



## Pressmeddelande

Solna, 24 november 2014

### Nio av tio har större tilltro till svensk djuromsorg

*En ny kundundersökning från ICA\* visar att 91 procent har större förtroende för svensk djuromsorg än djuromsorgen i andra europeiska länder. Undersökningen visar också att intresset för svensk mat är stort och att kunskapsnivån varierar när det gäller djurhållning i olika länder.*

– Svensk djuromsorg hör till de bästa i världen och det är glädjande att så många konsumenter har stort förtroende för djuromsorgen på svenska gårdar. Från ICAs sida arbetar vi målmedvetet för att öka andelen svenska varor i vårt centrala sortiment. Det är en av anledningarna till att vi under våren inledde ett samarbete med LRF, säger Anders Svensson, vd ICA Sverige AB.

I undersökningen fick kunderna bland annat svara på om det finns länder man undviker när man handlar nöt- respektive fläskkött. Polen, Danmark och Spanien sticker ut som tre ursprungsländer man helst undviker inom fläskkött medan Polen, Uruguay och Irland oftast väljs bort inom nötköttskategorin. 20 procent kan inte motivera sina val utan uppger att de baseras på ren känsla.

På frågan om vilket land inom EU man tror har högst antibiotikaanvändning inom djurhållningen svarar 32 procent Danmark medan 7 procent anger Tyskland. I realiteten har Tyskland 15 gånger högre antibiotikaanvändning än Sverige och Danmark har tre gånger högre antibiotikaanvändning än Sverige\*\*. 62 procent anger att deras val av kött påverkas av om djuren har behandlats med antibiotika.

– Resultatet bekräftar att det är svårt för konsumenten att bilda sig en uppfattning om skillnaderna olika länder emellan. Här har vi alla inom branschen ett ansvar förtydliga och förenkla informationen ut mot kund. På ICA arbetar vi exempelvis med att utöka ursprungsmärkningen på våra egna märkesvaror, fortsätter Anders Svensson.

#### **För att öka andelen svenska livsmedel i sortimentet har ICA under 2014 bland annat:**

- Inlett ett samarbete med LRF (Lantbrukarnas Riksförbund) som syftar till att bredda utbudet av svenska varor i butik och bidra till den svenska landsbygdens utveckling.
- Övergått till att enbart ha svensk råvara i ICAs eget bacon.
- Lanserat serien "God smak från" - med fokus på lokala smaker.
- Inlett ett arbete med tydligare ursprungsmärkning på egna märkesvaror inom t.ex. ost och frysta bär.
- Lanserat 13 mejeriartiklar med svenskt ursprung, däribland ICA Färsk vispgrädde och ICA Lättmjölk
- Satsat på förstärkt marknadsföring av svensk mat genom bl.a. kampanjen "Vi gillar svenskt kött".
- Ökat försäljningen av svenskt fläskkött med 10 procent.

Se bifogat faktablad eller ladda ner [hela rapporten](#) för mer information.  
ICAs presstjänst nås på telefon: 010 422 52 52

\*Undersökningen handlade om djuromsorg av matproducerande djur och besvarades av ICAs kundpanel. Frågorna skickades ut via e-post den 17 oktober och låg ute till och med den 5 november. Totalt deltog 1377 personer.

\*\* Källa: Europeiska läkemedelsmyndigheten, EMA



### Faktablad - ICAs kundpanel om djuromsorg.

- 42 procent säger att främsta anledningen till att de köper svenskmärkt kött är att de vill stödja svenska lantbruks möjlighet att fortsätta producera kött.
- 27 procent väljer svenskmärkt kött för att de tror att djuromsorgen är bättre i Sverige.
- 84 procent tycker att det är ganska eller mycket viktigt med svensk- och närproducerade mejeri- och köttprodukter när de väljer varor i mataffären.
- 46 procent är villiga att alltid betala mer för en produkt för att säkerställa att djuret haft en rättvis djurhållning. 44 procent svarar att de ibland är villiga att göra det.
- 76 procent tycker att det är mycket viktigt att mjölkkor får tillgång till bete, men 48 procent känner inte till att svenska mjölkkor har lagstadgad rätt till det.
- 91 procent har större förtroende för svensk djuromsorg än djuromsorgen i andra europeiska länder
- 62 procent anger att deras val av kött påverkas av om djuren har behandlats med antibiotika.

För hela undersökningen se separat [rapport](#).