeg er ikke vant til å spise friske grønnsaker fra oppveksten min. – Beta -0,11 *

Friske grønnsaker er enkelt og lett vint å tilberede - Beta 0,12

Grønnsaker gjør middagen mer spennende - Beta 0,11

Friske grønnsaker passer utmerket når jeg har lyst på noen godt mellom måltidene Beta -0,09 *

Man kan spise så mye man vil av friske grønnsaker – Beta 0,06

* = Negativ verdi på Beta på et negativt utsagn som «Jeg er ikke vant til å spise friske grønnsaker fra oppveksten min» kan forklares at de som er lite vant med grønnsaker fra oppveksten er mer negative til å spise friske grønnsaker. Negativ betaverdi på utsagnet, friske grønnsaker passer utmerket når jeg har lyst på noen godt mellom måltidene, viser nok at de som er positive til å spise grønnsaker allikevel mener det ikke passer mellom måltidene.

R square = 0,4

Alt i alt, hvor positiv eller negativ er du til å spise friske grønnsaker

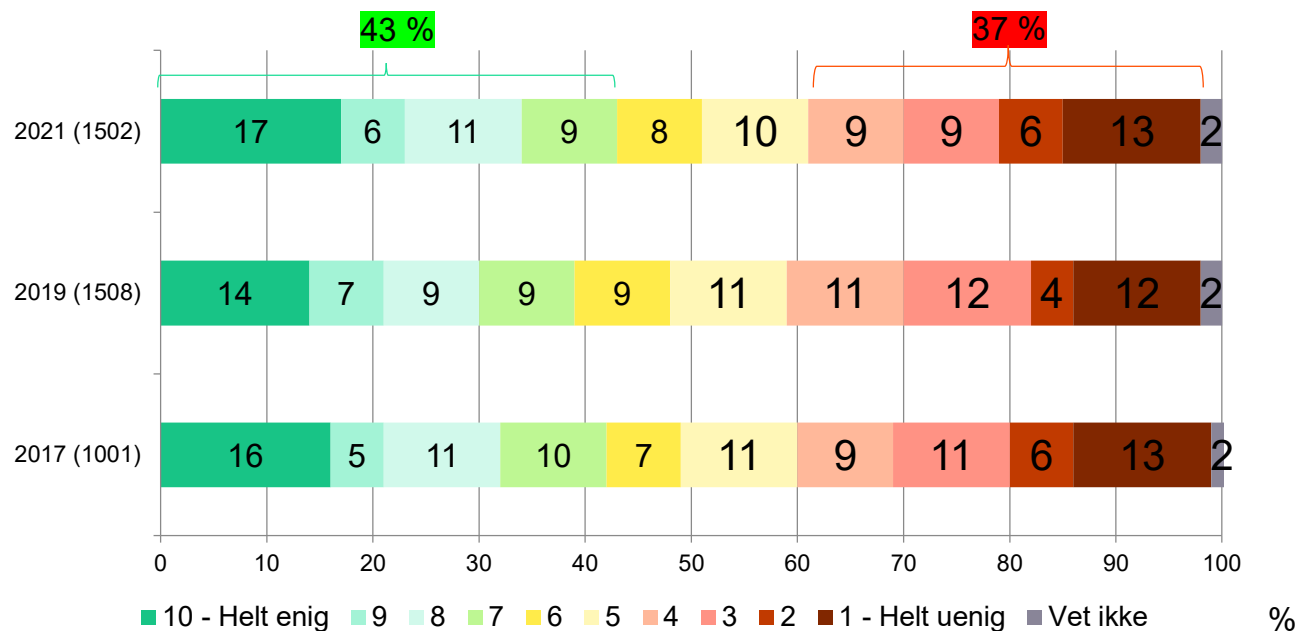
R square på 0,4 viser en relativt god forklaringskraft. Stepwise metode. Modellen er sjekket for collinearitet. **Utvalg 1360** (har svart på alle spørsmål i modellen)
Ekskluderte variabler: **Friske grønnsaker er sunn hverdagssnacks,, bidrar til rimelige middager, å spise grønnsaker til middag gir meg god samvittighet, Jeg ser ikke på prisen når jeg handler grønnsaker**
Feltarbeid: Norstat, november 2019 / Analyse OFG

Om prisens betydning



Pris og poteter

Det er flere som ikke er opptatt av pris når de handler poteter i 2021 sammenliknet med 2019, fra 39 % til 43 % (fra 10 til 7 på skalaen). *



Prisens betydning blir mindre med alder (2021 tall, svart fra 10-7):

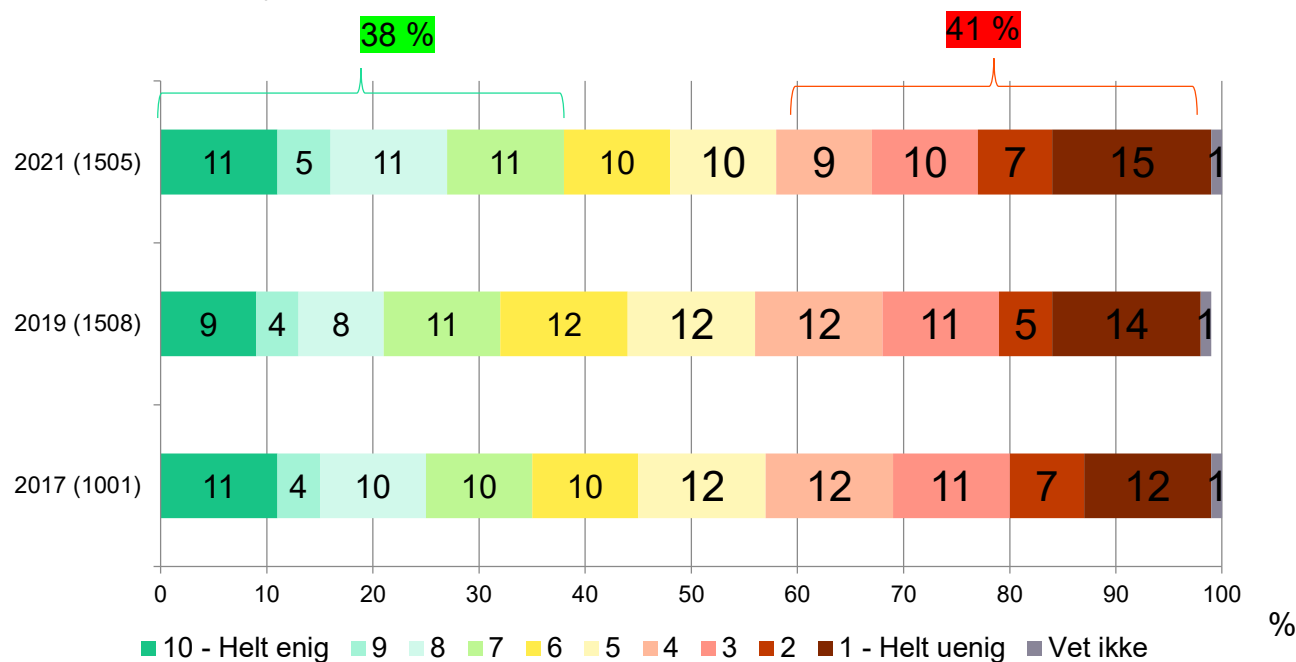
- 15-24 år: 24 %
- 25-39 år: 37 %
- 40-59 år: 46 %
- 60 år+: 55 %

Spm: Jeg ser ikke på prisen når jeg handler poteter
Utvalg: 1508

* = Signifikant økning, 5 % nivå

Pris og frukt

Det er flere som ikke er opptatt av pris når de handler frukt i 2021 sammenliknet med 2019, fra 32 % til 38 % (fra 10 til 7 på skalaen). *



Prisens betydning blir mindre med alder (2021 tall, svart fra 10-7):

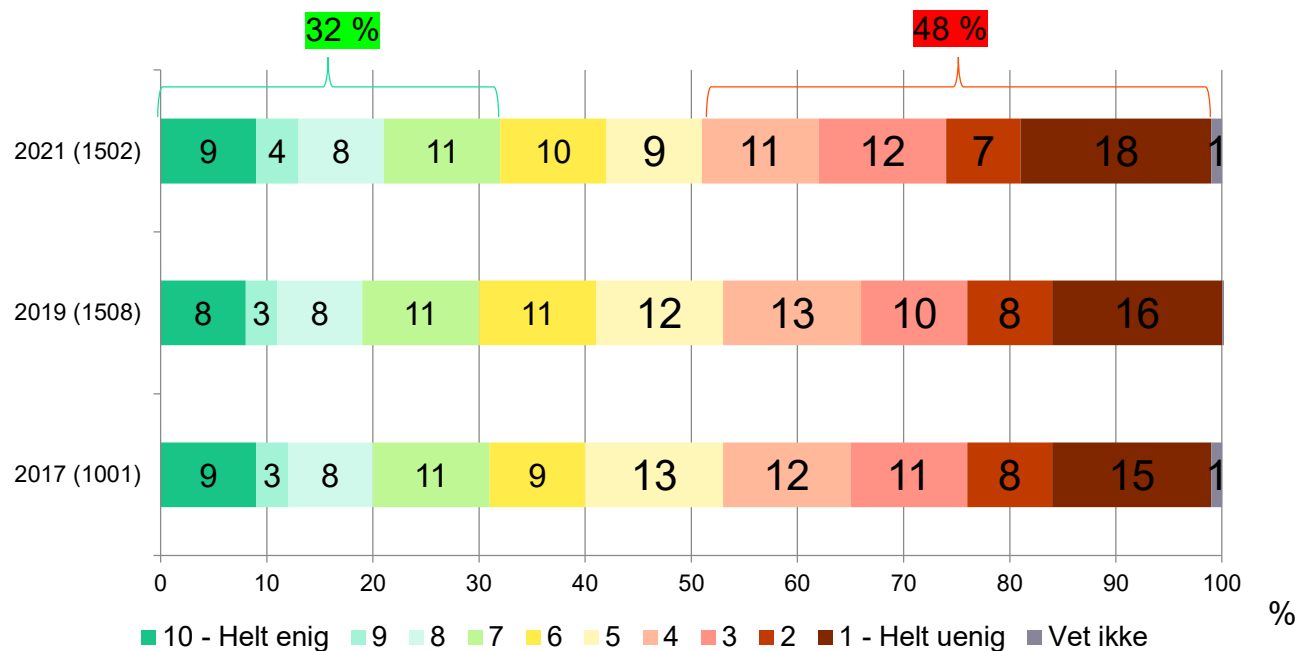
- 15-24 år: 23 %
- 25-39 år: 36 %
- 40-59 år: 41 %
- 60 år+: 45 %

Spm: Jeg ser ikke på prisen når jeg handler frukt
Utvalg: 1508

* = Signifikant økning, 1 % nivå

Pris og bær

32 % (svart fra 7 til 10) ser ikke på prisen når de handler bær. **Nesten halvparten (48 %) er opptatt av pris**, dvs. uenig i utsagnet, (svart fra 1-4).



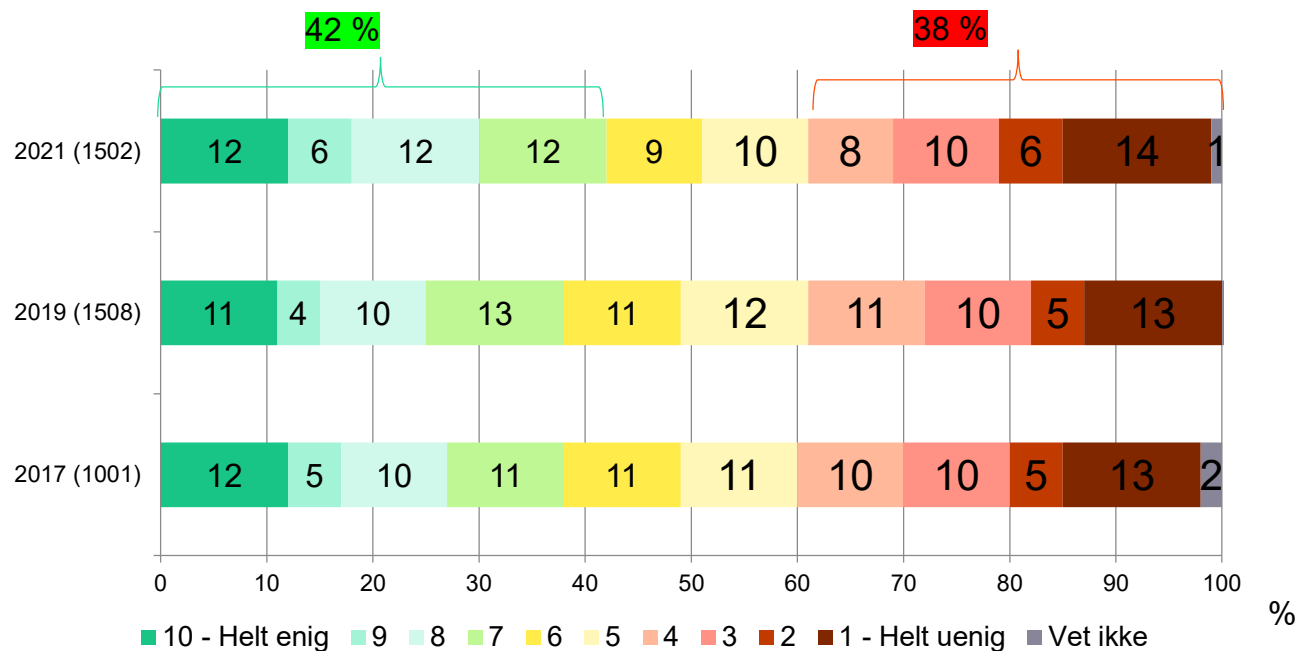
Prisen betyr mer for yngre aldersgrupper, (2021 tall, svart fra 1-4):

- 15-24 år: 62 %
- 25-39 år: 56 %
- 40-59 år: 46 %
- 60 år+: 36 %

Spm: Jeg ser ikke på prisen når jeg handler bær
Utvalg: 1508

Pris og grønnsaker

Det er flere som ikke er opptatt av pris når de handler grønnsaker i 2021 sammenliknet med 2019, fra 38 % til 42 % (fra 10 til 7 på skalaen). *



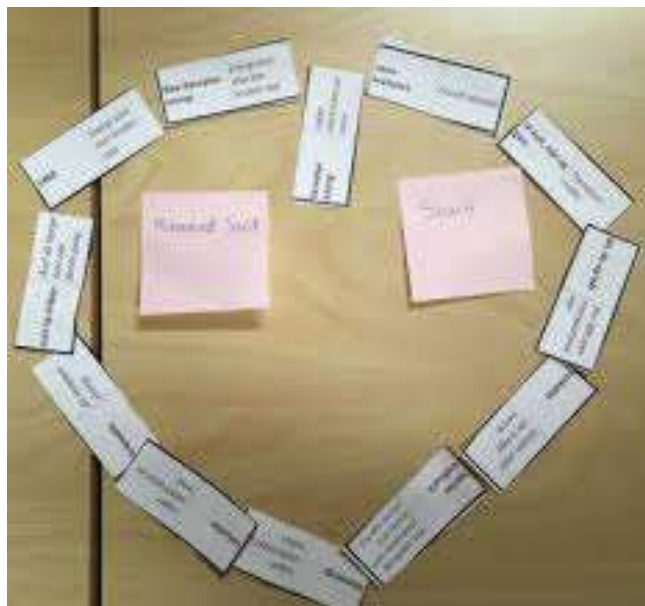
Prisens betydning blir mindre med alder (2021 tall, svart fra 10-7):

- 15-24 år: 24 %
- 25-39 år: 38 %
- 40-59 år: 45 %
- 60 år+: 50 %

Spm: Jeg ser ikke på prisen når jeg handler grønnsaker
 Utvalg: 1508

* = Signifikant økning, 5 % nivå

Oppsummering



Oppsummering - poteter

- Oppfattelsen av at ferske poteter er en del av et moderne kosthold og livsstil er viktigste driver. I tillegg er lettvintheten med å tilberede og at poteter kan tilberedes på mange spennende måter viktige drivere for å spise poteter.
- Selv om relativt mange svarer at de ser på prisen når de handler poteter kommer ikke pris opp som en driver for å være positive til å spise poteter. Det er altså ikke pris, men de andre nevnte faktorene som er de viktigste for at forbrukerne skal være positive eller negative til å spise poteter.



Oppsummering – frukt, bær og grønnsaker.

- Både for frisk frukt og friske bær er god smak den klart viktigste driver. Det at frisk frukt og friske bær oppfattes som en naturlig del av et moderne kosthold og en moderne livsstil er også noe som påvirker forbrukerens positivitet.
- For frisk frukt er mellommåltid den viktigste driver, men ikke for friske grønnsaker. Selv de som er positive til å spise grønnsaker mener det ikke passer mellom måltidene. De viktige driverne for grønnsaker er smak, moderne kosthold, sunnhet og lett vint å tilberede.
- På direkte spørsmål er det naturlig nok flest som ser på prisen på bær når de handler, sammenliknet med frukt, poteter og grønnsaker. Men likt som poteter kommer ikke pris opp som en driver for å være positiv eller negativ til å spise hverken frukt, bær eller grønnsaker.



Innspill/anbefalinger

- En mulighet er å posisjonere ferske poteter, frisk frukt, friske bær og friske grønnsaker med utgangspunkt i de viktigste driverne. På den måten kan en forsterke det som allerede bidrar til positivitet til forbruk.
- Ferske poteter kan videreføre mye av det som er påbegynt når det gjelder modernitet og bruk i nye og spennende retter. Det kan kombineres med pakninger hvor poteter i ulike størrelser/kvaliteter blir profilert mot spesifikke tilberedninger/retter.
- For frisk frukt er det helt klart, det er mellommåltid som driver forbruket. Her har frisk frukt sterk konkurranse fra alternativer som sjokolade, boller, energibarer og andre mer usunne alternativer. Et etterlatt inntrykk som **en sunn og moderne snack mellom måltidene** peker seg ut som en kraftig posisjon.
- Friske grønnsaker har en helt annen typer driver. Det er ikke mellommåltid som bidrar til positivitet for å spise grønnsaker, men en bør heller ta tak i alle dagens måltider: frokost og aller mest lunsj og middag. Undersøkelsen 5 a day Europe viser at grønnsaker i Norge blir spist klart mest til middag, men også her er det mange forbrukere som kan øke andelen grønnsaker/salat på tallerkenen.
- Friske bær kan kommunisere på de viktigste driverne smak og sunnhet.