



Fazer har undersökt hur de dagliga måltiderna har förändrats: Hälften av finländarna går miste om en optimal matstund i vardagen

Förändringar i arbetslivet och dagsrytmen medför förändringar i vardagsmåltiderna och de krav som ställs på dessa. De dagliga matstunderna har dock stor betydelse för välbefinnandet – för både kropp och själ. Enligt Fazers färskaste undersökning* upplever färre än hälften av finländarna (48 %) att de har möjlighet till en optimal matstund i vardagen.

Våra matvanor påverkar allt, vad vi gör och vad vi är: maten utgör grunden för vår fysiska hälsa, men matstunderna är också en allt viktigare möjlighet att ta en paus i den bråda vardagen. Det är också vad många önskar sig. Över 80 procent av finländarna upplever att lunchpausen bland annat är ett mycket viktigt tillfälligt avbrott i arbetsdagen. Ändå visar en färsk undersökning* som Fazer låtit göra att färre än hälften av finländarna (48 %) upplever att de har möjlighet till en optimal matstund i vardagen.

"Matstundens betydelse för välbefinnandet inbegriper mycket mer än enbart näringsämnen på tallriken. Vi vill att allt fler finländare ska ta sig tid att äta god och hälsosam mat varje dag i alla skeden av livet. Som en stor aktör har vi möjlighet och det är också vårt ansvar att främja denna fråga", säger **Jaana Korhola**, VD för Fazer Food Services Finland.

En optimal matstund inkluderar god mat som avnjuts i lugn och ro i en trivsamt miljö

Enligt undersökningen äter närmare hälften av alla finländare över 15 år lunch utanför hemmet minst en gång i veckan. Var sjätte finländare äter lunch utanför hemmet varje vardag. Lugn och ro är det som flest (49 % av svarspersonerna) önskar sig av en optimal matstund. Näst viktigast är att maten är god och miljön trivsamt.

Fazer genomför för närvarande en omfattande förnyelse av sina restauranger i Finland. Tanken bakom de nya Fazer Food & Co-restaurangerna är att de ska stödja kreativitet och ork på arbetsplatser. De välbekanta Amica-restaurangerna specialiserar sig särskilt på att sörja för barns ork och inläring samt äldre människors livsglädje och välbefinnande.

Mat för kropp och knopp

Undersökningen visar att särskilt kvinnor och personer som äter lunch på restaurang upplever det viktigt att maten är hälsosam. För personer som äter i student- och företagsrestauranger är det viktigaste att maten ger energi och ork.

"Mat har en tydlig koppling till den kognitiva prestationsförmågan. Hjärnan behöver ett visst slags näring för att vi ska hålla oss uppmärksamma och klara av att lära oss nya saker. På Fazer forskar vi i detta och tillämpar kunskaperna inom ramen för vårt omfattande, internationella program *Fazer Brainhow*", säger Jaana Korhola.

Genom att arbetslivet förändras blir måltiderna också allt mer "café- och mellanmålsbetonade" då arbetet i allt större utsträckning sker oberoende av tid och plats. Ett växande fenomen är att man vid arbetsdagens slut gärna köper mat med sig hem i lunchrestaurangen (51 % av svarspersonerna). Denna möjlighet uppskattas särskilt av personer i åldrarna 25–34 år.

**Undersökningen Suomalaisten arjen ateriat (Finländarnas vardagsmåltider) genomfördes på uppdrag av Fazer i form av en webbpanel i augusti 2017. Över 1 000 finländare över 15 år deltog i undersökningen och urvalet är representativt över landet. Undersökningen genomfördes av Evidens Oy.*

Ytterligare information:

Fazers medietelefon är öppen för journalister vardagar kl. 8.00–16.00, tfn 040 668 2998.

Hanna Halmela, Insight Manager, Evidens Oy, tfn. 050 566 5523, hanna.halmela@evidens.fi

Fazer-koncernen

Fazer är ett internationellt familjeägt företag som erbjuder bageri-, konfektyr-, kex- och spannmålsprodukter samt måltids- och cafétjänster av hög kvalitet. Koncernen har egen verksamhet i åtta länder och export till cirka 40 länder. Fazers mission är Mat med mening. Fazers framgång har sedan etableringen 1891 grundats på bästa kvalitet i produkter och tjänster, populära varumärken, kunniga medarbetares engagemang och företagets ansvarsfulla sätt att arbeta. Fazer-koncernens omsättning 2016 uppgick till 1,6 miljarder euro och antalet anställda till närmare 15 000. Fazers verksamhet följer etiska principer som baserar sig på koncernens värderingar och FN:s Global Compact.

Vi skapar smakupplevelser