

Faktabakgrund:

"Konsumentundersökning om medvetna val och dess hinder"

För att öka kunskapen om hur kund upplever när de ska handla mat i butik har det genomförts en konsumentundersökning. Syftet är att se vad som behövs för att komma närmare kundernas behov av information och utbud. Detta för att prioritera insatser för att underlätta för kunderna att fatta medvetna val i butik.

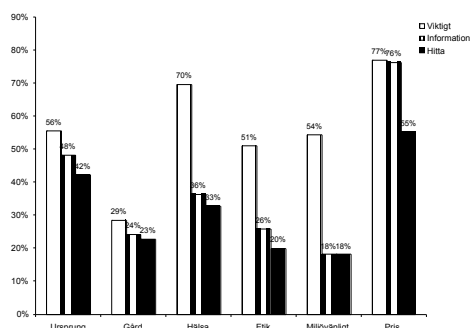
Konsumentundersökningen är genomförd i oktober 2005 av undersökningsföretaget Ipsos på uppdrag av Matvalet. Den är baserad på kvantitativa enkäter och djupintervjuer genomförda med konsumenter i stockholmsområdet. Den kvalitativa metoden kompletteras med en "accompanied shopping" där man studerade konsumenter när de handlade i olika butiker. De har fått svara på frågor om vad som är viktigt när de väljer livsmedel.

De har fått ta ställning till:

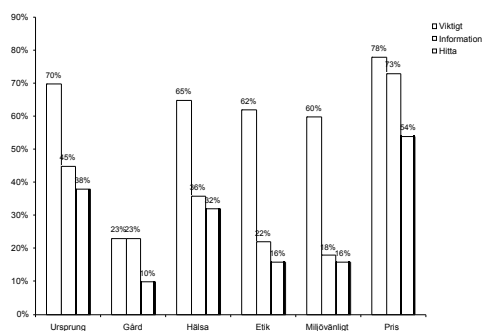
- vilken information de vill ha
- hur lätt och svårt det är att hitta i butiker
- butikernas egna varumärken
- vem bär ansvaret för de livsmedel som erbjuds

Matvalet bildades 2003 och är ett samarbetsprojekt mellan Centrum för folkhälsa vid Stockholms läns landsting, Sigill Kvalitetssystem, Svenska Naturskyddsföreningen och Sveriges Konsumentråd. Gruppen arbetar för att skapa bättre förutsättningar för konsumenter att kunna välja mat.

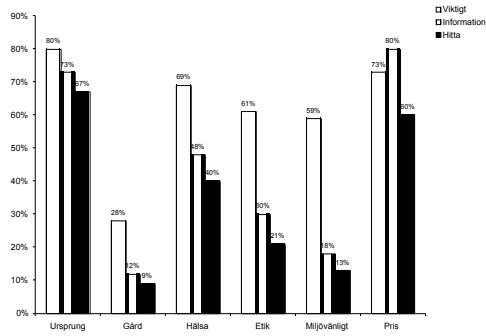
1. Hur viktigt är nedanstående saker för dig när du ska köpa mat?



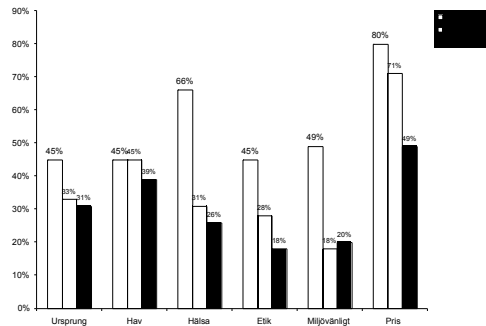
2. Hur viktigt är nedanstående saker för dig när du ska handla kyckling?



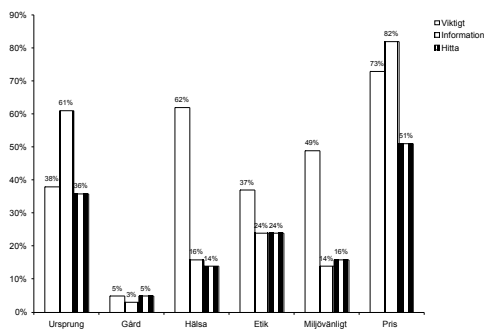
3. Hur viktigt är nedanstående saker för dig när du ska handla köttfärs?



4. Hur viktigt är nedanstående saker för dig när du ska handla fiskpinnar, fiskpanetter och liknande frysta fiskprodukter?



5. Hur viktigt är nedanstående saker för dig när du ska handla äpplen?



6. Hur viktigt är nedanstående saker för dig när du ska handla yoghurt?

