

LIVSMEDELSFÖRETAGEN

OM UNDERSÖKNINGEN

ANTAL INTERVJUER	1 022 personer
METOD	Undersökningen är gjord av Demoskop på uppdrag av Livsmedelsföretagen inom ramen för en webbpanel som speglar svenska folket.
MÅLGRUPP	Allmänheten, 18 år och äldre
VÄGNING	Urvalet är pre-stratifierat och vägt på ålder, kön, region och parti i föregående val
PERIOD	21-30 maj 2025



DE ÖKADE MATPRISERNAS KONSEKVENSER

4 AV 5 HAR ÄNDRAT SITT BETEENDE NÄR DE HANDLAR – VANLIGAST ATT SLUTA KÖPA VISSA PRODUKTER, MINDRE EKO OCH MER EMV

Ta ställning till de följande påståendena som handlar om ökade livsmedelspriser eventuella påverkan på hur du handlar mat och dryck. Har du under det senaste året...

Valt bort livsmedel du tidigare brukade köpa på grund av priset

53%

Valt bort ekologiska produkter till förmån för billigare alternativ

42%

Valt butikernas egna varumärken i större utsträckning än tidigare

37%

Bytt till billigare varumärken

33%

Åkt till en butik som ligger längre bort än din vanliga matvarubutik på grund av att de har haft bra erbjudanden

26%

Valt bort svenskproducerade livsmedel till förmån för billigare, importerade alternativ

25%

Handlat mer i lågprisbutiker än tidigare

25%

Priset har påverkat hur jag handlar på annat sätt

9%

Nej, jag har inte ändrat hur jag handlar alls

21%

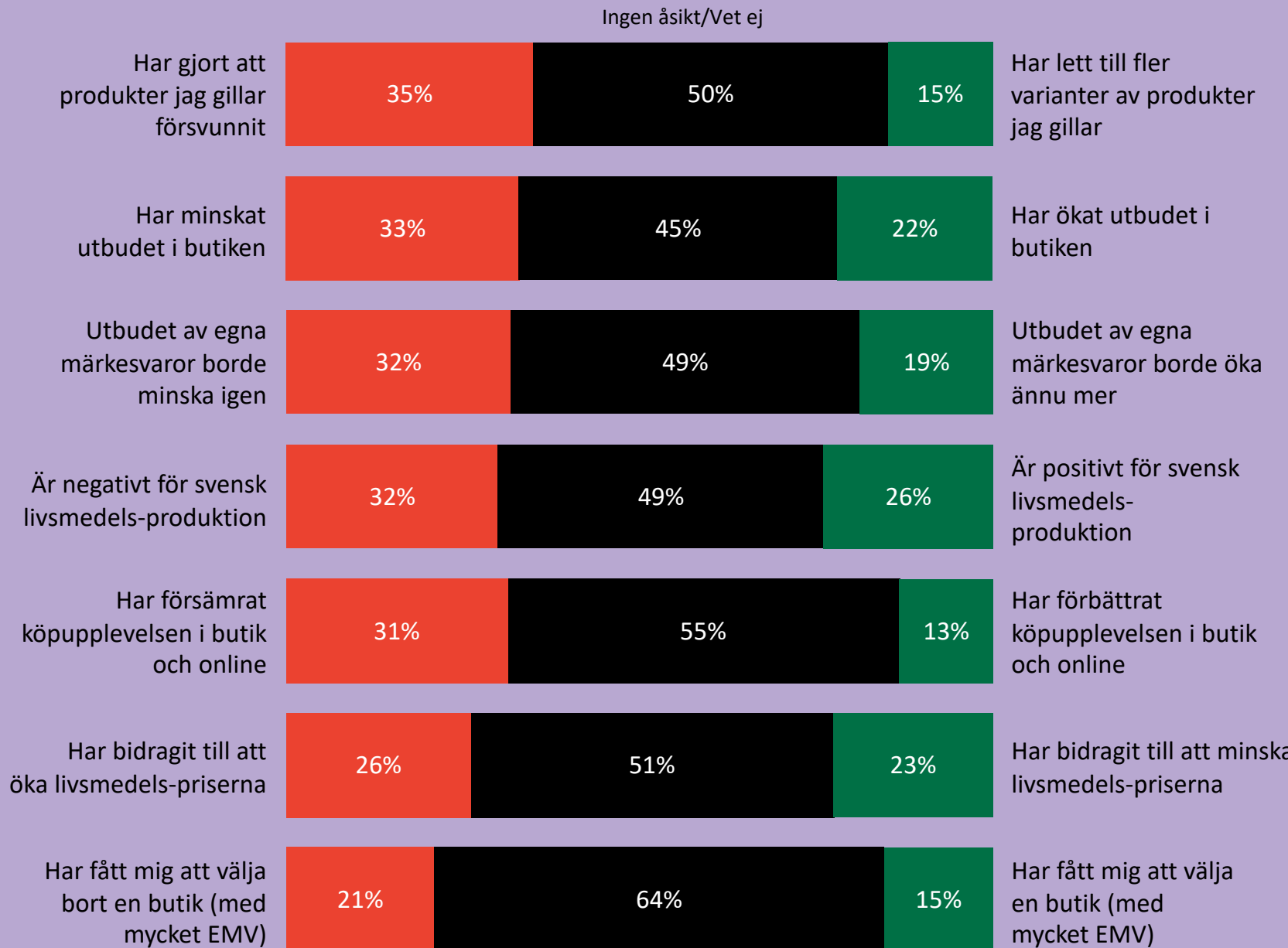


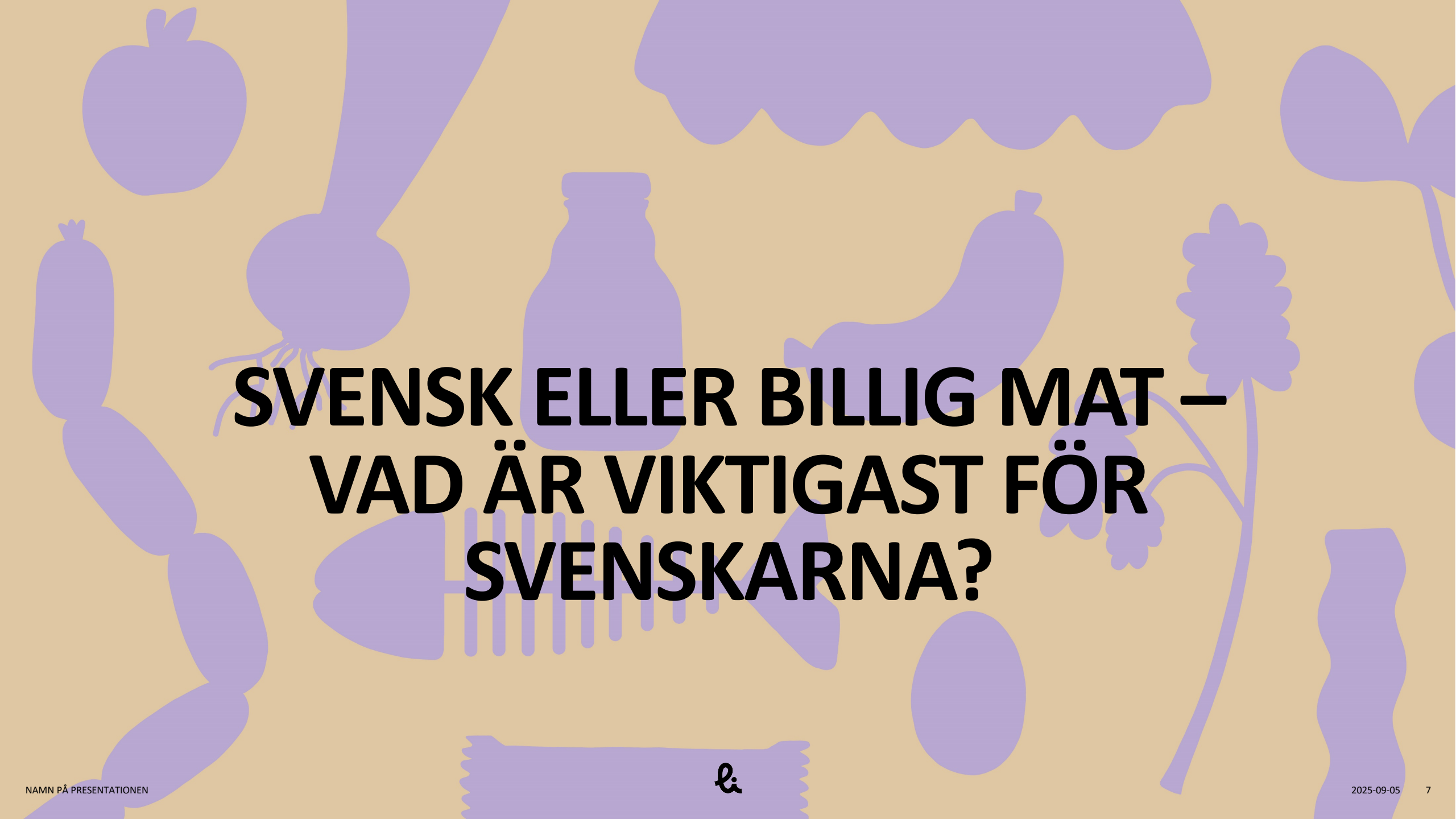
SVENSKARNAS SYN PÅ EMV

**(EMV = EGNA MÄRKESVAROR, ALLTSÅ
DAGLIGVARUHANDELNS EGNA PRODUKTER)**

1 AV 3 ANSER ATT DEN ÖKADE FÖREKOMSTEN AV EMV HAR FÖRSÄMRAT UTBUDET

Vänligen ta ställning till de följande
motsatta påståendena...

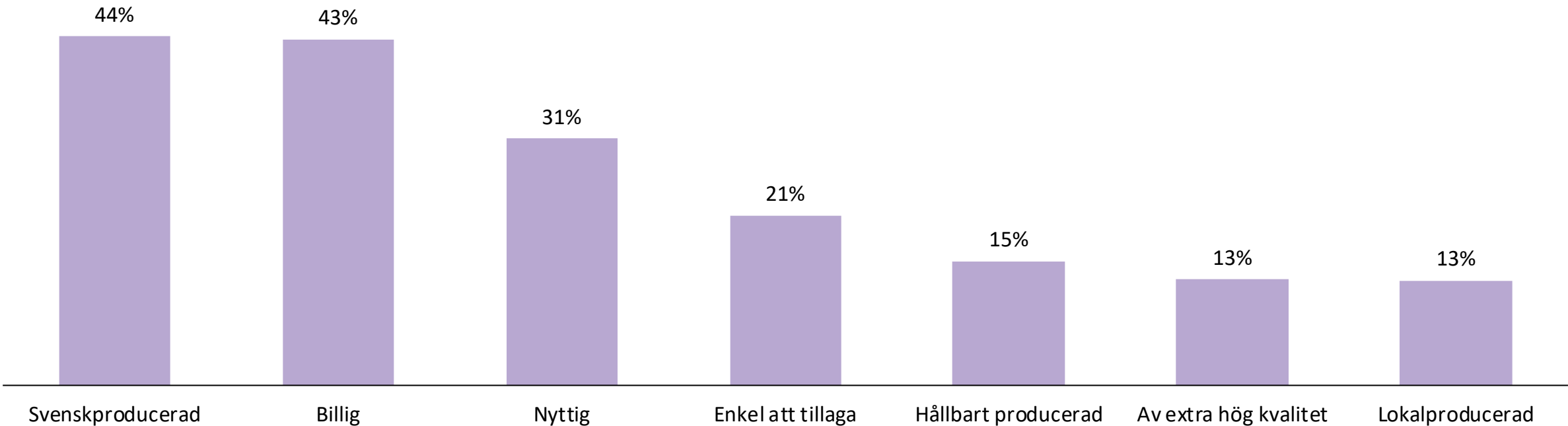




SVENSK ELLER BILLIG MAT – VAD ÄR VIKTIGAST FÖR SVENSKARNA?

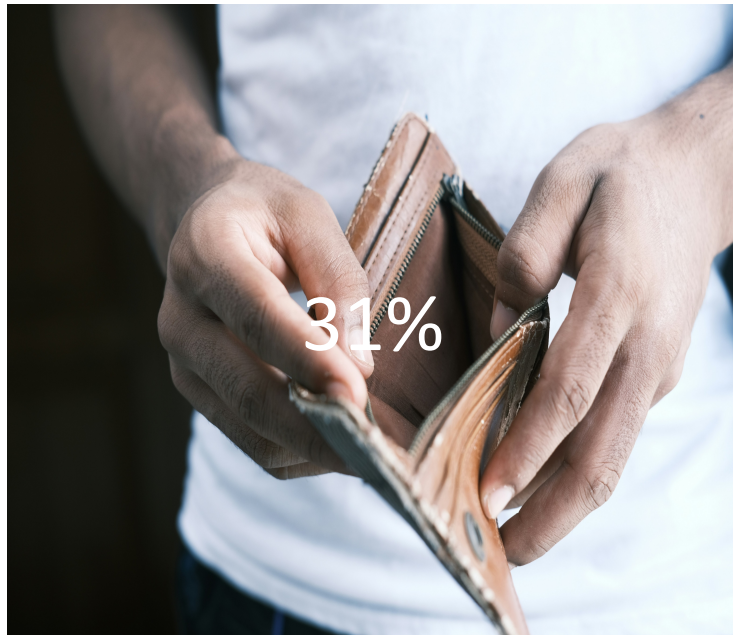
ATT MATEN ÄR SVENSKPRODUCERAD OCH BILLIG ÄR VIKTIGAST FÖR SVENSKARNA NÄR DE HANDLAR

Vad är viktigast när du handlar mat? Att den är... (Max 2 alternativ)



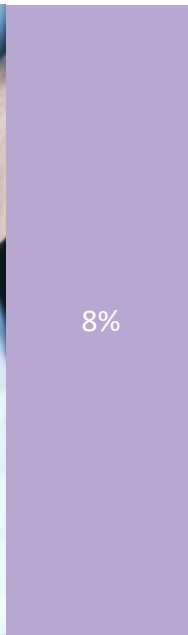
...MEN TVINGAS DE VÄLJA MELLAN DE TVÅ VINNER SVENSKPRODUCERAD STORT

Om du tvingas välja mellan att maten är billig eller svensk, vad väljer du?



31%

BILLIG



8%

VET EJ



61%

SVENSK