



Matsvinn och livsmedelsförpackningar

Livsmedelsföretagen

Kontakt: Patrik Strömer
Kontakt Novus: Mats Elzén
Datum: 15 juni 2018



LIVSMEDELSFÖRETAGEN

The Swedish Food Federation

Bakgrund & Genomförande

BAKGRUND

Undersökningen har genomförts av Novus på uppdrag av Livsmedelsföretagen. Syftet med undersökningen är att undersöka allmänhetens inställning och kunskap om matsvinn och livsmedelsförpackningar.

MÅLGRUPP/GENOMFÖRANDE

Målgruppen för undersökningen är den svenska allmänheten 18–79 år. Totalt har 1012 intervjuer genomförts under perioden 8–13 juni 2018.

Deltagarfrekvensen är 60%. Det finns inget som tyder på att bortfallet skulle snedvrider resultatet, utan undersökningen är åsiktsmässigt representativ för den grupp som skulle undersökas, och de slutsatser som presenteras i undersökningen gäller hela populationen. En Novusundersökning är en garant för att undersökningen är relevant och rättvisande för hela gruppen som skall undersökas.

Undersökningen är genomförd via webbintervjuer i Novus slumpmässigt rekryterade och representativa Sverigepanel.

RESULTAT

Resultaten för allmänheten levereras i en diagramrapport. Markerade signifikanta skillnader i rapporten är jämfört mot totalen (kön, ålder, utbildning och region). Resultatet är efterstratifierat.

Felmarginalen:

Vid 1 000 intervjuer:

Vid utfall 20/80: +/- 2,5%

Vid utfall 50/50: +/- 3,2%

Vid 500 intervjuer:

Vid utfall 20/80: +/- 3,6%

Vid utfall 50/50: +/- 4,5%



Kort sammanfattning

- Plast, kartong och papper är material som flest tänker på när de hör ordet livsmedelsförpackningar
- Återvinningsbara förpackningar i papper och kartong uppskattas extra mycket
- Förpackningar av plast irriterar extra mycket
- Nära sju av tio (67%) svarande anser att livsmedelsförpackningar generellt är **dåligt** för miljön
- Något fler tycker att livsmedelsförpackningar är **bra** för miljön efter att ha fått bakgrundinformation
- Nära sju av tio (65%) uppger att de slänger **mindre mat** än svenskar i genomsnitt
- Nära åtta av tio (78%) tror att matsvinnet är som störst inom hushåll, restauranger och storkök
- Att förpackningen är lättöppnad, återvinningsbar och skyddar innehållet är några av de viktigaste funktionerna
- Nära sex av tio (57%) instämmer i påståendet att livsmedelsförpackningar ska avvecklas på sikt, kvinnor instämmer i högre utsträckning i detta påstående
- Hälften av de svarande (50%) tror att en inplastad gurka och en gurka som inte är inplastad har en lika lång hållbarhet på ett ungefär

Resultat

FRÅGA: Vad tänker du när du hör ordet livsmedelsförpackningar? Beskriv med max tre ord.



FRÅGA: Finns det några förpackningstyper som du uppskattar extra mycket? Max tre stycken.



BAS: Samtliga (n=1012)

FRÅGA: Finns det några förpackningstyper som du irriterar dig på extra mycket? Max tre stycken.

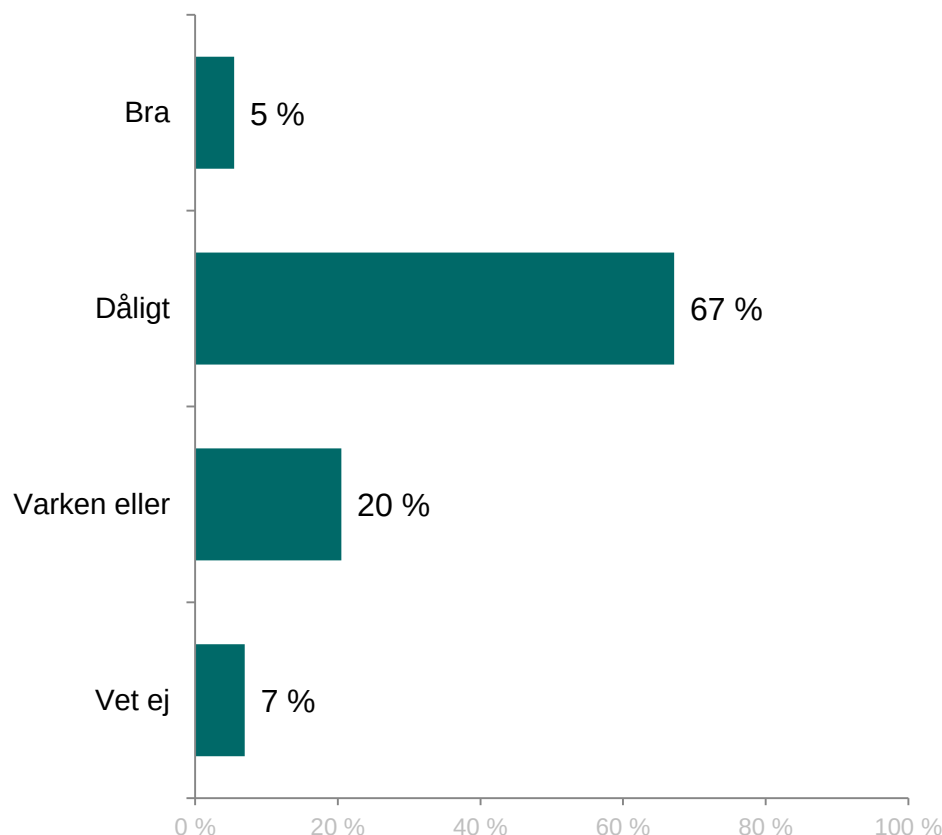


7

Nära sju av tio svarande anser att livsmedelsförpackningar generellt är **dåligt** för miljön

Fråga utan bakgrundinformation

FRÅGA: Skulle du säga att livsmedelsförpackningar generellt är bra eller dåligt för miljön?



Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Dåligt (67%)

- Gymnasieutbildade (73%)
- Hushållsinkomst över 600 tkr (75%)

Varken eller (20%)

- Åldersgrupp 65-79 år (27%)
- Grundskoleutbildade (29%)

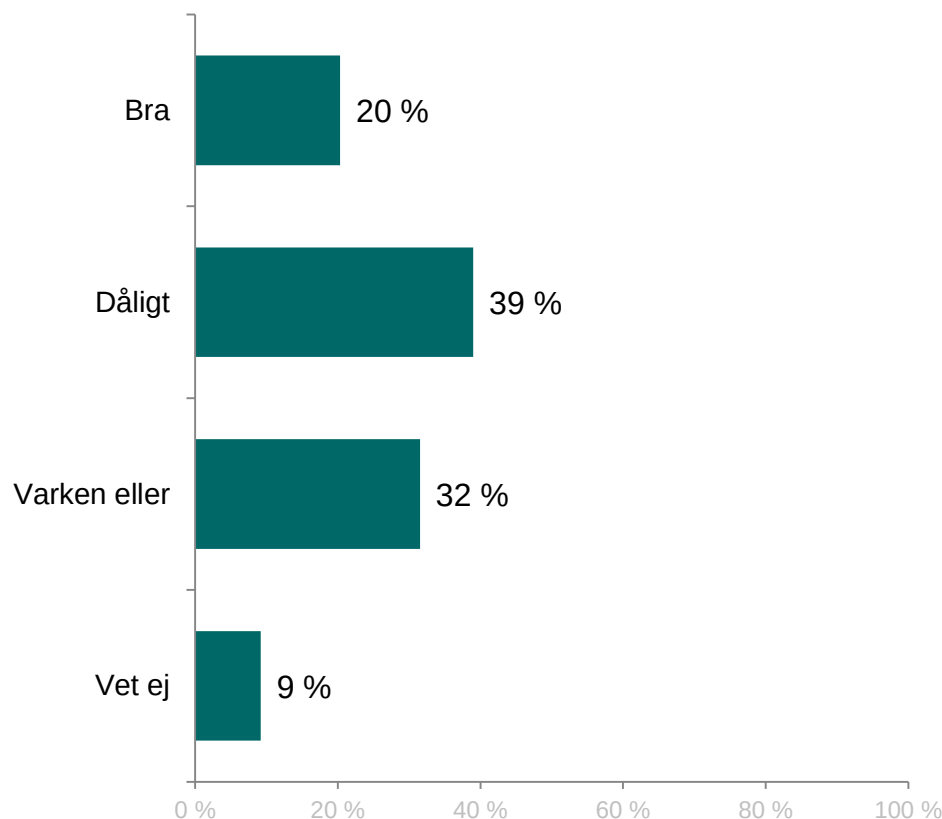


BAS: Hälften av respondenterna (n=498) (LEG 1)

Något fler tycker att livsmedelsförpackningar är bra för miljön efter att ha fått bakgrundsinformation

Fråga med bakgrundsinformation

FRÅGA: Livsmedelsförpackningar förlänger livslängden på många färskvaror. Detta, menar en del, bidrar till minskat matsvinn, medan andra menar att vi behöver ändra våra konsumtionsvanor för att minska matsvinn. Med denna bakgrund, skulle du då säga att livsmedelsförpackningar generellt är bra eller dåligt för miljön?



Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Bra (20%)

- Män (28%)
- Åldersgrupp 18-49 år (27%)

Dåligt (39%)

- Kvinnor (45%)
- Åldersgrupp 50-64 år (53%)

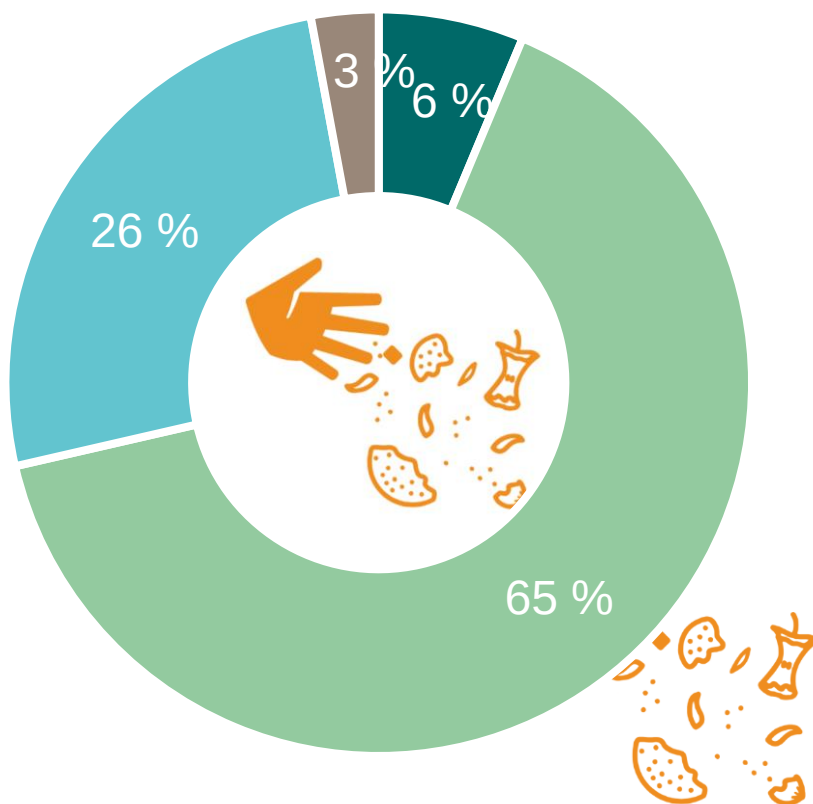
Varken eller (32%)

- Studerande (48%)
- Boende i större städer (41%)
- Boende i Sydsverige (43%)

BAS: Hälften av respondenterna (n=514) (LEG 2)

Nära sju av tio uppger att de slänger **mindre mat** än svenskar i genomsnitt

FRÅGA: Skulle du säga att du slänger mer eller mindre mat än svenskar i genomsnitt?



▪ Mer än genomsnittet ▪ Mindre än genomsnittet ▪ Ungefär lika mycket som andra ▪ Vet ej

Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Mindre än genomsnittet (65%)

- Män (70%)
- Åldersgrupp 50-79 år (77%)
- Hushållsinkomst mellan 200-399 tkr (74%)

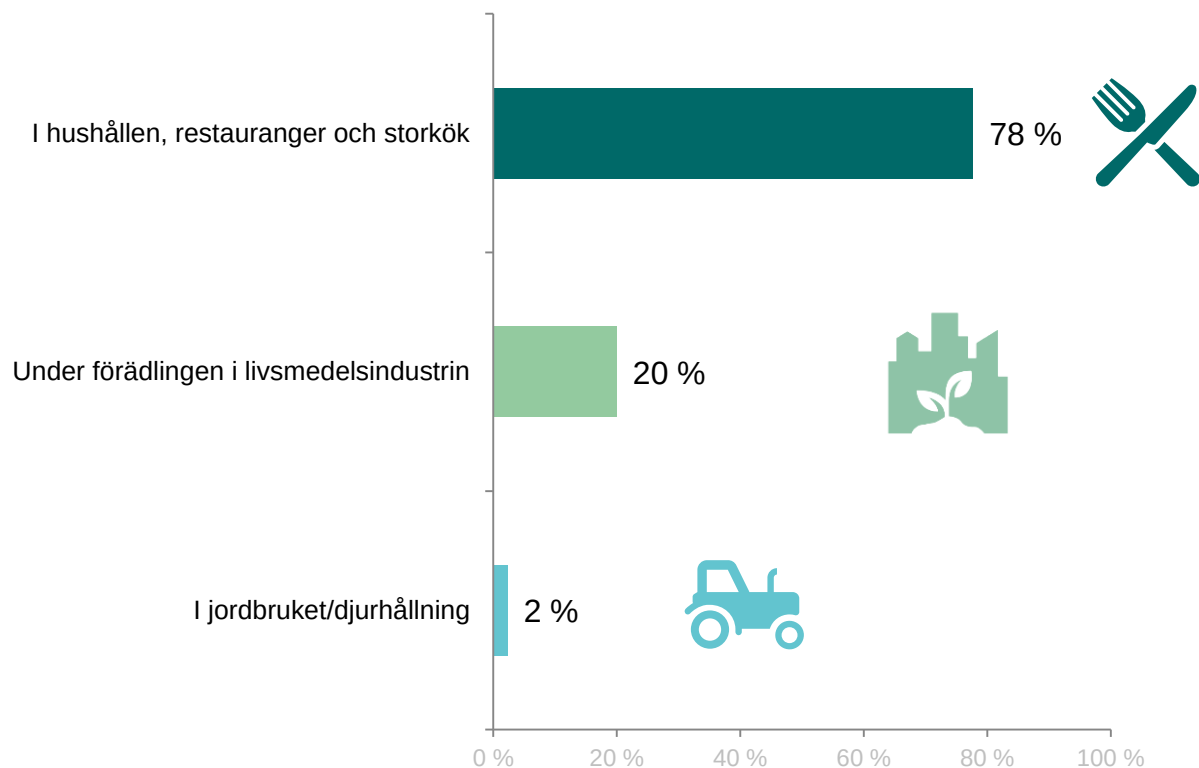
Ungefär lika mycket som andra (26%)

- Kvinnor (31%)
- Åldersgrupp 30-49 år (35%)
- Gymnasieutbildade (32%)

BAS: Samtliga (n=1012)

Nära åtta av tio tror att matsvinnet är som störst inom hushåll, restauranger och storkök

FRÅGA: Man kan beräkna matsvinn på olika sätt. Man kan beräkna matsvinnet inom jordbruket och djurhållningen, man kan beräkna det under själva förädlingen inom livsmedelsindustrin, samt matsvinnet i hushållen, restauranger och storkök. I vilken av dessa delar tror du att matsvinnet är störst för genomsnittliga livsmedel?



Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

I hushållen, restauranger och storkök (78%)

- Åldersgrupp 50-79 år (88%)

Under förädlingen i livsmedelsindustrin (20%)

- Åldersgrupp 18-29 år (38%)

BAS: Samtliga (n=1012)

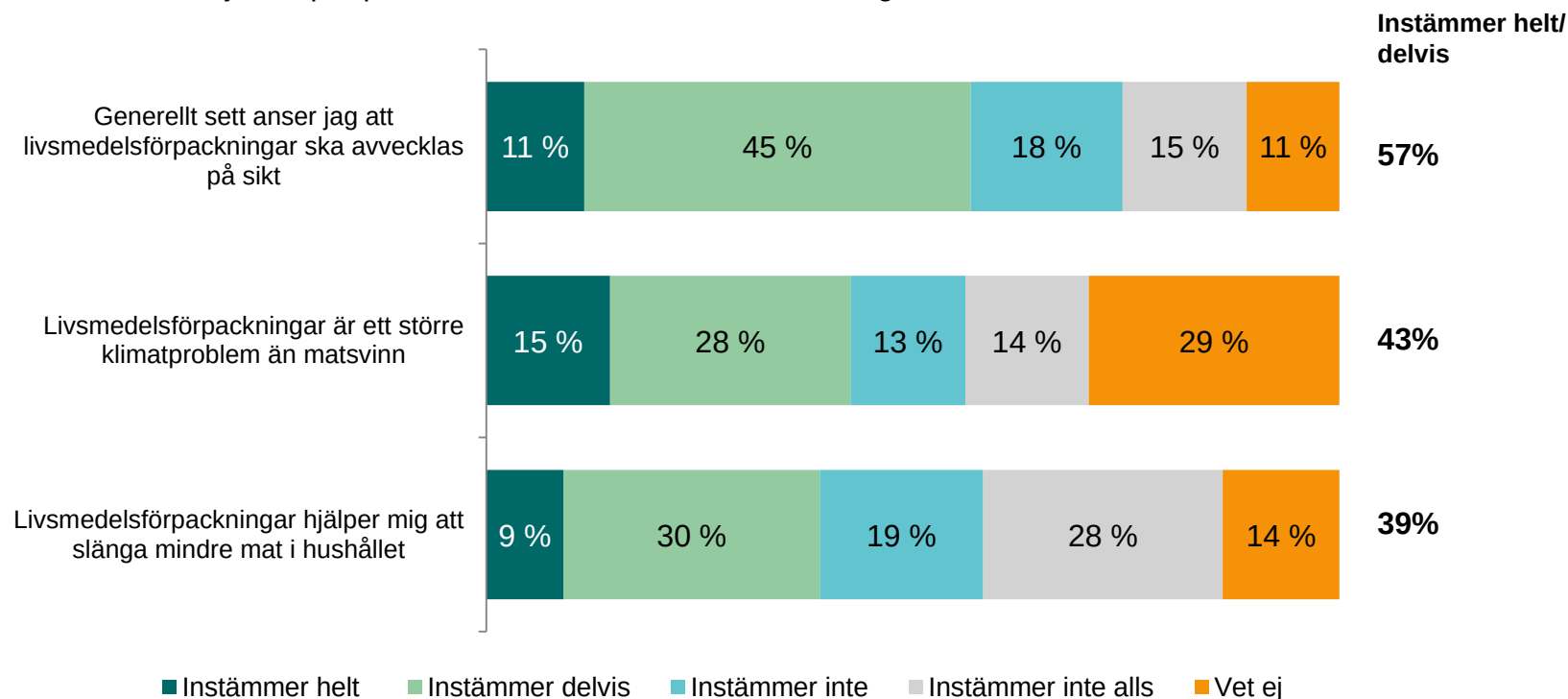
FRÅGA: Vilken tycker du är den viktigaste funktionen för förpackning på en vara? *Öppen fråga.*



12

Nära sex av tio instämmer i påståendet att livsmedelsförpackningar ska avvecklas på sikt

FRÅGA: Här följer ett par påståenden vi vill att du ska ta ställning till:



BAS: Samtliga (n=1012)

Kvinnor instämmer i högre utsträckning i påståendet att livsmedelsförpackningar ska avvecklas på sikt

FRÅGA: Här följer ett par påståenden vi vill att du ska ta ställning till:

Andel som instämmer helt eller delvis

Signifikanta skillnader mot totalen

Generellt sett anser jag att livsmedelsförpackningar ska avvecklas på sikt



57%

- Kvinnor (66%)
- Åldersgrupp 50-64 år (69%)
- Universitetsutbildade (65%)

Livsmedelsförpackningar är ett större klimatproblem än matsvinn



43%

- Kvinnor (48%)
- Åldersgrupp 50-79 år (56%)
- Boende i Övriga landet (49%)

Livsmedelsförpackningar hjälper mig att slänga mindre mat i hushållet

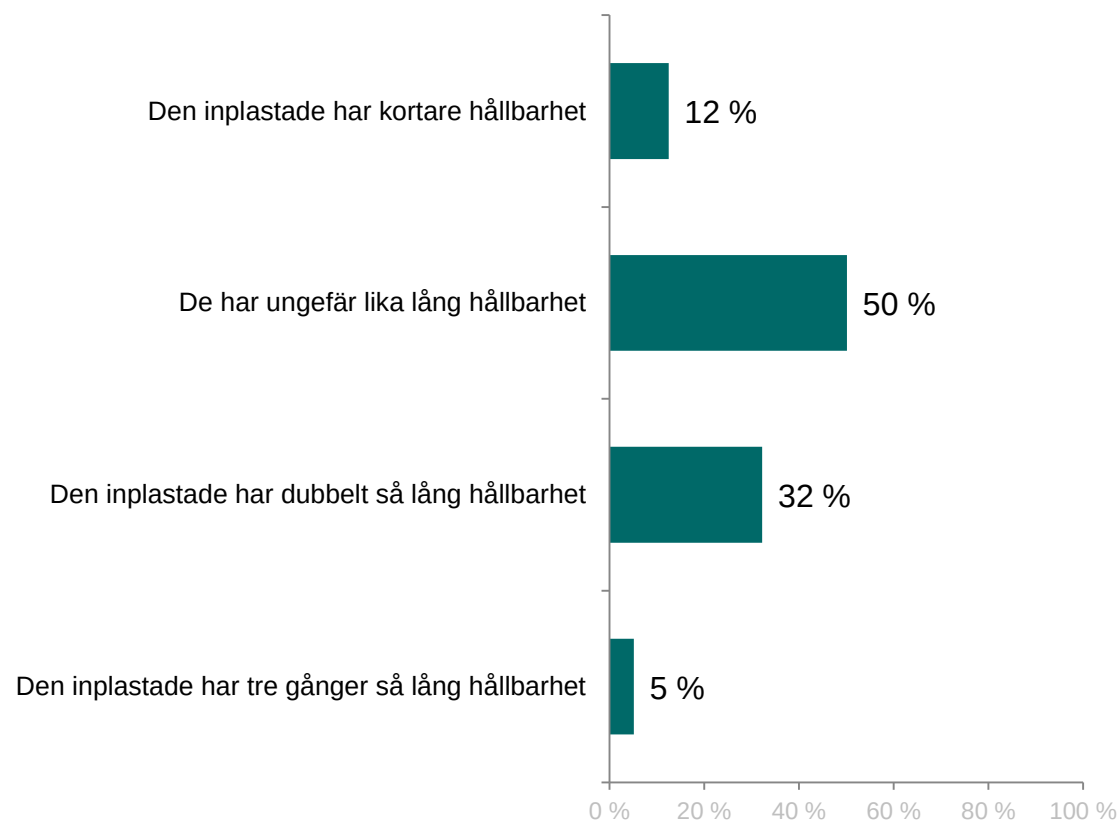


39%

- Män (45%)

Hälften av de svarande tror att en inplastad gurka och en gurka som inte är inplastad har en lika lång hållbarhet på ett ungefär

FRÅGA: Om man jämför en gurka som är inplastad med en gurka som inte är inplastad, ungefär hur mycket skiljer sig hållbarheten på den inplastade gurkan, tror du?



Signifikanta skillnader mot totalen

Följande undergrupper svarar i högre grad:

Den inplastade har dubbelt så lång hållbarhet (32%)

- Åldersgrupp 18-49 år (35%)

Den inplastade har kortare hållbarhet (12%)

- Kvinnor (15%)
- Åldersgrupp 65-79 år (21%)
- Boende i region Sydsverige (18%)



BAS: Samtliga (n=1012)

Slutsatser/insikter

1.



Plast

Associerar flest till när de tänker på livsmedelsförpackningar ...

.. det är även den förpackningstyp flest irriterar sig extra mycket på



4 av 10

tycker att livsmedelsförpackningar hjälper dem att minska matsvinnet

2.



15%

fler tycker att livsmedelsförpackningar är bra för miljön efter att ha fått bakgrundsinformation



6 av 10

anser att livsmedelsförpackningar bör avvecklas på sikt



Hållbarhet

är den viktigaste funktionen för förpackning av en vara

3.

4 av 10

anser att livsmedelsförpackningar är ett större klimatproblem än matsvinn

8 av 10

tror att matsvinnet är som störts inom hushåll, restauranger och storkök

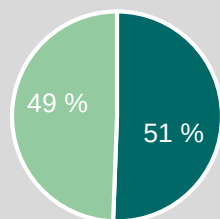
1 av 2

tror att en gurka som inte är inplastat har en lika lång hållbarhet som en inplastad gurka

Bakgrund

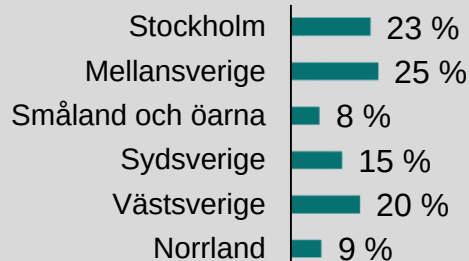
Bakgrund

Kön

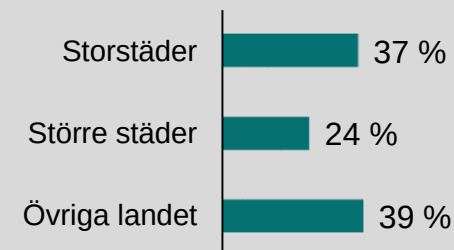


■ Man ■ Kvinna

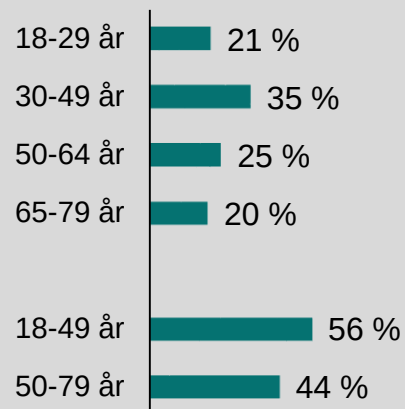
Region



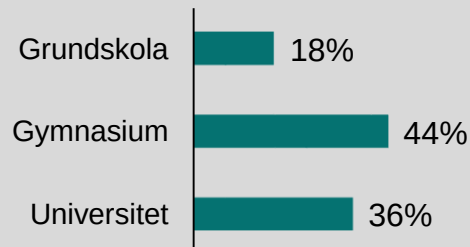
Ort



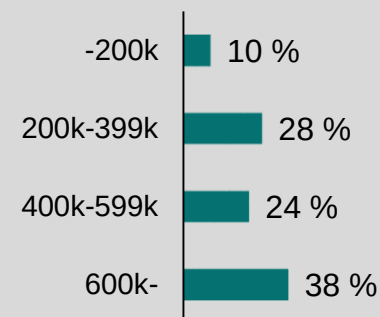
Ålder



Utbildning

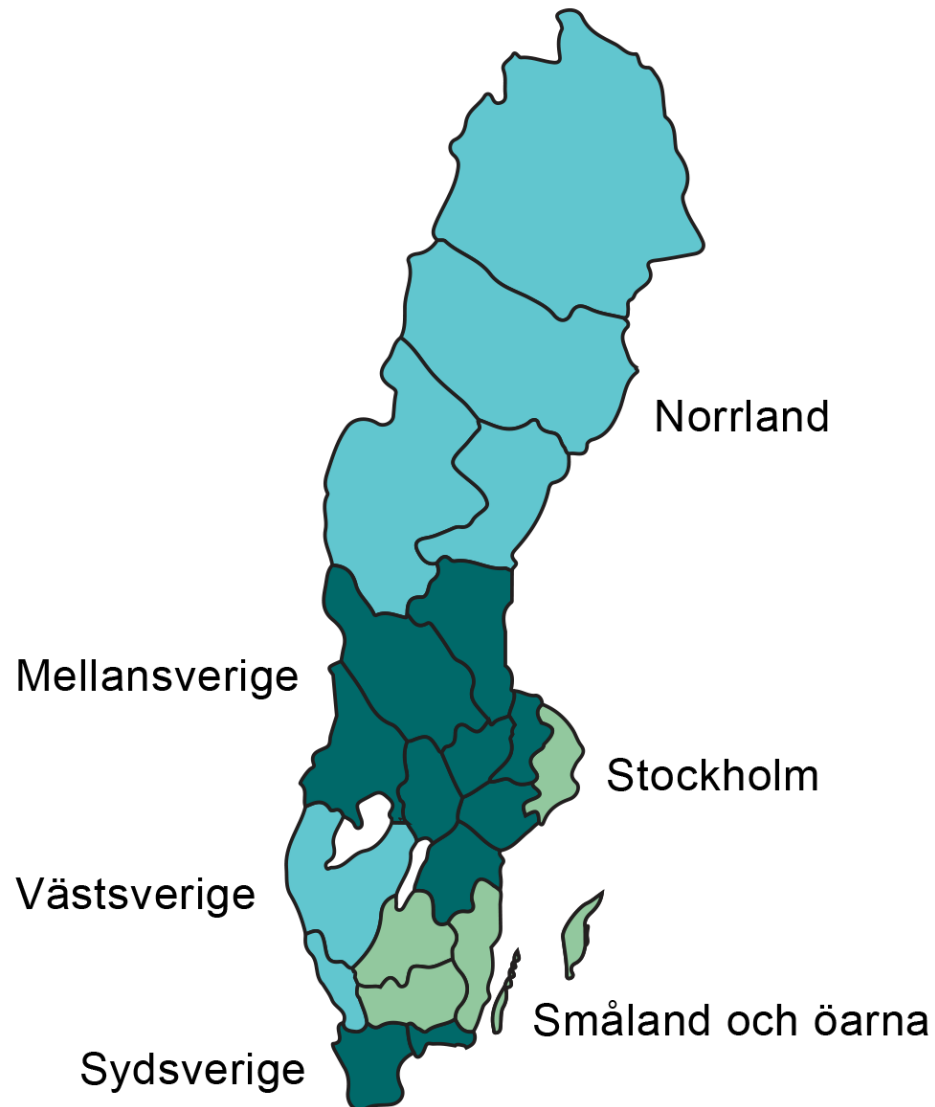


Hushållsinkomst



BAS: Samtliga (n=1012)

Regioner



Kort om Novus Sverigepanel

Novus Sverigepanel består av ungefär 40 000 panelister. Panelen är slumpmässigt rekryterad (man kan inte anmäla sig själv för att tjäna pengar eller för att man vill påverka opinionen) och är riksrepresentativ avseende ålder, kön och region i åldersspannet 18–79 år. Eventuella skevheter i panelstruktur avhjälpas genom att ett riksrepresentativt urval dras från panelen samt av att resultatet viktas.

Vi vårdar vår panel väl genom s.k. Panelmanagement. Det innebär bl.a. att vi ser till att man inte kan delta i för många undersökningar under en kort period, inte heller i flera liknande undersökningar. Vi har också ett system för belöningar till panelen.

Fråga gärna efter mer information kring vårt panelmanagement!

Undersökningsgenomförande

Ett urval ur panelen dras. Dessa får en inbjudan till undersökningen via e-post. Inbjudan innehåller information om hur lång tid undersökningen tar att besvara, sista svarsdatum samt en länk som man klickar på för att komma till frågeformuläret. Man kan besvara alla frågor på en gång alternativt göra paus och gå tillbaka till frågeformuläret vid ett senare tillfälle.

När datainsamlingen är klar påbörjas databearbetningen. Därefter produceras tabeller och en rapport sammanställs.



Kort om kvalitet i webbpaneler

Novus Sverigepanel håller hög kvalitet. Vi genomför kontinuerligt kvalitetskontroller och valideringar av både panelen och de svar som panelisterna ger.

I jämförande studier (andra webbpaneler) har vi konstaterat att panelisterna i Novus panel tar längre tid på sig för att svara på frågor och att det finns en logik i svaren (exempel: om man tycker om glass och choklad, då tycker man också om chokladglass). I de självrekryterade panelerna ser vi inte denna logik i samma utsträckning.

Vi ser också att våra panelister har ett mer "svensson-beteende" än självrekryterade paneler, där man är bl.a. väldigt internetaktiv.

Novus panelister får i snitt 12 undersökningar per år, vilket är betydligt färre undersökningar än många andra paneler, och ger en högre kvalitet i genomförandet. En annan mycket viktig kvalitetsaspekt är att ange deltagarfrekvens (svarsfrekvens) vilket är ett krav enligt samtliga branschorganisationer.

Några viktiga checkpoints när man genomför webbundersökningar i paneler:

- Panelen ska vara slumpmässigt rekryterad för att kunna spegla verkligheten.
- Undersökningsföretaget ska alltid kunna redovisa deltagarfrekvens för varje enskild undersökning.
- Panelisterna ska inte vara proffstyckare, dvs. få för många undersökningar. Får man fler än två per månad finns risken att man blir proffstyckare och svarar på undersökningen av fel skäl.
- Panelen ska skötas med ett bra panelmanagement avseende belöningar, validering av svar osv.
- Tid för fältarbetet (genomförandet av intervjuer) ska alltid redovisas och helst innehålla både vardagar och helgdagar.

Publiceringsregler



Novus varumärke är en garant för att en undersökning har gått rätt till och att slutsatserna kring densamma är korrekta utifrån målet med undersökningen.

Enligt internationella branschregler (ESOMAR) är Novus som undersökningsföretag ansvariga för att våra undersökningar tolkas rätt vid första publicering.

ESOMAR^{'17}
corporate

För att säkerställa att våra undersökningar presenteras på ett korrekt sätt ber vi alltid att få se den text som skrivs med syfte att publiceras där Novus undersökningar omnämns.

Novus förbehåller sig rätten att korrigera felaktiga siffror och tolkningar som har publicerats.



Vi på Novus älskar frågor



Mats Elzén, konsult
0720 700 329
mats.elzen@novus.se



Anita Bergsveen, projektledare
0707 881 190
anita.bergsveen@novus.se