

KANTAR

**Hvor viktig er norsk i
forbrukers valg av
frukt og grønt?**

Preferansetest for
Opplysningskontoret for
frukt og grønt

Kantar
September 2021



Om undersøkelsen

- 1554 intervju med 9 minutters skjema
- Målgruppen er forbrukere 18+ som spiser frukt og grønt minst ukentlig
- Gjennomført i perioden 24. august til 5. september 2021 på Kantar/ Norsk Gallup web panel
- Utvalget er vektet på kjønn og alder
- Ansvarlig Kantar: Morten Løbak Hestmann



Hovedfunn

- Frukt og grønt er et viktig innslag i forbrukernes daglige kosthold, og viktigheten øker med alderen.
- Forbrukerne kjøper frukt og grønt som de vanligvis gjør og legger vekt på naturlig produksjon, kortreiste produkter og fortrinnsvis norsk fremfor utenlandsk. Forbrukerne fremstår ikke som veldig prissensitive (selv om vi vet de synes pris er viktig) og virker bevisste når det kommer til emballasje.
- I valget av frukt og grønt er både pris, opprinnelse og emballasje viktige elementer. Selve emballasjen er helt avhengig av hvilket produkt det er snakk om, og både miljømessige, hygieniske og praktiske forhold påvirker nok forbrukernes preferanser på dette området.
- Fokuset på pris synker med økt alder, mens fokuset på opprinnelse øker med økt alder. Aldersforskjellene trer også tydelig frem når det gjelder naturlig produksjon, kortreist mat, norskpreferanse og betalingsvilje for kvalitet, der de eldre dominerer.
- Involveringen i denne kategorien henger særlig sammen med ulikt syn på og bevissthet rundt norskpreferanse, naturlig produksjon og betalingsvilje for kvalitet, og de yngre forbrukerne er mindre bevisst på dette enn eldre forbrukere.
- Norskpreferansen er størst når det kommer til bær, gulrøtter og poteter, mens den er lavest på løk, eple og tomat. Kvinner, eldre og de som bor utenfor Oslo og omegn er gjennomgående noe mer opptatt av norsk opprinnelse når det gjelder frukt og grønt.
- Det norske flagget er en viktig norsk- indikator. Det kan se ut til at det norske flagget er viktig, men at en sertifisert merkeordning likevel er sterkere fordi det gir større tillit enn det norske flagget, som kan tenkes å bli lagt på pakningen uten at full informasjon gis.

Oppsummering

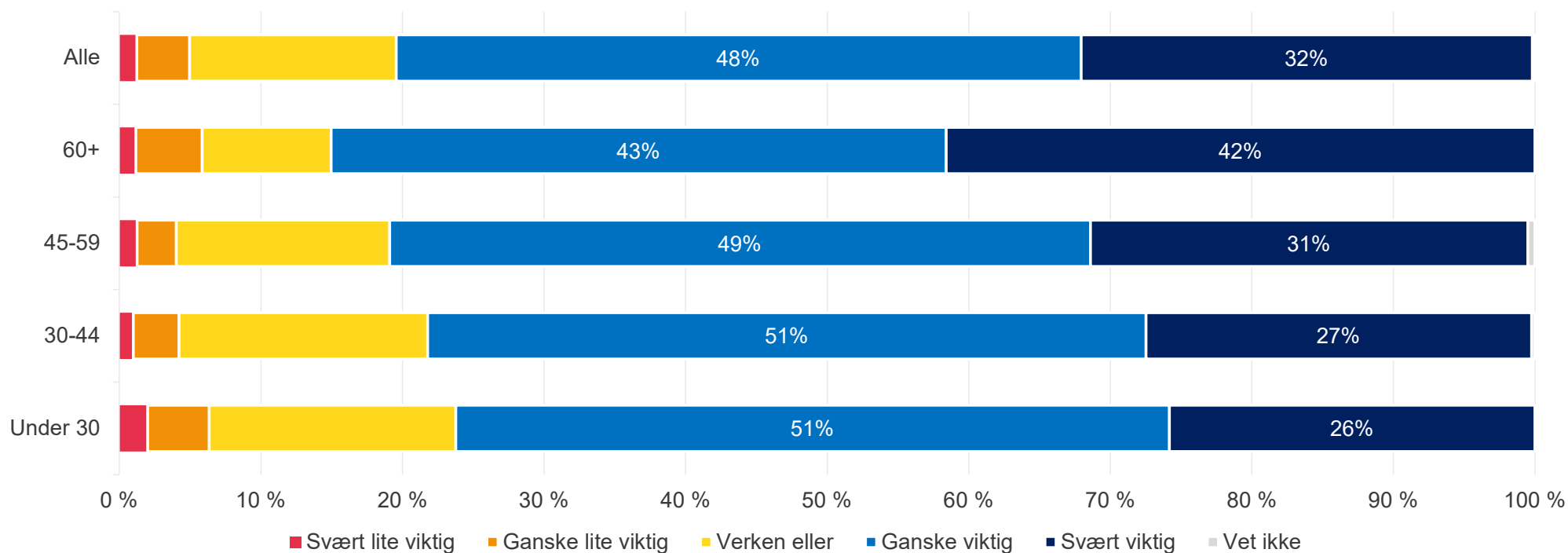
- 80% mener frukt og grønt er viktig i deres daglige kosthold, og viktigheten av frukt og grønt stiger med økt alder.
- 58% mener pris er viktig når de handler frukt og grønt, mens 55% mener opprinnelse er viktig. Forbrukerne foretrekker frukt og grønt i løs vekt, men for over halvparten er det helt avhengig av hvilken frukt eller grønt det er snakk om.
- Fokuset på pris synker med økt alder, mens fokuset på opprinnelse øker med økt alder. De over 60 år er mer opptatt av opprinnelse enn av pris, mens for de under 30 år er det omvendt.
- Forbrukernes kjøp av frukt og grønt er i stor grad vanestyrte, man legger vekt på naturlig produksjon, kortreiste produkter og fortrinnsvis norsk fremfor utenlandsk. Forbrukerne fremstår ikke som veldig prissensitive (selv om vi vet de synes pris er viktig) og virker bevisste når det kommer til emballasje.
- Aldersforskjellene trer tydeligst frem i vekt på naturlig produksjon, kortreist mat, norskpreferanse og betalingsvilje for kvalitet, der de eldre dominerer, men også på ønsket om å kjøpe billigst mulig der de unge dominerer.
- 40% av forbrukerne fremstår som svært bevisste og involverte i kategorien, mens 30% virker mindre involverte og har ikke veldig sterke meninger om frukt og grønt. Andel involverte øker forsiktig med økt alder, mens de under 30 år i størst grad fremstår som mindre «bevisste».
- Involveringen i denne kategorien henger særlig sammen med ulikt syn på og bevissthet rundt norskpreferanse, naturlig produksjon og betalingsvilje for kvalitet.

Oppsummering

- Norskpreferansen er størst når det kommer til bær, gulrøtter og poteter, mens den er lavest på løk, eple og tomat.
- Kvinner er gjennomgående noe mer opptatt av norsk opprinnelse når det gjelder frukt og grønt.
- De eldre er gjennomgående noe mer opptatt av norsk opprinnelse når det gjelder frukt og grønt, mens unge under 30 år er litt mindre opptatt av dette, og det gjelder først og fremst bringebær, blomkål, hodekål og løk.
- De som bor i Oslo og omegn er noe mindre opptatt av norsk når det gjelder frukt og grønt enn det som gjelder ellers i landet.
- Når vi ser på styrken i viktigheten av norsk, ser vi at norsk er en god del viktigere for jordbær enn øvrig frukt og grønt, og avstanden ned til eple, løk og tomat synes å øke.

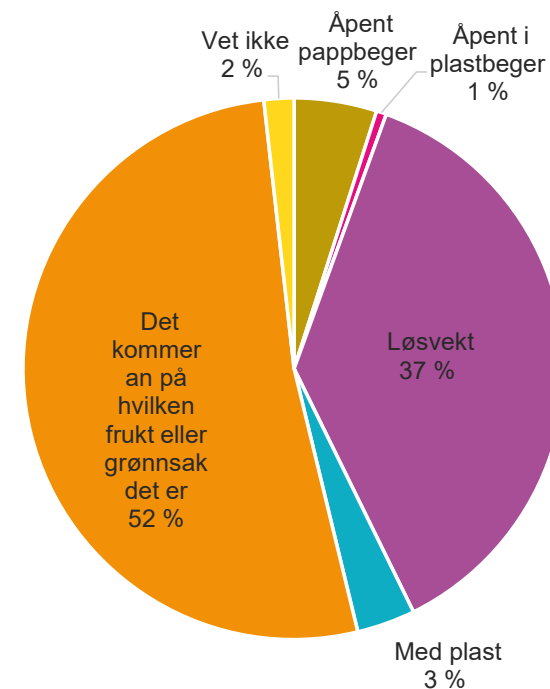
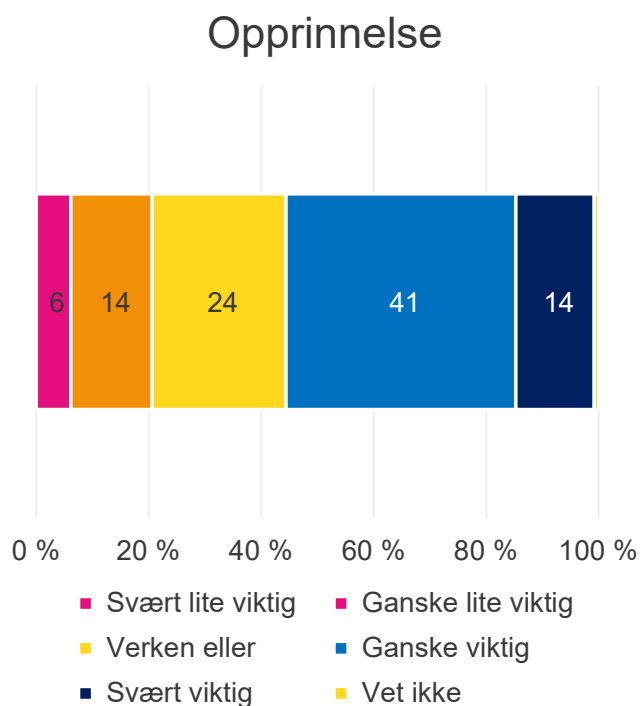
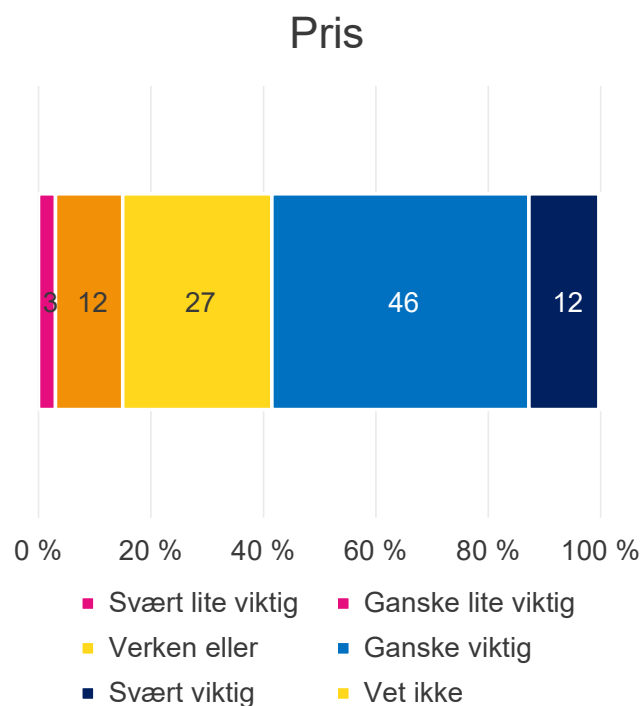
80% mener frukt og grønt er viktig i deres daglige kosthold

Viktigheten av frukt og grønt stiger med økt alder



58% mener pris er viktig når de handler frukt og grønt, mens 55% mener opprinnelse er viktig

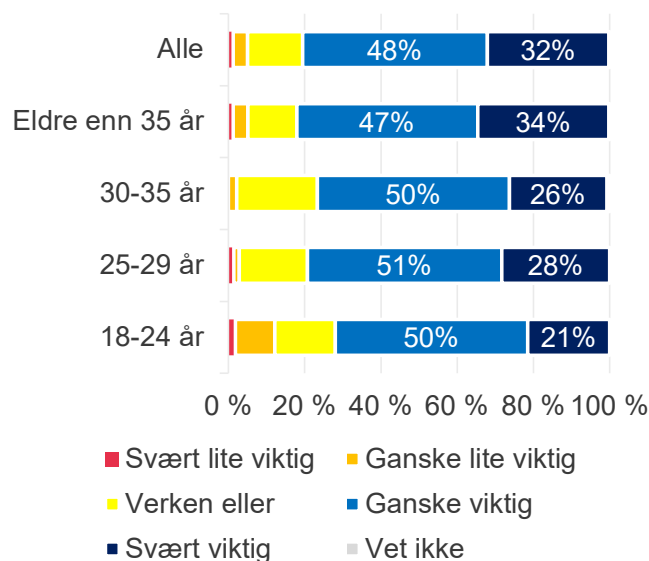
For over halvparten er preferanse for emballasje helt avhengig av hvilken frukt eller grønt det er snakk om



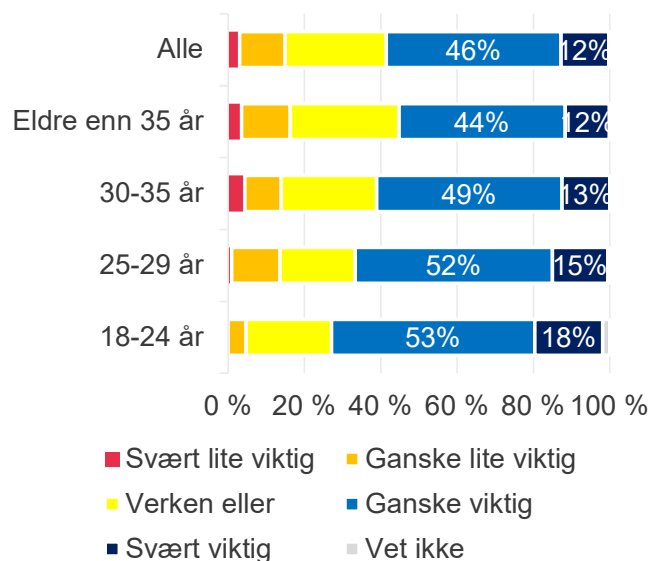
Det er forskjeller i hvordan forbrukere i aldersgruppen 18-35 år vektlegger pris versus opprinnelse, og de under 25 år vektlegger i aller størst grad pris foran opprinnelse

Hvorvidt de unge har barn eller ikke, påvirker ikke fokuset på pris, men de med barn er mer opptatt av opprinnelse enn de som ikke har barn. I målgruppen mener de i Oslo og omegn og de på Sør-Vestlandet at opprinnelse er viktigere enn det de på øvrige Østlandet og lenger nord er.

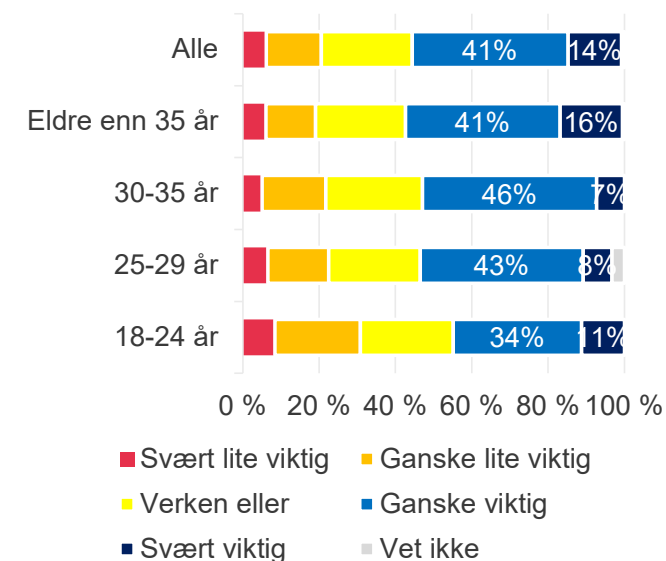
Frukt og grønt



Pris

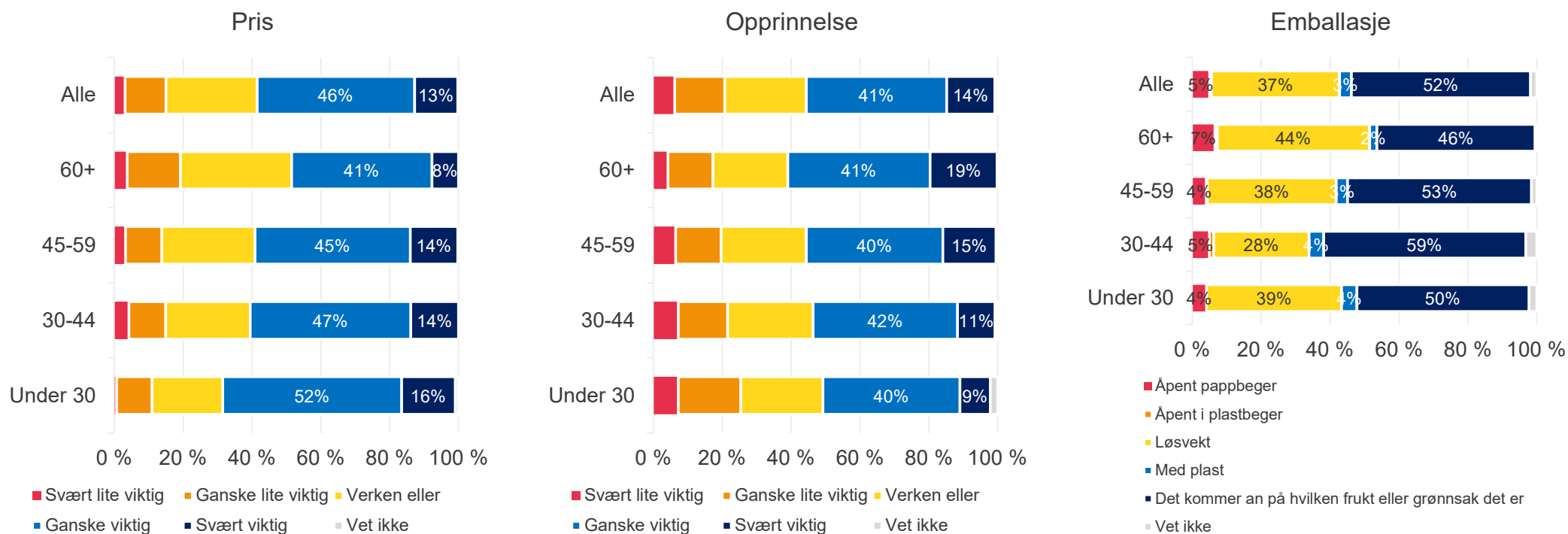


Opprinnelse

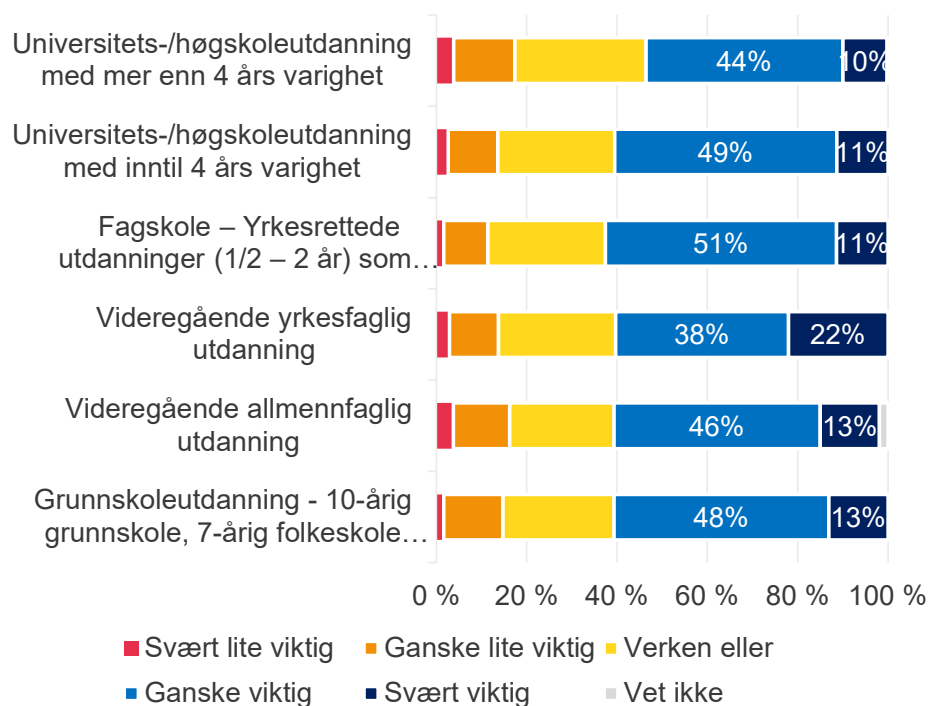
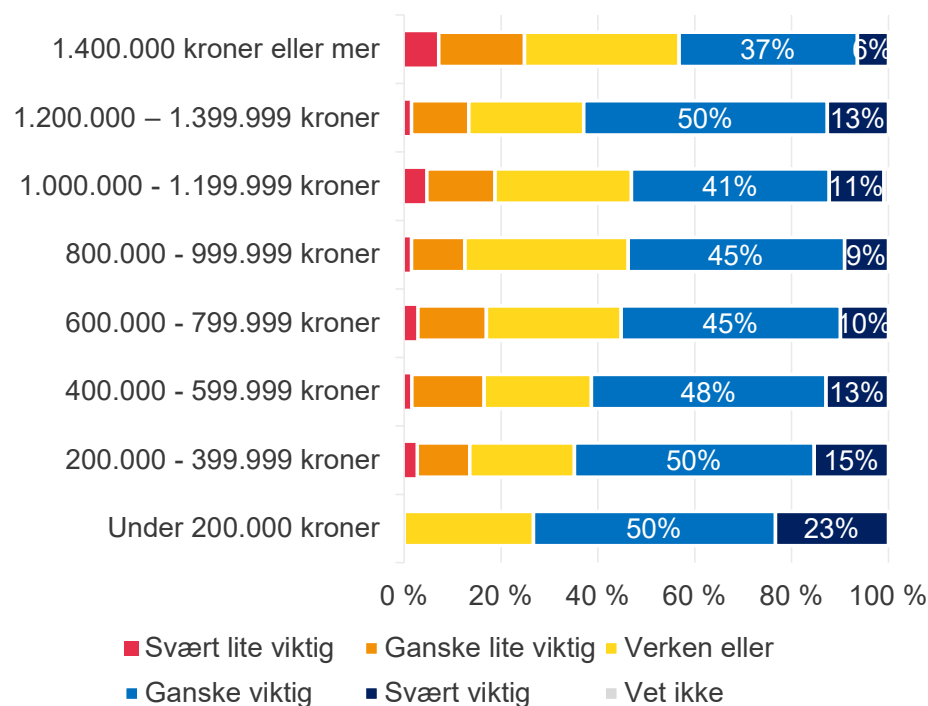


Fokuset på pris synker med økt alder, mens fokuset på opprinnelse øker med økt alder

De over 60 år er mer opptatt av opprinnelse enn av pris, mens for de under 30 år er det omvendt

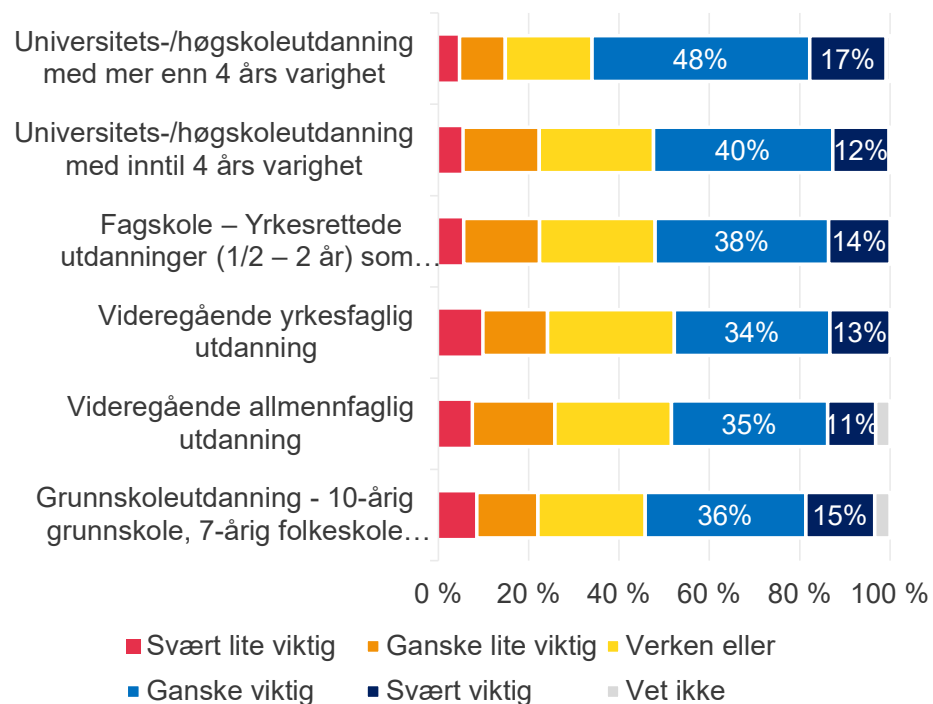
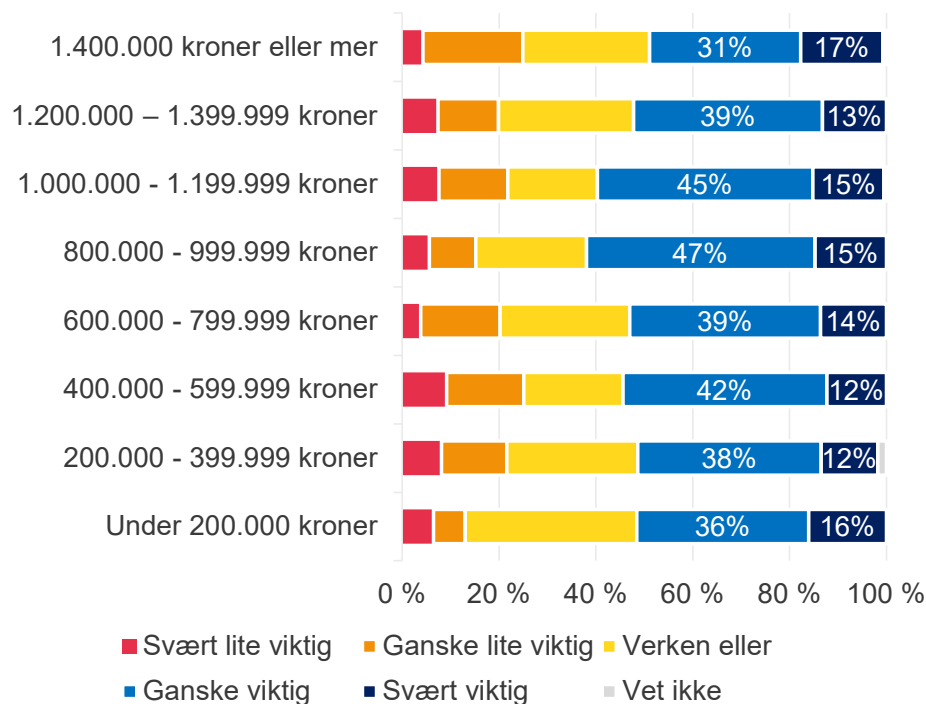


Viktigheten av pris har en klar sammenheng med husstandsinnkomst, mens det er bare de med aller høyest utdanning som skiller seg ut ved lavere fokus på pris enn andre

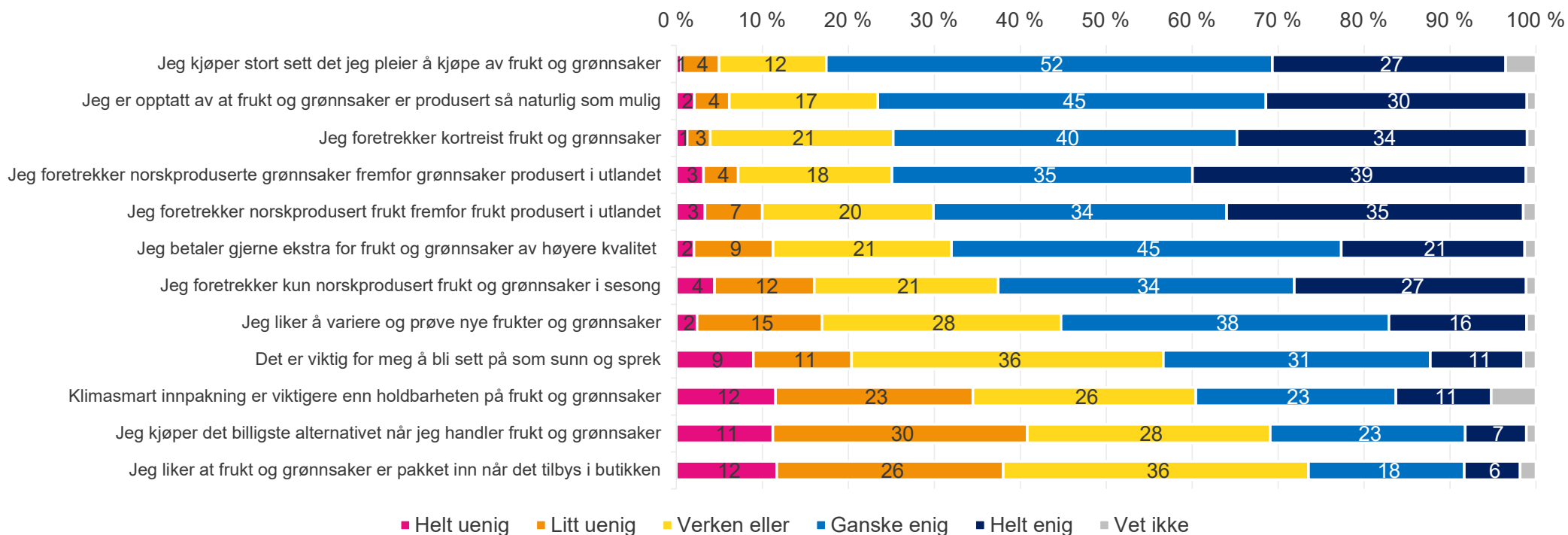


Viktigheten av opprinnelse har en sammenheng med husstandsinnkomst og utdanning

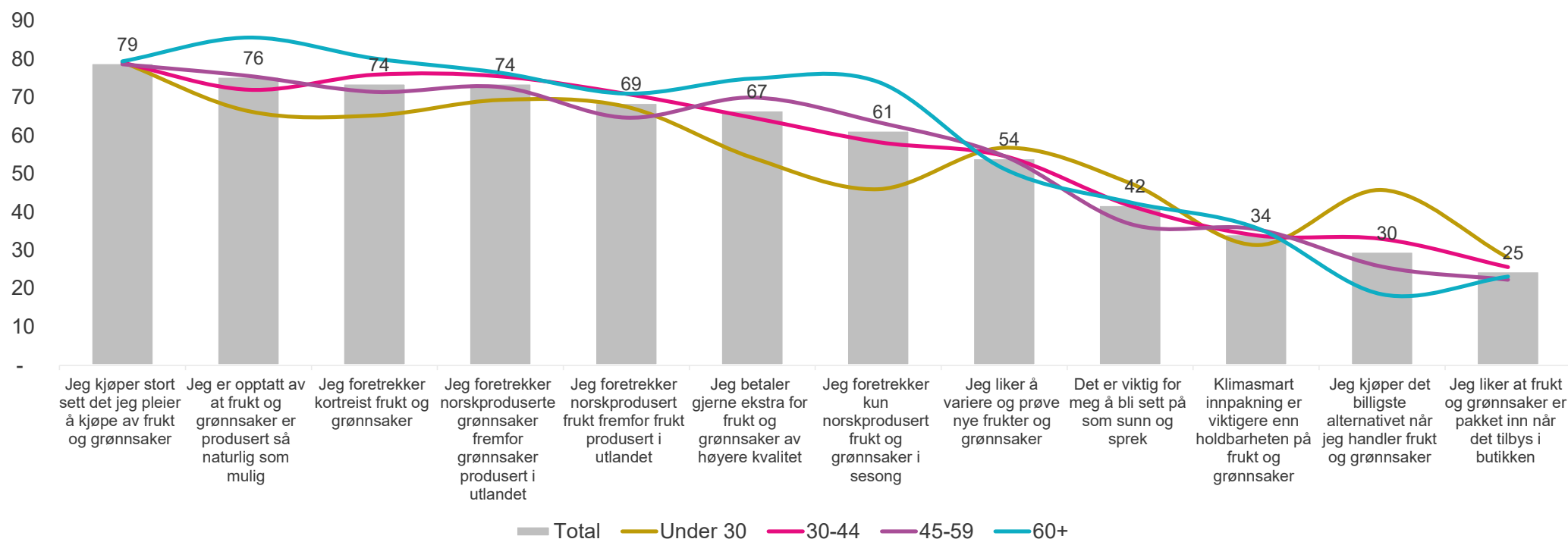
De med middels høye inntekter og de med mer enn 4 års høyere utdanning er de som er mest opptatt av opprinnelse



Forbrukernes kjøp av frukt og grønt er i stor grad vanestyrt, man legger vekt på naturlig produksjon, kortreiste produkter og fortrinnsvis norsk fremfor utenlandsk. Forbrukerne fremstår ikke som veldig prissensitive (selv om vi vet de synes pris er viktig) og virker bevisste når det kommer til emballasje.

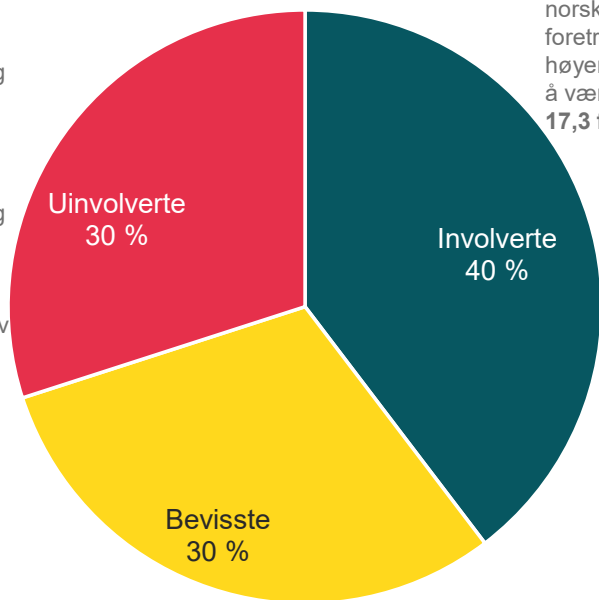


Aldersforskjellene trer tydeligst frem i vekt på naturlig produksjon, kortreist mat, norskpreferanse og betalingsvilje for kvalitet, der de eldre dominerer, men også på ønsket om å kjøpe billigst mulig der de unge dominerer

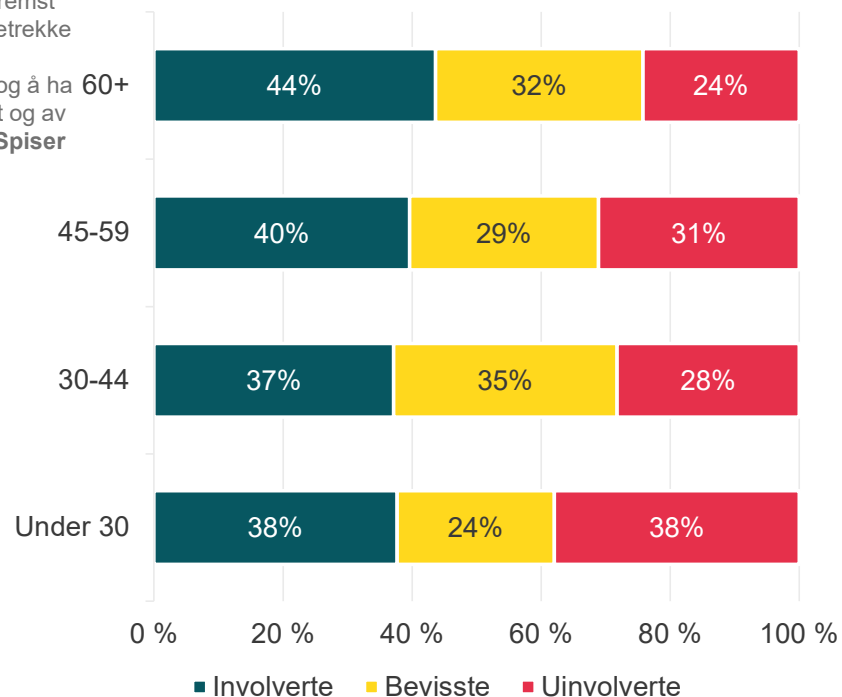


40% av forbrukerne fremstår som svært bevisste og involverte i kategorien, mens 30% virker mindre involverte og har ikke veldig sterke meninger om frukt og grønt
 Andel involverte øker forsiktig med økt alder, mens de under 30 år i størst grad fremstår som mindre «bevisste»

Uinvolverte er de involvertes rake motsetning. Det er særlig et fraværende fokus på norsk som valgfaktor og den betydelige vekten som legges på lav pris som skiller disse fra andre forbrukere. **Spiser 14,5 frukt og grønt per uke.**

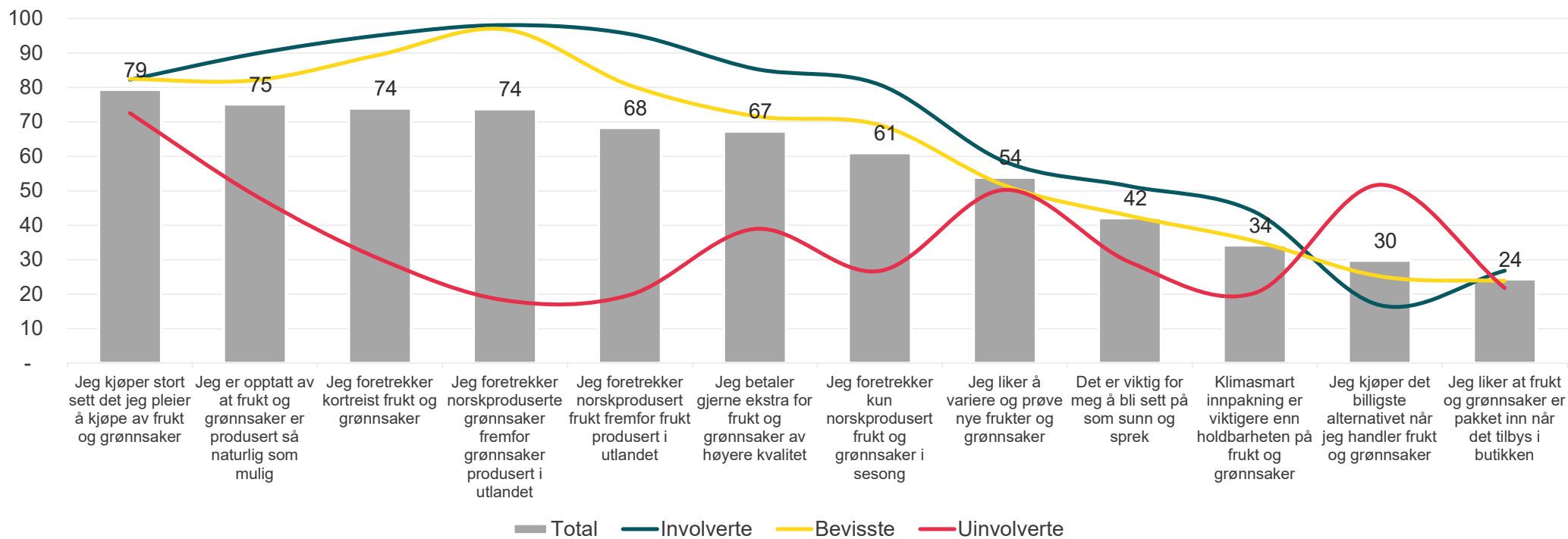


Involverte skiller seg først og fremst ut ved å være opptatt av og foretrekke norskprodusert frukt og grønt, foretrekke kortreiste produkter og å ha høyere betalingsvilje for kvalitet og av å være mindre opptatt av pris. **Spiser 17,3 frukt og grønt per uke.**



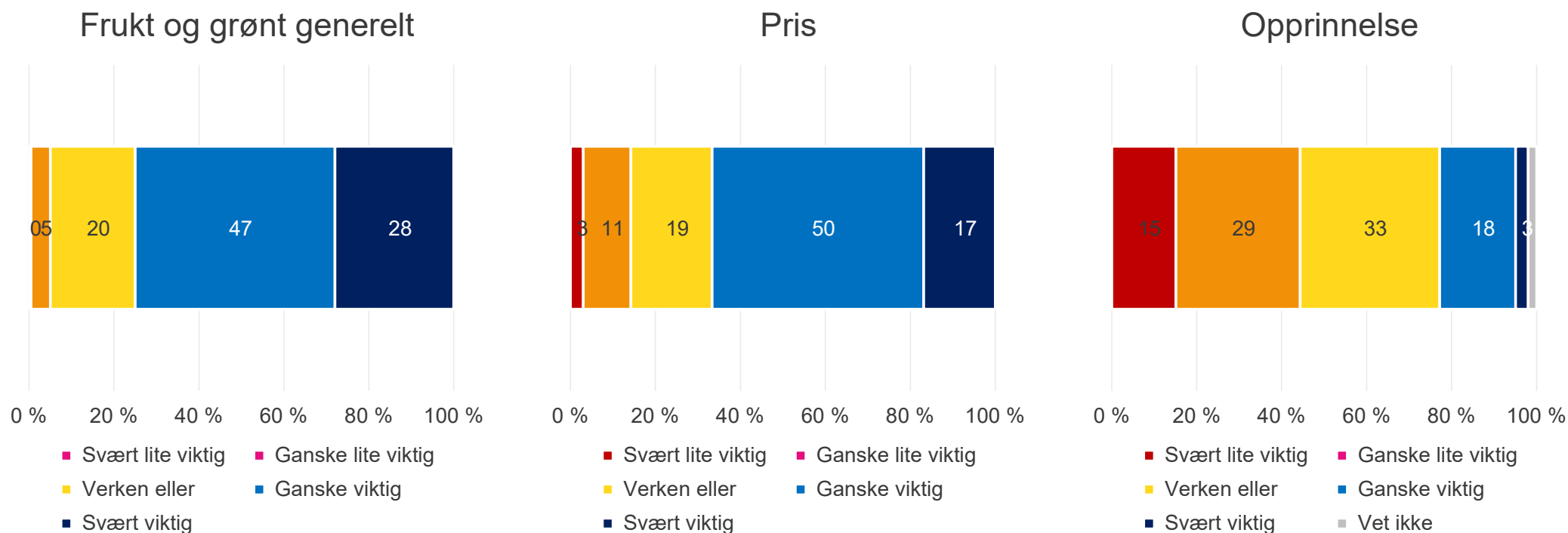
Bevisste skiller seg først og fremst ut ved å foretrekke norskprodusert og kortreist frukt og grønt. De ligner på de involverte og har mye av de samme holdningene, men ikke helt i like stor grad. **Spiser 14,9 frukt og grønt per uke.**

Involveringen i denne kategorien henger særlig sammen med ulikt syn på og bevissthet rundt norskpreferanse, naturlig produksjon og betalingsvilje for kvalitet



Grafen viser andel enige.

De uinvolverte skiller seg fra de to øvrige forbrukersegmentene, men også innad i dette segmentet er det forskjeller knyttet til hvordan de særlig ser på opprinnelse men også pris



Respondentene er bedt om å ta stilling til ulike elementer knyttet til valg av frukt og grønt – en såkalt conjoint- tilnærming der vi kartlegger viktighet

Pris / kg	Opprinnelse	Pakningstype	Merking
26 kr 32 kr 38 kr 44 kr 50 kr 56 kr 62 kr	Ingen Spania (flagg) Norge (flagg)	Løs vekt I lukket plastemballasje Åpent i plastbeger Åpent i pappbeger	Ingen Produsert i Norge (tekst) Gartner Norsk Kvalitet (logo) Nyt Norge (logo)

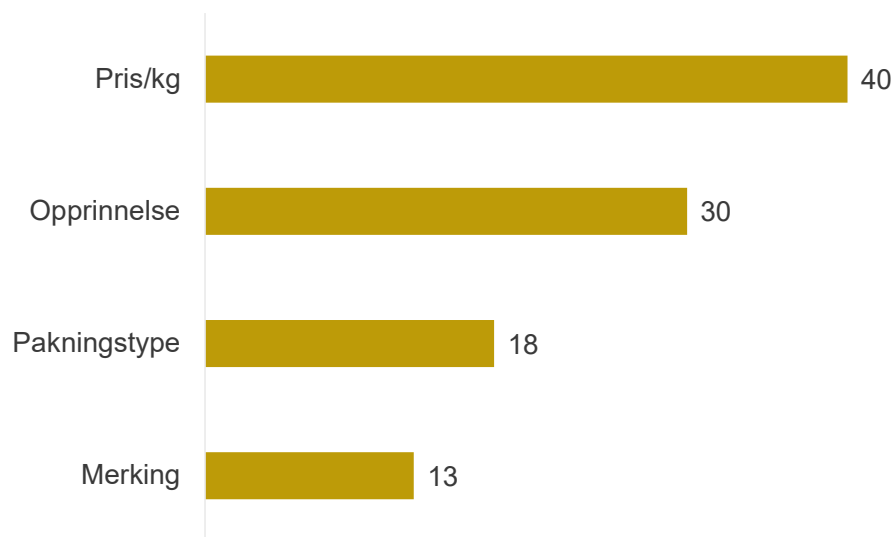
Valgene er basert på ulike typer frukt og grønt og analysene er gjort både samlet på tvers og ed på hver enkelt type frukt og grønt.

Isbergsalat
Tomat
Gulrøtter
Løk
Eple
Jordbær

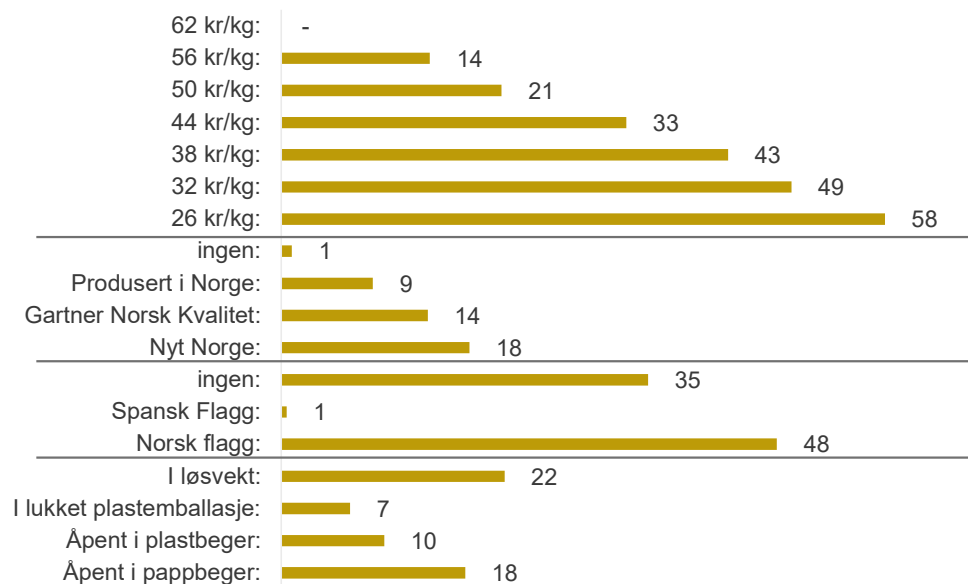
Pris er det viktigste valgkriteriet når forbrukerne velger frukt og grønt, etterfulgt av opprinnelse, pakningstype og merking

Nyt Norge kommer ut som mest attraktive merking, norsk flagg som opprinnelse kommer betydelig bedre ut enn spansk, men ikke dramatisk bedre ut enn fraværende merking av opprinnelse. Når det gjelder forpakning er løsvekt og åpent i pappbeger de foretrukne

Viktighet totalt på tvers av type frukt og grønt

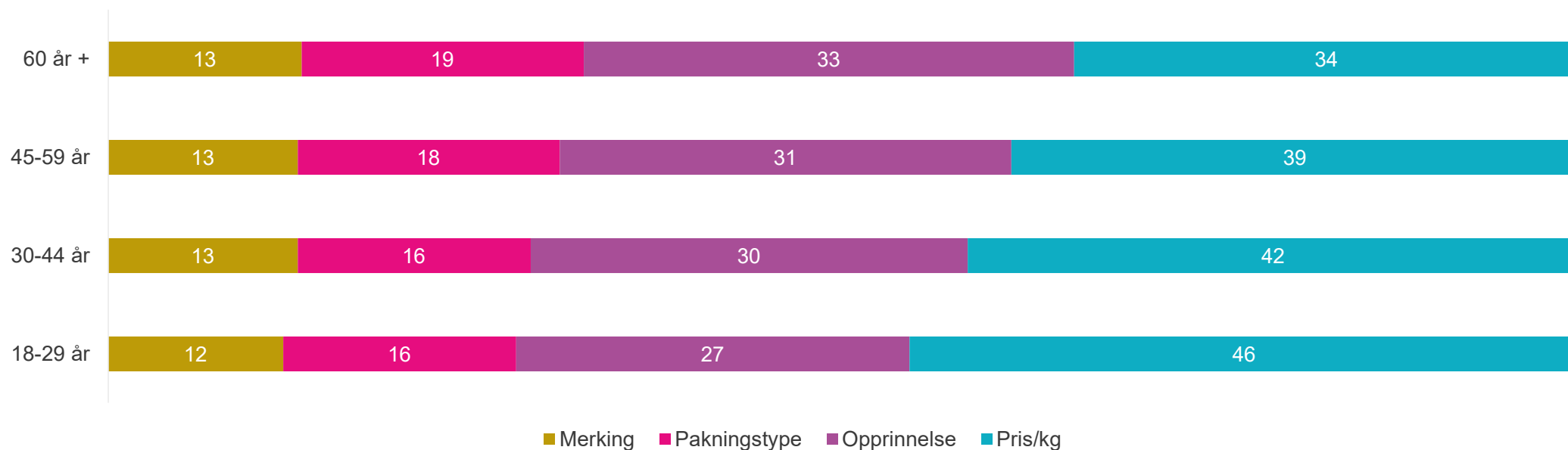


Hvor attraktive er ulike elementer



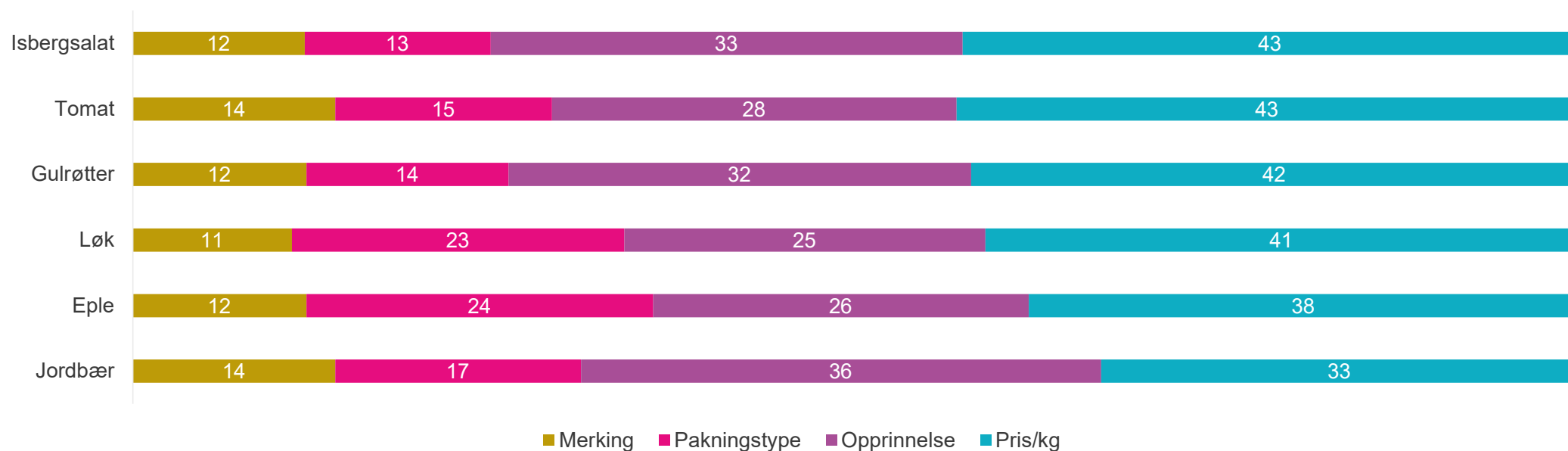
Viktigheten av pris går ned med økt alder, mens opprinnelse går opp

Viktighet totalt på tvers av type frukt og grønt



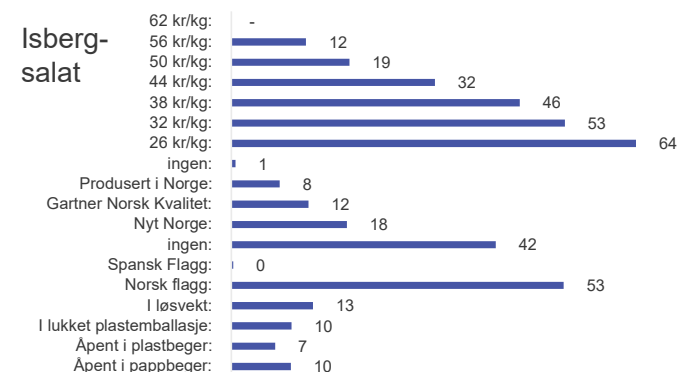
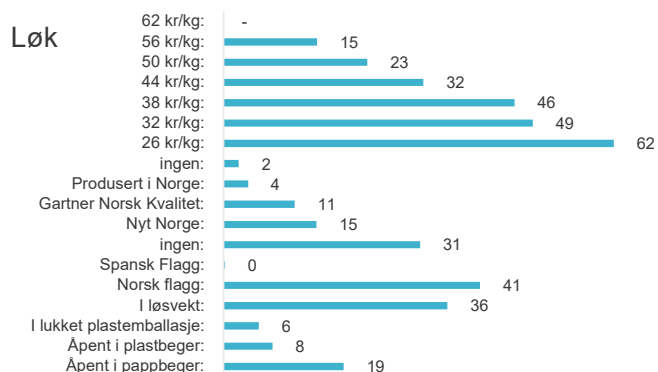
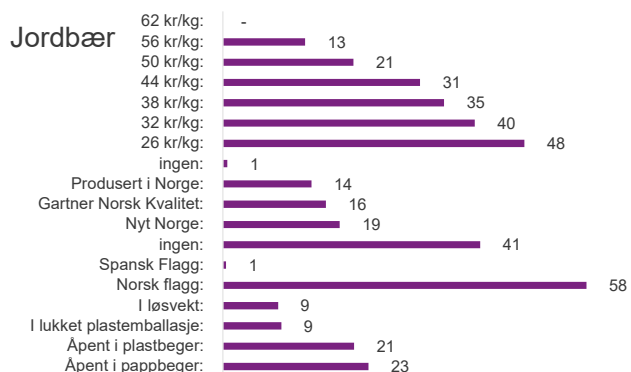
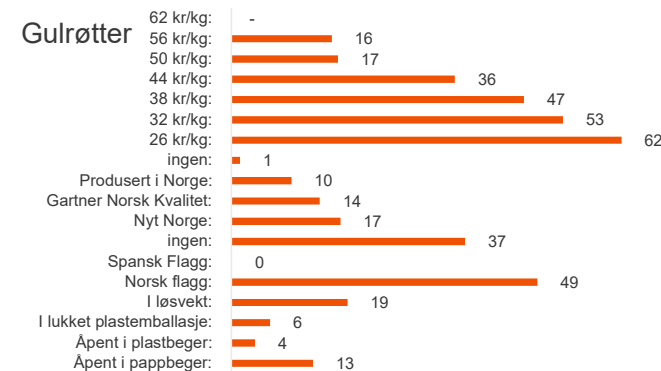
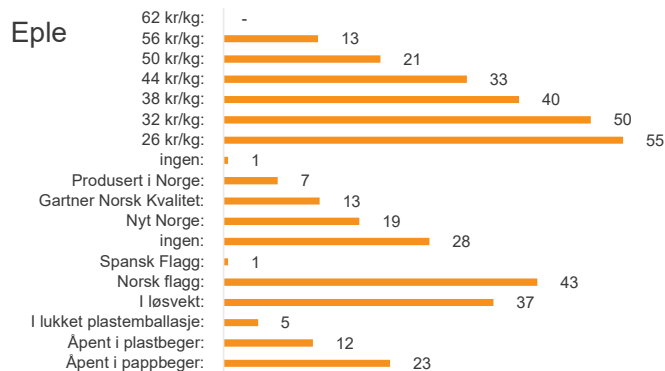
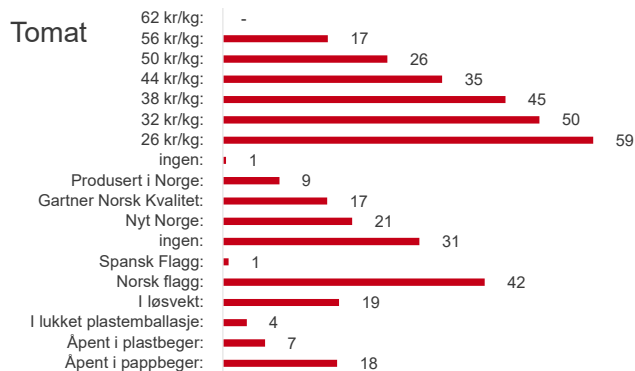
Viktigheten av opprinnelse er størst for jordbær og minst for løk, mens pakningstype er viktigst for løk og epler

Viktighet på type frukt og grønt

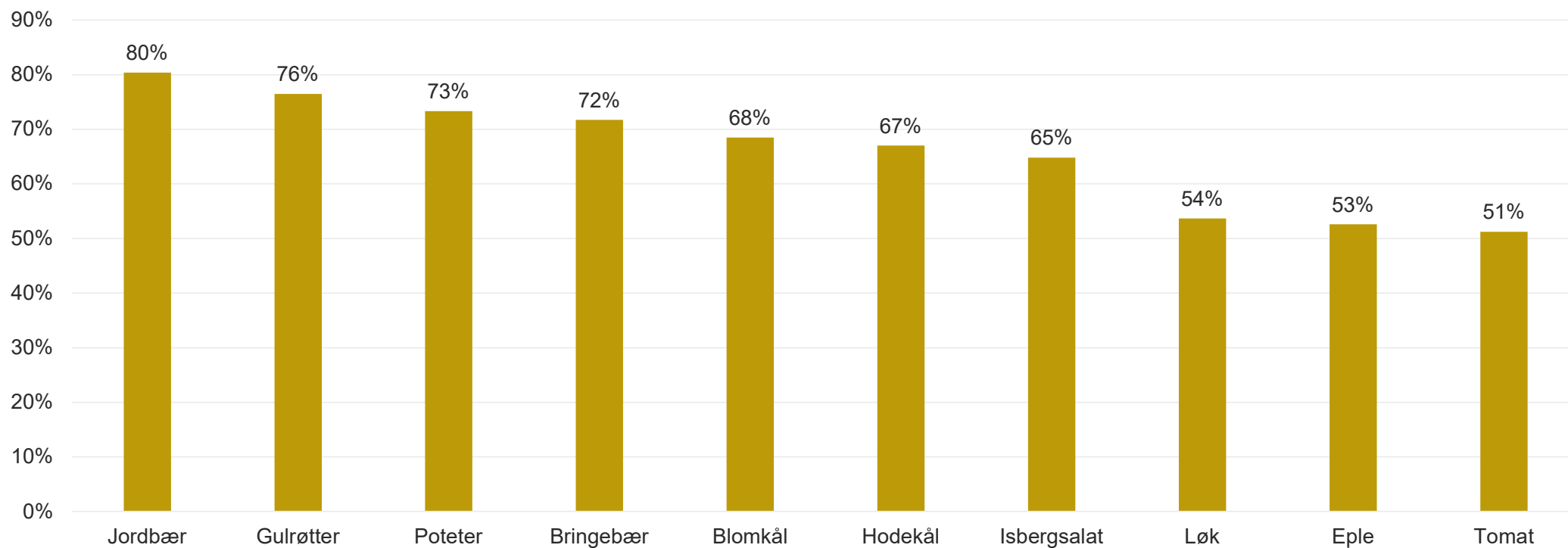


Hva er det som styrer forbrukernes valg av type frukt og grønt

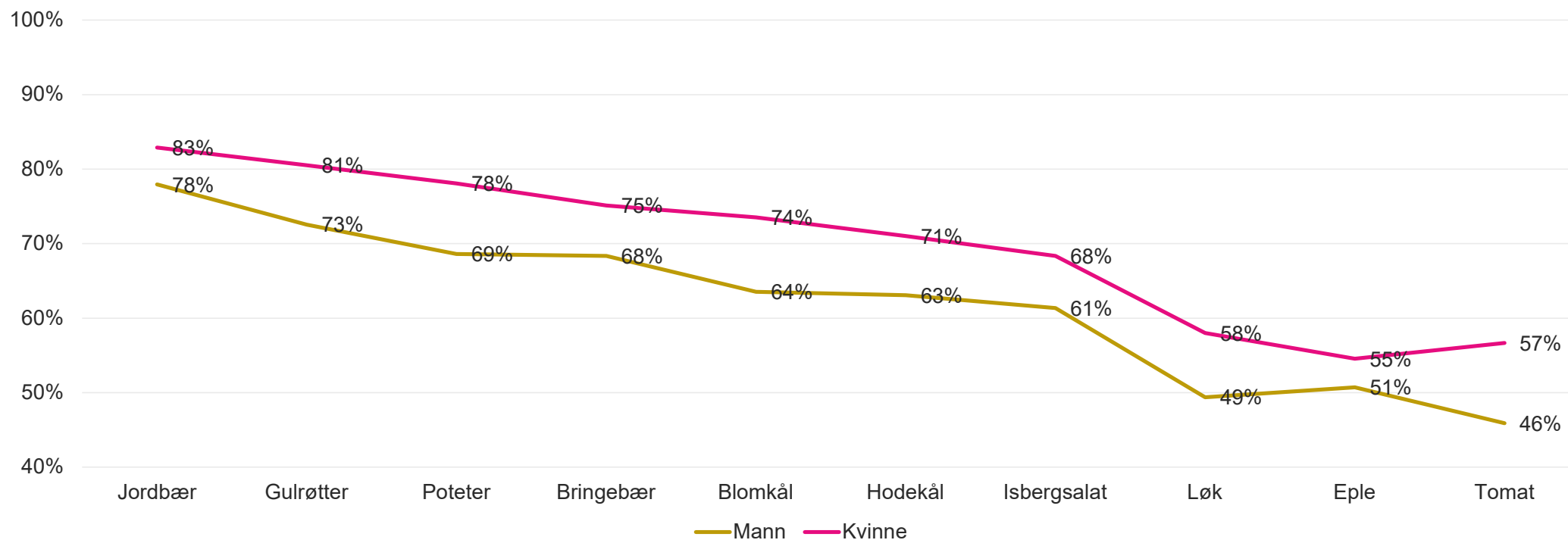
Det norske flagget har aller størst betydning for jordbær og isbergsalat



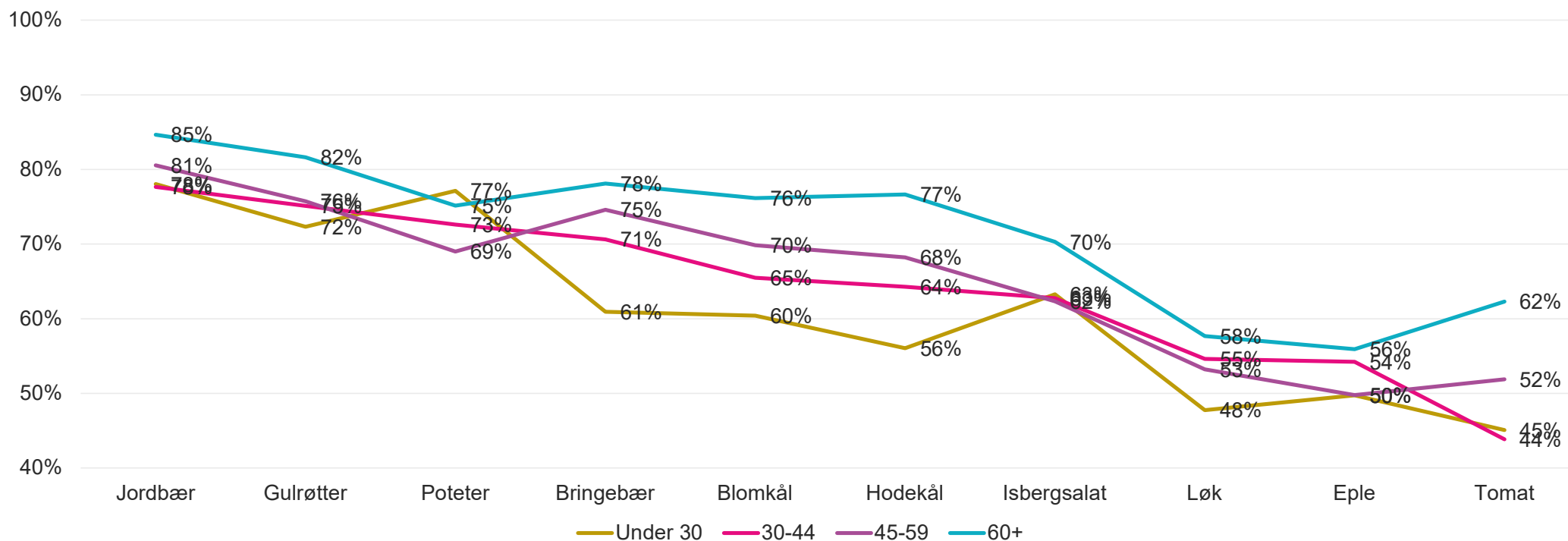
Norskpreferansen er størst når det kommer til bær, gulrøtter og poteter, mens den er lavest på løk, eple og tomat



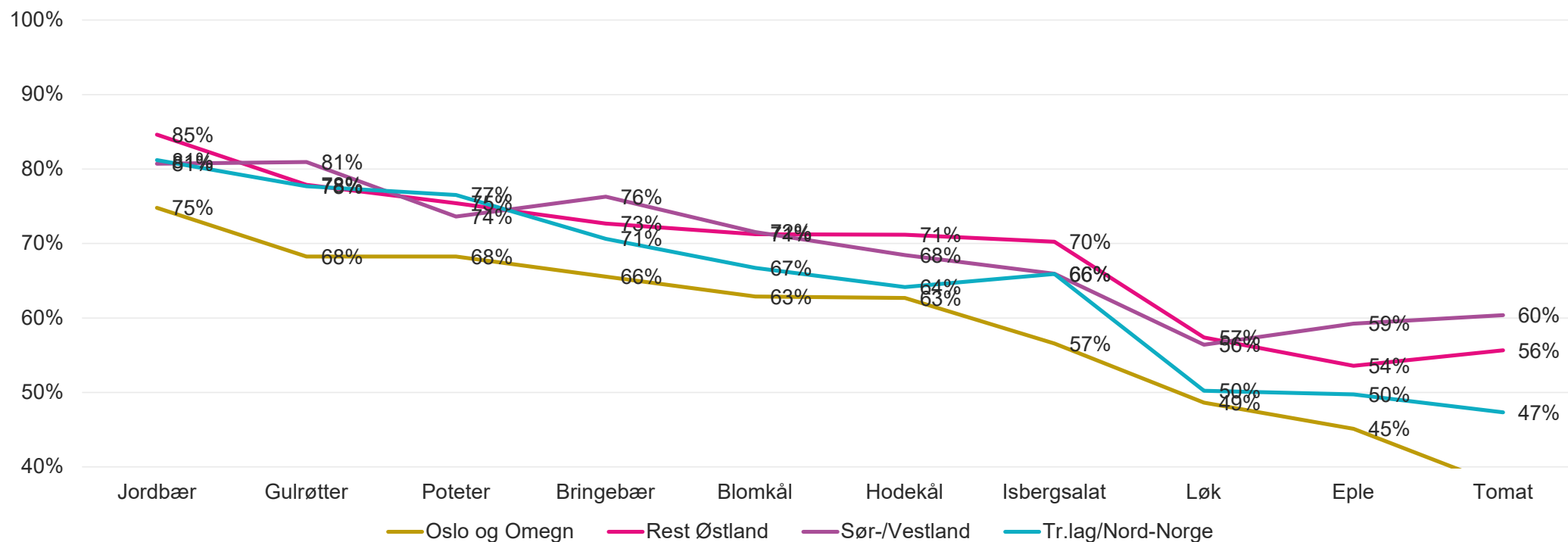
Kvinner er gjennomgående noe mer opptatt av norsk opprinnelse når det gjelder frukt og grønt



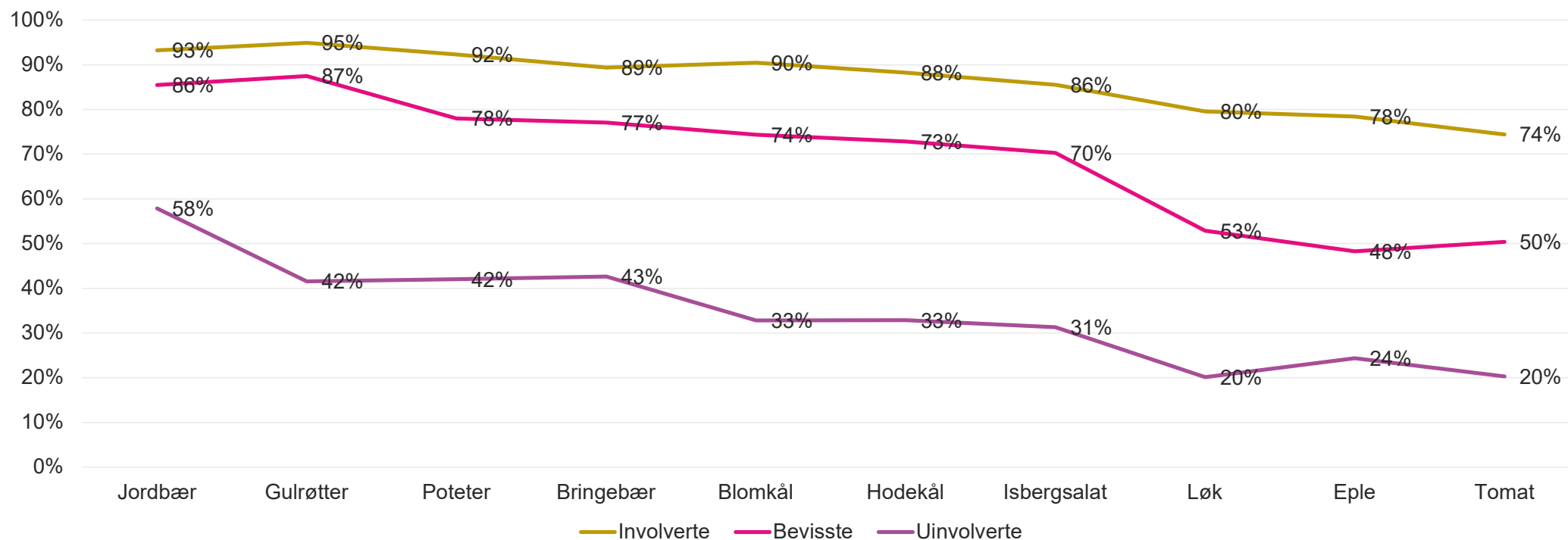
De eldre er gjennomgående noe mer opptatt av norsk opprinnelse når det gjelder frukt og grønt, mens unge under 30 år er litt mindre opptatt av dette, og det gjelder først og fremst bringebær, blomkål, hodekål og løk



De som bor i Oslo og omegn er noe mindre opptatt av norsk når det gjelder frukt og grønt enn det som gjelder ellers i landet



Bevissthet rundt og involvering kategorien påvirker i hvilken grad norskprodusert er viktig for folk

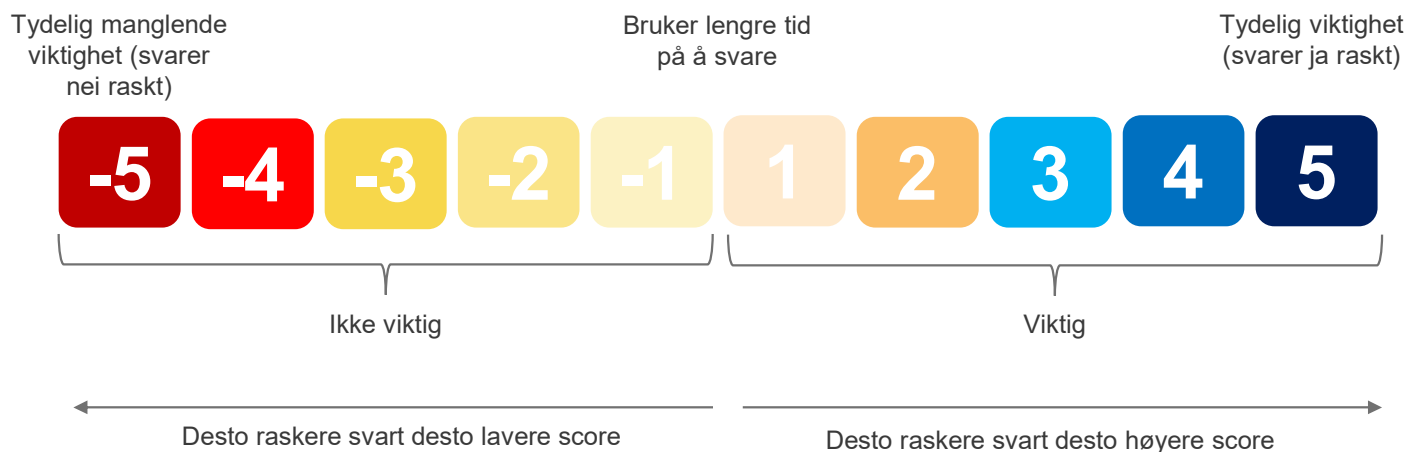


Implisittest - Gjennomføres for å måle styrke på viktighet av norsk

Respondentene blir bedt om **hvorvidt de mener norsk er viktig for en bestemt frukt eller grønnsak**

Vi tar også tiden det tar å svare. Tanken er at dersom du raskt svarer ja er viktigheten sterkere enn om de bruker lang tid på å svare ja. Samtidig er «manglende viktighet» sterkere om de raskt svarer nei enn om de bruker lengre tid. Dette betyr at forskjellen på ja og nei er større desto raskere de svarer. Bruker respondenten lang tid på svaret er imidlertid forskjellen på hvorvidt de mener norsk er viktig eller ikke.

IMP score = IMP scoren er en funksjon av hvorvidt assosiasjonen passer stimuli multiplisert med tiden det tar å svare.



Når vi ser på **styrken** i viktigheten av norsk, ser vi at norsk er en god del viktigere for jordbær enn øvrig frukt og grønt, og avstanden ned til eple, løk og tomat synes å øke

