



PRESSMEDDELANDE 2013-08-07

Okunskap kring att äta hållbart

Svenskar anser att begreppet "hållbar diet" framför allt innebär att äta närodlat. Endast var sjätte person anser att växtbaserat istället för animaliskt är en viktig pusselbit i denna ekvation. Experter är överens om att denna siffra måste stiga och att det viktigaste ur ett hållbarhetsperspektiv är just en övergång från animalisk kost till en kost som innefattar mera växtbaserade alternativ.

Endast 16 procent av alla svenskar förknippar en hållbar diet med att välja mer vegetabilier än animaliska livsmedel. Det visar en undersökning genomförd av Novus på uppdrag av Alpro. Istället är det närodlat och att slänga mindre som toppar listan. Detta trots att experter menar på att det viktigaste vi som konsumenter kan göra för att äta mer hållbart är just att öka andelen vegetabilier på tallriken och i glaset.

Vad betyder begreppet "äta hållbart" för dig? Ange upp till tre alternativ.

- | | |
|--|--|
| 1. Att äta närproducerat (50 %) | 8. Att äta mer vegetabilier än livsmedel från djurriket (16 %) |
| 2. Att slänga mindre mat (44 %) | 9. Att undvika tomma kalorier (9 %) |
| 3. Att äta företrädesvis ekologiskt (33 %) | 10. Att köpa produkter utan förpackning (8 %) |
| 4. Att äta mat utifrån säsong (32 %) | 11. Att äta mindre (6 %) |
| 5. Att maten produceras på schyssta villkor för arbetarna (23 %) | 12. Att äta helt vegetariskt (3 %) |
| 6. Att man äter livsmedel med låga koldioxidutsläpp (20 %) | 13. Att äta helt veganskt (1 %) |
| 7. Att man väljer fisk från vissa bestånd (19 %) | 14. Vet ej (13 %) |

– Resultatet förvånar oss inte. Det är många som inte känner till att just skillnaden mellan animaliskt och växtbaserat är så stor när det kommer till påverkan på jorden och klimatet. Utsläpp från transporter när råvaror och produkter fraktas, står ofta för en väldigt liten del i denna påverkan, säger Hanna Möller, produktchef för Alpro i Sverige.

Forskning från IVL (Svenska Miljöinstitutet) visar att man får en kraftig minskning av klimatutsläpp om nötkött byts ut mot vegetariska alternativ i matkassarna. Allra lägst utsläpp har matkassen innehållande säsonganpassad vegetarisk mat. Även Naturskyddsföreningen säger att en av de viktigaste sakerna du kan göra för att äta miljövänligt är att äta mera grönt.

– Vill man börja äta mer miljövänligt så bör den främsta prioriteringen vara att äta mer vegetariskt. En smart konsument väljer sedan att äta mer ekologiskt, följt av att äta i säsong och sist kommer att äta närproducerat. Alla delar är såklart viktiga, men för många idag känns det angeläget att veta hur man som konsument gör allra mest nytta, säger Emelie Hansson, Naturskyddsföreningen.

Kvalitet, pris och smak är de viktigaste faktorerna vid val av livsmedel i butik. Bara 14 % svarar att det är avgörande hur produkten påverkar miljön. Undersökningen visar också att en fjärdedel (26 %) regelbundet byter ut animaliska livsmedel mot livsmedel från växtriket. En tredjedel (36 %) har gjort det någon enstaka gång medan drygt en tredjedel aldrig gör det (38 %).

Alpro® är både europeisk och svensk marknadsledare för sojabaserade drycker och vegetabiliska livsmedel (margarin, desserter och varianter till yoghurt, alternativ till gräddor och kött) och har nyligen utökat sitt sortiment med drycker baserade på mandlar och hasselnötter. Alpro® har sitt huvudkontor i Ghent, Belgien, och sysselsätter mer än 850 personer. Alpro® omsatte 300 miljoner euro under 2012 och fortsätter att växa.



* Undersökningen har genomförts av Novus webbpanel på uppdrag av Alpro under perioden 30 maj-5 juni 2013. Mätningen omfattar sammanlagt 1027 svarande.

Källor:

Undersökningsresultatet från Novus.

IVL - <http://www.ivl.se/press/nyheter/pressmeddelande/narodlatinteklimatsmartastevalet.5.3d71f8313d6a4ffc792a66.html>

För mer information eller diskussion, vänligen kontakta:

Hanna Möller, produktchef Alpro® (Kung Markatta)

076-006 42 59

hanna@kungmarkatta.se

Alpro ® är både europeisk och svensk marknadsledare för sojabaserade drycker och vegetabiliska livsmedel (margarin, desserter och varianter till yoghurt, alternativ till grädde och kött) och har nyligen utökat sitt sortiment med drycker baserade på mandlar och hasselnötter. Alpro ® har sitt huvudkontor i Ghent, Belgien, och sysselsätter mer än 850 personer. Alpro ® omsatte 300 miljoner euro under 2012 och fortsätter att växa.