

RACY

HOW DO WE
CLOSE THE
GREEN GAP?

t äta
planet.






THE VEGOCRACY REPORT '23

HOW DO WE
CLOSE THE
GREEN GAP?

En internationell studie i hur vårt sätt att äta
påverkar både vår egen hälsa och vår planet.





INNEHÅLL

VI MÅSTE TA ITU MED DET GRÖNA GAPET	7
VARFÖR ÄR DEN HÄR UNDERSÖKNINGEN VIKTIG?	9
VIKTIGASTE SNABBFAKTAN FÖR DIG I FARTEN	10
DET GRÖNA GAPETS TIDSÅLDER	14
Vi har ett grönt uppfattningsproblem	15
Människor vill äta mer hållbart, men gör inte det	15
Koldioxidförvirring	17
Tydligare klimatmärkning någon?	17
Intervju: Dr. Steffen Hirth	18
EN (OHÄLSOSAM) VÄLSIGNAL ATT INTE VETA	20
Ingen vilja och ingen kunskap	21
Även de som vet kämpar	21
Det gröna gapet är internationellt	22
WHO. Vadå?	23
Intervju: Dr. P.K. Newby	24
STATISTIK I LAGOM PORTION	26
HAR VI RÅD ATT (INTE) ÄTA GRÖNT?	28
Kostnadsfråga eller prioriteringsfråga?	29
Skenande inflation påverkar våra matvanor	29
Grönsakerna förlorar mot saldot på kontot	30
De höga levnadskostnaderna påverkar oss alla	31
INGEN VERKAR PRIORITERA PLANETEN PÅ SIN TALLRIK, VARFÖR?	32
Gott för mig eller för miljön – kan jag inte få båda?	33
Kunskap kontra inflation	33
Har vi alls koll på matens koldioxidutsläpp?	35
ATT ÖVERBRYGGA (DET GRÖNA) GAPET	36
Kunskap är svaret	37
För människor och planeten är tydligare märkning vägen framåt	37
Gör det obligatoriskt	37
VI KAN INTE VÄNTA LÄNGRE	38



”VI MÅSTE TA ITU MED DET GRÖNA
GAPET PÅ EN GLOBAL NIVÅ, ANNARS
KOMMER DET VARA FÖR SENT. VI
HAR FORTFARANDE TID. LÅT OSS
FÖRVALTA DEN VÄL.”



DAVID VON LASKOWSKI,
PRESIDENT & CEO PICADELI

VI HAR ETT PROBLEM – OCH EN LÖSNING

År 2022 lanserade vi Vegocracy Report för första gången; en internationell studie där vi undersöker människors matvanor, med ett extra fokus på den hälsosamma och näringsrika kosten. Undersökningen gav oss häpnadsväckande insikter. Till exempel det faktum att en tredjedel av familjerna inte hade råd att äta frukt och grönt enligt rådande riktlinjer*.

Det var en ögonöppnare, som fick oss att ställa frågan: ska hälsosam mat verkligen vara ett privilegium? Vi tycker inte det. Och vi känner oss ännu mer dedikerade till vårt uppdrag, att demokratisera den hälsosamma maten och sprida kunskap. Men samtidigt inser vi att vi måste ta ett större grepp. Ingen planet, inga människor. I år riktar vi därför inte bara uppmärksamheten mot vår hälsa – utan även mot vår planet.

För det är bråttom nu. Om vi ska hinna göra någonting åt klimatförändringarnas katastrofala följder måste vi höja tempot. FN:s klimatavtal uppmanar världssamfundet att arbeta hårt för att minska koldioxidutsläppen i alla länder och inom alla branscher. Det är ingen hemlighet att maten vi äter står för 30 % av de globala koldioxidutsläppen**. Detta måste förändras om vi ska rädda vår planets hälsa och framtid. Därför bestämde vi oss för att låta Vegocracy-rapporten 2023 svara på två viktiga frågor – hur mycket vet vi egentligen om att äta grönt? Och varför äter vi inte mer hållbart?

Är våra ohållbara vanor ett resultat av den ekonomiska krisen och skenande levnadskostnader? Och hur kan vi i sådant fall bidra till att riva hinder? En enskild individ kan göra stora förändringar när det kommer till det egna koldioxidavtrycket, men för att uppnå ett skifte i livsmedelssystemet krävs ett förändrat politisk-ekonomiskt tankesätt.

Och årets stora fråga är; hur stänger vi “the green gap” eller som vi på svenska kan kalla “det gröna gapet”? Ett gap som handlar om hur medvetna vi egentligen är om behovet av att äta grönare, både för vår kropp men inte minst för vår planet, och hur vi det till trots ändå agerar.

Vår förhoppning är att årets Vegocracy-rapport ska fungera som en inspirationskälla för hela livsmedelsindustrin och visa hur vi kan, och måste, göra för att främja övergången till hälsosamma och hållbara livsmedelssystem. Vi måste ta itu med det gröna gapet på en global nivå, annars kommer det vara för sent. Vi har fortfarande tid. Låt oss förvalta den väl.

* Studie genomförd med 11 000 respondenter i sju länder av Kantar på uppdrag av Picadeli 2022.

** IPCC, 2019

VI HAR ETT UPPDRAG
ATT HJÄLPA VÄRLDEN
ATT ÄTA GRÖNARE,
EN SALLAD I TAGET



VARFÖR SKA DU BRYR DIG?

Vi vill att världen ska äta grönare. Och det är inte bara för att du ska kunna lyfta skrot och se bättre i mörkret, det är också för att värna om den här planetens hälsa. Något som angår oss alla – ung som gammal. Men trots att vi vet att vi borde äta mer grönt, så gör vi inte det. I förra årets Vegocracy Report belyste vi hindren till att äta mer grönt. I år tar vi reda på vad som har förändrats. Eller kanske snarare varför saker och ting inte förändras? Vi undersöker hur vi kan hjälpa människor att äta grönare, och vilka hinder som vi behöver riva. Handlar hindren om skenande levnadskostnader, missvisande information om klimatpåverkan, eller något helt annat?

SÅ HÄR GJORDE VI

Vegocracy-rapporten är en omfattande internationell undersökning utförd av det globala analysföretaget Kantar med över 10 500 respondenter i sju länder: Belgien, Finland, Frankrike, Tyskland, Sverige, Storbritannien och USA med ett minimum på 1 000 deltagare i varje land. Varje undersökning pågick i cirka 10 minuter och genomfördes på respektive lands språk. Alla frågor besvarades av män och kvinnor i åldrarna 18–65 år. Undersökningen gjordes online mellan december 2022 och januari 2023. Vi har använt oss av framstående, oberoende experter och akademiska institutioner som vägledning och stöd för hypoteserna i studien.

VARFÖR BRYR VI OSS?

Picadeli är en svensk salladspionjär som drivs av missionen att snabbmat ska vara mat som är bra för dig. Det vill säga motsatsen till skräpmat. Vi vill gå i spetsen för att demokratisera hälsosam mat, både för vår egen skull och för miljön runt omkring oss. Sedan 2009 har vi serverat fräsch, lättillgänglig, hälsosam och god snabbmat i mer än 2 000 butiker runt om i Europa och USA. Genom högteknologiska salladsbarer har vi minskat avfallet, främjat hälsosamma måltidsalternativ och visat människor framtidens snabbmat. Vi känner ett stort och genuint ansvar för våra kunders hälsa, men vi upplever att det är så tätt sammanlänkat med hur vår planet mår att vi måste arbeta med båda frågorna samtidigt.



SNABBA FAKTA FÖR DIG I FARTEN

Trumvirvel, tack! Här är de viktigaste insikterna från vår internationella undersökning 2023, serverat i små munsbitar för alla som har bråttom. Vi hoppas att det ska väcka aptiten för att smaka på hela rapporten!

49%

Prioriterar kostnad framför klimat – nästan hälften av respondenterna (49 %) uppgav att det största hindret till att äta mer hållbart är priset. Men frågan är, har vi verkligen råd att tänka så?

3%

Endast 3 % av respondenterna uppgav miljön som den viktigaste faktorn när de valde sina måltider. I våra vardagliga val prioriteras sällan planeten.

53%

Över hälften av respondenterna (53 %) uppgav att tydligare märkning skulle hjälpa dem att göra mer hållbara val när det kommer till livsmedel. Ja, vi har hört talas om vårt koldioxidavtryck, men vad sägs om koldioxidkalorier?

24%

Cirka en fjärdedel (24 %) av respondenterna tror sig inte kunna påverka sitt koldioxidavtryck. Av dessa är det bara 12 % som anser att deras val av mat är den faktor som har störst inverkan på deras koldioxidavtryck. Vi verkar helt enkelt inte inse att vårt sätt att äta i allra högsta grad påverkar våra koldioxidutsläpp.

49%

Våra smaklökar styr många av våra val. Varannan deltagare (49 %) tycker att smak är viktigast när de väljer vad de ska äta.

**MED ANDRA ORD:
VI VÄLJER SMAK
OCH PRIS FÖRE
VÅR PLANET**

18 %

Endast 18 % av respondenterna kunde ange WHO:s riktlinjer för dagligt intag av frukt och grönt. Saknar vi kunskapen eller saknar vi viljan?

32 %

Det handlar om plånboken. I alla sju länder uppgav 32 % av de som inte äter den rekommenderade mängden frukt och grönt att det beror på priset. Siffrorna ser likadana ut som 2022.



34 %

34 % av de som inte äter enligt riktlinjerna uppgav att det beror på att de inte prioriterar att äta frukt och grönt. What the health?

VI SKULLE ÄTA BÄTTRE OM VI HADE KUNSKAPEN OCH HJÄLPEN

Över hälften (53 %) uppgav att tydligare märkning av livsmedels näringsinnehåll skulle hjälpa dem att göra bättre val.

HÖGA LEVNADS- KOSTNADER PÅVERKAR VÅR HÄLSA

27 % avstår idag från frukt och grönt, för att spara pengar när de veckohandlar.

DET FINNS ETT GRÖNT GAP

Mindre än en av fem respondenter i alla sju länder (16 %) klarar av att följa WHO:s kostråd om dagligt intag av frukt och grönt.

VI LEVER I DET GRÖNA GAPETS TIDSÅLDER

Klockan tickar i kapplöpningen om att ta itu med klimatförändringarnas globala effekter, och det finns mycket kvar att göra.

Genom FN:s Parisavtal uppmanas världssamfundet att arbeta hårt för att minska koldioxidutsläppen i alla länder och inom alla branscher. Vi vet att maten vi äter står för 30 % av de globala koldioxidutsläppen. Detta måste ändras, om vi ska ha en chans att rädda vår planets hälsa och framtid. En omställning är möjlig. Om vi bestämmer oss.*

Men det gröna gapet gör det svårt. Det gröna gapet handlar om att många människor fortfarande kämpar för att ha råd att äta hållbart och grönt, och många vet dessutom inte hur man gör. Det är inte bara en brist på kunskap och en tight budget som bidrar till det gröna gapet, vi har bokstavligen talat ingen aning om hur vår mat påverkar koldioxidutsläppen (netto noll-kunskap). Inget av detta är bra. Det är dåligt för vår hälsa, men även för planetens hälsa.

*IPCC, 2019



VI HAR ETT GRÖNT UPPFATTNINGSPROBLEM: HÅLLBART = INTE GOTT

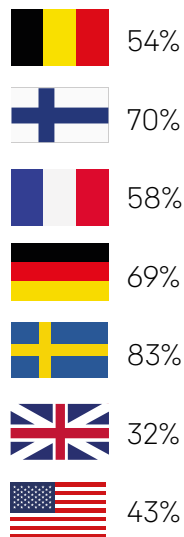
Nästan hälften (49 %) av respondenterna säger att smak är den faktor som styr när man väljer vad man ska äta. När vi frågar dem om de bryr sig om miljön när de väljer mat, sjunker siffran dramatiskt till 3 %. Därtill så anser endast 22 % att hållbar mat är synonymt med "godare mat". En ohållbar ekvation, helt enkelt. Vi fortsätter att prioritera smaken framför planeten, ett stort hinder för att äta grönare. Visst, vi vill dra vårt strå till stacken, men vi vill också njuta när vi gör det.

MÄNNISKOR VILL ÄTA MER HÅLLBART, MEN GÖR INTE DET

Varför fortsätter vi att äta på ett sätt som kommer att förstöra vår planet? Vi saknar förståelse för hur det vi äter påverkar den globala uppvärmningen och planetens stigande temperaturer. Cirka en fjärdedel (24 %) av respondenterna tror inte att de kan påverka sitt koldioxidavtryck, och av dessa var det bara 12 % som ansåg att deras matvanor skulle kunna vara den faktor som i högst utsträckning påverkade koldioxidavtrycket. Det är ingen överraskning. Faktum är att 82 % av respondenterna inte visste vad FN:s Parisavtal innebär i förhållande till en måltids koldioxidutsläpp, trots att de har hört talas om själva avtalet. Denna siffra var högst i USA, där 89 % inte kunde svara eller svarade fel.

MIND THE GAP

Fråga: Har du hört talas om Förenta nationernas Parisavtal?





DET GRÖNA GAPET MELLAN LÄNDER – SPELAR DET NÅGON ROLL?

Vi är en del av livsmedelsindustrin, och vi vill göra mer för att hjälpa konsumenterna att fatta bättre beslut kopplade till matens klimatpåverkan. Det finns tyvärr ingen standardmetod, eller för den delen någon obligatorisk märkning som varumärken kan använda på sina livsmedel för att informera om produkternas koldioxidavtryck. Och hur går det då för de konsumenter som faktiskt vill äta grönare?

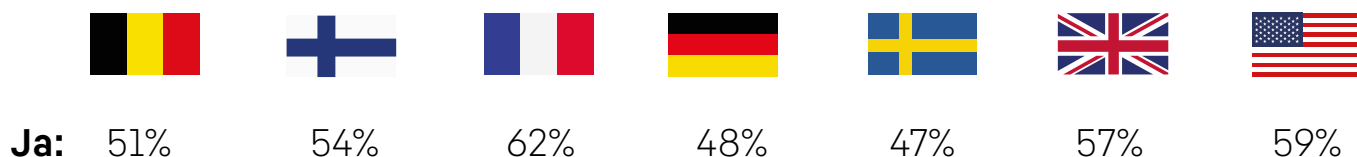
KOLDIOXIDFÖRVIRRING

Utan ordentlig vägledning för konsumenterna blir det omöjligt för dem att förstå livsmedlens koldioxidavtryck. Vår undersökning visar att en fjärdedel (25 %) av de tillfrågade trodde att rött kött var den mest hållbara maten när de fick värdera en lista med rött kött, skaldjur, fågel, frukt och grönsaker och växtbaserat protein. En siffra som dessutom steg till nästan två av fem personer i Tyskland (38 %). I Tyskland pekade även alarmerande 43 % ut frukt och grönsaker som den minst klimatvänliga maten. Om vi saknar kunskap innan vi ens klivit in i mataffären, kan vi inte förvänta oss att konsumenterna driver på ett skifte av våra livsmedelssystem – och vi kan inte lägga allt ansvar på konsumenten.

DET KRÄVS MER ÄN MEDVETENHET FÖR ATT ÖVERBRYGGA GAPET

Trots att Sverige är det land som har störst kännedom om FN:s Parisavtal (83 %) var det bara 3 % av deltagarna i Sverige som prioriterade miljön när de gjorde sina måltidsval. I Storbritannien hade bara 32 % hört talas om FN:s Parisavtal, och ändå var andelen människor som prioriterade miljön när de valde livsmedel nästan lika låg som i Sverige (4 %). Enbart medvetenhet om initiativ kommer inte att göra någon betydande skillnad, vi behöver fler sätt att kommunicera med konsumenterna på för att hjälpa dem att avkoda vilken klimatpåverkan deras mat står för. Skulle något så enkelt som en koldioxidmärkning hjälpa till att rädda planeten?

Fråga: Skulle tydligare märkning av hållbara livsmedel få dig att göra mer hållbara val i mataffären?





**DR. STEFFEN HIRTH, FORSKARE INOM
HÅLLBARA OCH MOTSTÅNSKRAFTIGA
LIVSMEDELSSYSTEM**

STEFFEN HIRTH är doktor i sociologi och har en examen i ekonomisk och social geografi. Han är forskare vid Sustainability Research Institute, School of Earth and Environment, University of Leeds, Storbritannien. Tillsammans med sina kollegor i projektet H3 – Healthy Soil, Healthy Food, Healthy People försöker han arbeta med försörjningskedjor för att ställa om det brittiska livsmedelssystemet mot hållbarhet och motståndskraft.

Undersökningen visar att en av fyra personer upplever att de som individer inte kan påverka sitt koldioxidavtryck, och endast 12 % av de tillfrågade tror att mat har den största inverkan på deras koldioxidavtryck (jämfört med andra sektorer som fritidsresor, energi, daglig pendling och konsumtion). Varför känner inte fler att de i så hög grad kan påverka sitt ekologiska fotavtryck, exempelvis genom sina matvanor?

Det är knepigt. Vi kan påverka vårt individuella koldioxidavtryck och att välja hållbar mat är ett av de enklaste och mest effektiva sätten. Om någon flyger mycket, kan det visserligen ha en större inverkan än maten. Men det spelar ingen roll – för att nå klimatmålen måste vi utmana det mesta vi gör.

När det gäller vår mat så handlar de flesta av oss dagligen, och det ger oss goda möjligheter att välja rätt. Det behöver heller inte vara dyrt att välja en växtbaserad måltid, rik på färsk frukt och grönsaker. Ändå finns det faktorer som påverkar valet. Den ekonomiska krisen och de höga levnadskostnaderna gör att allt fler människor är beroende av välgörenhetsorganisationer. Ekologiska livsmedel finns inte alltid i butikerna, eller så är de för dyra. Hur människor besvarar dessa frågor i undersökningen beror också på var de bor. Rika människor i storstäder har störst möjlighet att påverka sitt ekologiska fotavtryck eftersom de har många valmöjligheter, har råd med dem och de lever ofta ett

liv med stor miljöpåverkan till att börja med. I ett hållbart samhälle krävs det regleringar som bidrar till en socialt rättvis omställning, där höga utsläpp innebär höga priser, och en drastiskt förändrad praxis bland producenter och återförsäljare. I det avseendet förstår jag känslan av att inte kunna påverka vårt klimatavtryck nämnvärt – även om vi alla i varierande grad faktiskt kan det.

“ETT HÅLLBART SAMHÄLLE BEHÖVER REGLERINGAR SOM SÄKRAR EN SOCIALT RÄTTVIS OMSTÄLLNING: DET KRÄVS HÖGA PRISER FÖR HÖGA UTSLÄPP OCH EN DRASTISKT FÖRÄNDRAD PRAXIS BLAND PRODUCENTER OCH ÅTERFÖRSÄLJARE.”

25 % av respondenterna valde rött kött som den mest hållbara maten i en lista där de också kunde välja skaldjur, frukt och grönt och växtbaserade alternativ. Varför är medvetenheten kring rött köttets påverkan på miljön så låg?

Antingen så är människor dåligt informerade eller så förstod de helt enkelt inte frågan. Samhället är fullt av vilseledande och förvirrande information. När det gäller rött kött ger debatter om ”bättre” kött och regenerativt jordbruk, som sprids genom till exempel dokumentärer ett felaktigt

intryck. Kolinlagring genom regenerativt jordbruk uppväger inte den positiva effekt på klimatet som det innebär att byta ut ”bättre” kött mot växtbaserade livsmedel.

Beträffande frågan ovan, har vi två alternativ. Att öka konsumenternas medvetenhet är uppenbart, men detta är bara klassiskt politiska och affärsmässiga strategier. Och det har hittills inte gett oss ens i närheten av en omställning. Det andra alternativet är att acceptera att människor inte är medvetna och därför istället reglera tillgången till vissa livsmedel och jordbruksmetoder. Att fullt ut satsa på båda alternativen skulle kunna vara den bästa strategin mot ett hållbart livsmedelssystem.

När det gäller omställningen av livsmedelssystemet, hur viktigt är det att vi gör vår röst hörd genom våra matval?

För att nå klimatmålen måste vi minska EU:s utsläpp per capita avsevärt, senast år 2030. Inom sju år måste vi drastiskt ha förändrat ”våra” måltidsval för att jorden fortfarande ska vara en beboelig plats. Med ”våra” val menar jag inte enskilda människors val. Jag menar oss, som art och samhälle. Att rösta är ett viktigt demokratiskt verktyg, men jag är inte säker på att jag stödjer ett ”röstande” för eller emot livsmedel som kan leda till undergång eller räddning.

Att demokratisera livsmedel får inte innebära att man uppmuntrar konsumenterna att välja mellan ”bra” eller ”dåliga” livsmedel, hur välinformerade de än må vara (vilket dock den här rapporten visar att många inte är). Demokratiska livsmedelssystem ska innebära att vi kollektivt reglerar, till exempel, mängden nötkött, mejeriprodukter och tomater odlade i uppvärmda växthus. Det kan innebära att vi skapar personliga koldioxidbudgetar som ger människor en rättvis tillgång till livsmedel med höga utsläpp och samtidigt möjliggör medborgarnas rätt att välja hälsosamma och hållbara livsmedel.

EN (OHÄLSOSAM) VÄLSIGNELSE ATT INTE VETA

Även om du inte läste förra årets Vegocracy-rapport, har du nog hört talas om att det är bra att äta mycket frukt och grönt. Har vi till och med blivit ännu sämre? Vi ville undersöka varför Storbritannien, USA, Sverige, Finland, Tyskland, Frankrike och Belgien fortfarande inte hoppat på broccolitåget. Kan det bero på det gröna gapet?

INGEN VILJA OCH INGEN KUNSKAP








63 % av de tillfrågade har inte hört talas om WHO:s kostrådsrekommendationer och endast en femtedel i alla länder (16 %) följer dem. Det finns dessutom en generationsklyfta, där nästan tre fjärdedelar (72 %) av de svarande i åldrarna 45–65 år inte hade hört talas om WHO:s kostråd jämfört med drygt hälften (54 %) av 18–34-åringarna. Blundar vi för den obekväma sanningen att vi faktiskt måste äta mer frukt och grönt, och i så fall varför?

ÄVEN DE SOM HAR KUNSKAPEN KÄMPAR

Nästan alla deltagare i Frankrike har hört talas om landets nationella kostråd (94 %). En siffra som sjönk till 54 % och 56 % i Sverige respektive 56 % i Tyskland. Dessutom sade sig endast 11 % av de tyska deltagarna äta frukt och grönt varje dag.

Trots att kunskapen var högre i Frankrike, är det intressant nog bara 17 % som äter enligt riktlinjerna. Av de som inte följer det rekommenderade dagliga intaget uppgav 45 % att det var en kostnadsfråga. I Sverige uppgav nära hälften av de som inte äter enligt riktlinjerna (46 %) att det var en prioriteringsfråga. Vi vet att vi borde äta bättre, men priset på frukt och grönt och bristande förståelse för vikten av att äta hälsosamt, hindrar oss. Frågan är större än individen, och förutom kunskap och tydlighet behöver konsumenter även stöd från såväl regeringar som organisationer och företag, för att stänga det gröna gapet.

Fråga: Hur ofta äter du en sallad till lunch?

								
Total								
7%	Varje dag	3%	10%	7%	6%	3%	7%	10%
29%	1 – 3 ggr/vecka	25%	30%	35%	36%	16%	28%	32%
29%	1 – 2 ggr/månad	26%	28%	30%	28%	35%	25%	29%
22%	Någon gång under ett år	21%	23%	17%	19%	35%	21%	17%
14%	Aldrig	25%	9%	11%	11%	10%	17%	12%

DET GRÖNA GAPET ÄR INTERNATIONELLT

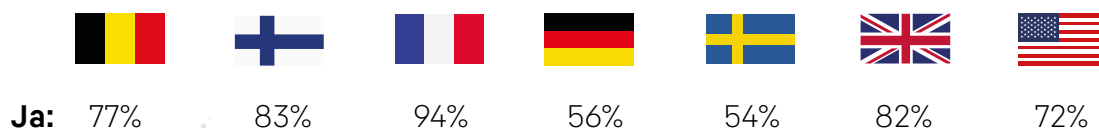
Respondenterna i Sverige kände i minst utsträckning till de nationella kostråden (54 %) och WHO:s kostråd (18 %). Bland de svarande i Finland som hade hört talas om WHO:s riktlinjer, angav 44 % felaktigt att rekommendationen är 500 gram frukt och grönt dagligen. I Tyskland hade nästan två av fem (37 %) inte ens försökt att svara på frågan. Nästan alla franska respondenter hade hört talas om de nationella kostråden (94 %) och det sjönk till knappt hälften (49 %) beträffande WHO:s kostråd. I samtliga länder fanns en större kunskap kring de nationella kostråden, jämfört med WHO:s.

MINDRE ÄN EN AV FEM KUNDE IDENTIFIERA WHO:S KOSTRÅD

Endast 18 % av respondenterna hade koll på hur mycket frukt och grönt WHO rekommenderar. Låt det sjunka in. Inte ens var femte vuxen! Och det är en verklig kunskapslucka vi ser. Det är inte en fråga om vart man bor, vilken generation man tillhör eller ens kön. Färre än 22 % i de sju länderna svarade korrekt: 400 gram.

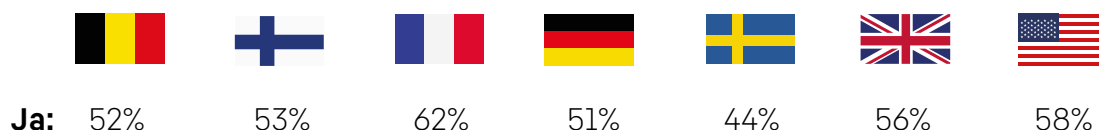
Bara en femtedel (20 %) av undersökningens millennials och generation Z (18–34 år) som kände till WHO:s riktlinjer kunde svaret på 400 g, vilket bara sjönk med 6 % jämfört med dem i åldrarna 45–65 år. Mellan män och kvinnor var skillnaden också obetydliga 3 %. Om kunskapsproblemet är så pass utbrett och generellt, är frågan om vi ska skylla problemet på oss själva eller leta någon annanstans?


Fråga: Har du hört talas om de nationella kostråden om hur mycket frukt och grönt man ska äta per dag?



Över hälften (53 %) uppgav att tydligare märkning om näringsinnehåll skulle hjälpa dem att göra bättre livsmedelsval. När vi ställs inför fakta har vi svårare att ignorera dem. Men informationen måste presenteras på ett tydligt sätt som går snabbt för oss att tolka.

Fråga: Skulle tydligare märkning av livsmedel uppmuntra dig att göra hälsosammare val i matbutiken?





“STUDIE EFTER STUDIE
VISAR TYDLIGT ATT DE
VIKTIGASTE FAKTORERNA
SOM PÅVERKAR
VÅRT ÄTBETEENDE ÄR
SMAK, KOSTNAD OCH
BEKVÄMLIGHET.”

DR. P.K. NEWBY, FORSKARE OCH FÖRFATTARE

DR. P.K. NEWBY är en självutnämnd salladsälskare. Hon är också forskare och författare som ägnar sin tid åt att forska och kommunicera om vikten av det vi äter – från jord till bord. Hon är en internationellt erkänd expert som håller inspirerande föreläsningar om växtbaserad kost och förebyggandet av kroniska sjukdomar. Hon tillför vetenskapliga bevis (och humor) till dagens diskussioner om mat och näring genom sitt andra företag, Food Matters Media.

P.K. är en tvättakta akademiker med en doktorsexamen från Harvard, två magisterexamina från Columbia och hon har tidigare tjänstgjort på fakulteterna vid Tufts, Boston University och Harvard.

Även när länder har större medvetenhet om miljöåtgärder, så påverkar det inte vad vi lägger på tallriken. Varför är det så?

Studie efter studie visar tydligt att de viktigaste faktorerna som påverkar vårt ätbeteende är smak, kostnad och

bekvämlighet. En treenighet som påverkar hur, var och vad vi äter – dag ut och dag in. Värden som hälsa och hållbarhet påverkar också våra matval men behöver ändå passa in i vardagskosterna på ett sätt som inte påverkar smaken. Måltiderna måste leva upp till smakpreferenser och samtidigt passa matbudgetar och matvanor. Nästan hälften av de tillfrågade (49 %) uppgav att de inte åt mer hållbart på grund av kostnaden, medan 26 % uppgav att de inte gillade smaken eller tyckte att det var för komplicerat (14 %) att äta grönare. Det finns alltså fortfarande mycket kvar att göra för att visa människor hur ljuvligt gott det kan vara att äta grönt och enkelt tillaga det hemma – och till ett överkomligt pris.

Varför tror du att så få respondenter äter grönt, i relation till hållbara matbeslut?

Det är anmärkningsvärt att omkring en av fyra av de tillfrågade i undersökningen rapporterade om att tydligare vägledning och information om fördelar skulle "få dem att

äta mer hållbar mat.” Även om enbart kunskap inte räcker för ett förändrat kostbeteende på lång sikt, ger det en bra grund för att vägleda besluten om vad vi ska äta till middag. Hållbart ätande är ett relativt nytt begrepp för många och det råder fortfarande förvirring om vilka livsmedel som är mer (eller mindre) hållbara, vilket några av resultaten i rapporten visar.

Det är dessutom långt ifrån alla som förstår alla komplexa faktorer bakom vad som gör ett livsmedel (eller en kosthållning) mer eller mindre hållbar. Till exempel uppgav 66 % av de tillfrågade att hållbar mat innebär ”lokalt producerad” mat, vilket inte är helt korrekt. Faktum är att var livsmedel produceras har en relativt liten inverkan på människors totala koldioxidavtryck. Mycket viktigare är vad de äter: kalori för kalori så släpper växtbaserade livsmedel ut mycket mindre växthusgaser oavsett var de produceras. Att äta lokalproducerad mat har fantastiska fördelar och ger oöverträffade smaker: hurra för lokala grödor! Men det mest miljömedvetna en människa kan göra är att äta mer frukt och grönt och mindre kött och animaliska produkter.

Respondenterna uppgav bristande prioriteringar som det största hindret till att äta mer hälsosamt (baserat på fyndet att 34 % av människorna globalt sett inte äter 400 g frukt och grönt varje dag) – hur kan vi hjälpa konsumenterna att förstå vikten av att göra det?

Det är inte förvånande att ungefär var tredje respondent inte prioriterar att äta den rekommenderade dagliga mängden frukt och grönt. Det är logiskt med tanke på de dagliga stressfaktorerna i ett samhälle som återhämtar sig efter en pandemi. Mer intressant är att cirka 28 % uppgav bristande inspiration som ett hinder till att äta mer hälsosamma och mer hållbara livsmedel, inklusive frukt och grönt. Och ungefär en fjärdedel av de tillfrågade uppgav aspekter som tidsåtgång och bekvämlighet som hinder. Det finns med andra ord saker att göra för att hjälpa

människor att lära sig hur de snabbt och enkelt kan tillaga läckra växtbaserade maträtter hemma i sitt eget kök. Att möjliggöra mer hälsosamma matval när man är på språng genom att göra dem billigare och mer tillgängliga är också viktigt med tanke på att många människor förlitar sig på olika matställen för att möta kostbehovet under veckan: en hälsosam och hållbar livsmedelsmiljö är av avgörande vikt.

Om den gröna kunskapsklyftan existerar oavsett plats, kön eller ålder – är det då konsumenternas ansvar att skaffa sig mer kunskap, eller är det våra regeringar som borde göra mer?

Som någon som har pratat om växtbaserad kost och hållbart ätande i flera decennier är jag oerhört glad över att människor äntligen börjar förstå den kraftfulla inverkan som våra dagliga matval har på klimatförändringarna och miljön. Det var på tiden! Medan hållbara dieter är ett nytt koncept för många människor, särskilt bland äldre som är vana vid att köttet spelar en central roll i måltiden, är det upplyftande att se att generation Z är mer inställda på att göra mer miljömedvetna val. Kunskap är viktigt när det gäller kost och livsstil, men det räcker vanligtvis inte för att leda till en beteendeförändring. Vår kost formas av en rad interna och externa drivkrafter såsom smakpreferenser och kulturella traditioner samt de matmiljöer som finns i hemmet, på skolor, företag och institutioner.

Ändå finns det fakta som alla måste förstå för att förebygga sjukdomar, leva längre och skydda planeten. Men när det kommer till de storskaliga förändringarna vi behöver se i världen, som att förbygga kroniska sjukdomar och bromsa klimatförändringarna, har regeringar och livsmedelsindustrin det största ansvaret genom att producera och tillhandahålla en hälsosam och hållbar livsmedelsförsörjning i syfte att stödja vår arts överlevnad på jorden.

PUST! SVÅRSMÄLT? HÄR FÅR DU STATISTIK I EN LAGOM PORTION

Bara 16% av respondenterna uppgav hälsa som den viktigaste faktorn när de planerade måltider, vilket sjönk till endast 6% i Belgien och Finland. Bra för mig själv istället för planeten, visst, men vi måste addera hjärta till hälsa också. Vi behöver helt enkelt äta mer sallad. USA, Frankrike och Tyskland är redan på den gröna sidan som de främsta salladsätarna.

Nästan en femtedel (18 %) av amerikanska män konsumerar rött kött varje dag jämfört med 3 % av de franska kvinnorna. Oh, la la!

Nästan hälften (48 %) av de tillfrågade i åldern 45-65 äter aldrig växtbaserat protein, jämfört med två av fem (39 %) bland generation Z och millennials som äter växtbaserat protein varje vecka. Framtiden är generation vegetation.

Boomers och generation X är bättre på att minska avfallet där 56 % av respondenterna i åldern 45-65 år slänger mat mer sällan än varje månad. Bland generation Z och millennials (18-34 år) slänger dock 36 % mat varje vecka. Har det gamla tillvägagångsättet att "inget ska förfaras" helt fallit i glömska?

Vår definition av "hållbar mat" är inte huggen i sten. Av svenskarna uppgav 84 % att hållbar mat innebar "närproducerad" mat medan 56 % av de amerikanska respondenterna uppgav "hälsosam" mat som det bästa svaret.



HAR VI RÅD ATT (INTE) ÄTA GRÖNT?

Nästan en av tre (32 %) av de respondenter som medgav att de inte åt sin rekommenderade mängd frukt och grönsaker dagligen uppgav att det berodde på priset. På samma sätt, av dem i åldersgrupperna 18-34, 35-44 och 45-65, uppgav cirka en tredjedel priset som ett stort hinder för att äta frukt och grönt – det finns ingen åldersdiskriminering när det gäller kostnader (30 %, 33 % och 33 % i respektive grupp). Då kraftigt ökande levnadskostnader påverkar länder runt om i världen, ser vi att frågan om överkomliga priser snarare intensifierats.










KOSTNADSFRÅGA ELLER PRIORITERINGSFRÅGA - DET ÄR FRÅGAN?

Nästan två av tre av de tillfrågade i alla sju länder (63 %) skär ned på att äta ute och endast 16 % uppger att de för närvarande inte försöker spara kostnader på mat. Av respondenterna minskar också över hälften (51 %) konsumtionen av rött kött för att spara pengar. Det kommer inte som någon överraskning att vi måste dra in på våra matkostnader under en ekonomisk kris, men det är intressant att notera att trots att rött kött ses som den mest effektfulla "lyxen" att spara in på, uppger 69 % i Finland att de äter rött kött varje vecka eller dagligen. Detta är samma land där flest människor (45 %) av alla de sju tillfrågade länderna angav priset som ett hinder för att inte äta den rekommenderade dagliga mängden frukt och grönt. Är det då verkligen en kostnadsfråga eller är det en prioriteringsfråga? I alla sju länder var rött kött den vanligaste livsmedelskategorin att skära ned på framför alternativ som skaldjur, frukt och grönt, fågel, mejeriprodukter och ägg. Varför tror vi då fortfarande att det är frukt och grönt som blir för dyrt att äta?

SKENANDE INFLATION PÅVERKAR VÅRA MATVANOR

I samband med den ekonomiska krisen var äta ute den vanligaste kostnaden att dra in på för att spara pengar, där nästan två av tre respondenter (63 %) valde detta som ett sätt att skära ned på matkostnaderna. Kvinnor var också mer benägna att hoppa över restaurangbesöket där 69 % uppger att de valde att spara in de pengarna jämfört med 58 % hos männen. Hämtmat ses numera som en lyx där hälften (50 %) uppger att de sparar in på den där hämtpizzan. Detta var högst i Storbritannien där nära två tredjedelar (62 %) rapporterade att de nu köper mindre hämtmat och lägst i USA med endast 38 % som uppger att de minskar antalet kvällar med hämtmat.

Fråga: Under den ekonomiska krisen, vilken typ av livsmedel eller tillfälle försöker du spara in på? (Flera val)

							
Hämtmat	45%	58%	46%	53%	49%	62%	38%
Äta ute på restaurang	64%	73%	64%	65%	56%	62%	64%
Ekologisk mat	28%	36%	38%	34%	22%	26%	29%
Jag försöker inte minska kostnaderna	17%	9%	13%	15%	23%	14%	13%

GRÖNSAKERNA FÖRLORAR MOT SALDOT PÅ KONTOT








27 % av de tillfrågade i alla sju länder skippar nu grönsakerna till förmån för plånboken. Bland de som inte äter sin dagliga mängd frukt och grönt uppgav 40 % av männen att det berodde på bristande prioritering, medan över en tredjedel (36 %) av kvinnorna valde priset som det största problemet. Förra året såg vi att kvinnor brydde sig mer om sin kosthållning än män, och detta visar sig fortfarande vara sant 12 månader senare när vi går allt djupare in i en ekonomisk kris.

DE HÖGA LEVNADSKOSTNADERNA PÅVERKAR OSS ALLA








I fem av sju länder syns en ökning av antalet människor som inte har råd att äta färsk frukt eller grönsaker. Något som påverkas till det sämre av inflationen som har inverkan på våra matvanor. Det går inte längre att blunda för hur kostnaden på vissa typer av livsmedel kommer att påverka både vår hälsa och planetens hälsa framöver.

Av de tillfrågade i Finland uppgav 34 % att kostnaden var det viktigaste vid valet av måltid, jämfört med bara 18 % av svenskarna. Då levnadskostnaderna påverkar oss alla, och vi börjar reagera på olika sätt, ser vi hur det gröna gapet växer sig allt större.

Fråga: Hur ofta äter du frukt och grönsaker?

							
Totalt							
58%	64%	55%	57%	53%	67%	58%	52%
33%	28%	34%	33%	37%	27%	33%	36%
7%	5%	8%	7%	8%	4%	6%	9%
2%	2%	3%	2%	2%	2%	2%	2%

Fråga: Vilka är dina skäl till att inte äta 400 g frukt eller grönt dagligen?

							
Totalt							
33%	26%	45%	45%	30%	20%	30%	34%
8%	10%	7%	6%	10%	5%	11%	8%
27%	23%	26%	30%	29%	32%	26%	24%
20%	22%	17%	14%	26%	17%	23%	21%
33%	36%	26%	25%	28%	46%	35%	37%



INGEN VERKAR
PRIORITERA
PLANETEN PÅ
SIN TALLRIK,
VARFÖR?

TVÅ AV TRE KAN INTE UPPGE RÄTT KOLDIOXIDMÅL

Och hur skulle de kunna det? Om vi inte får lära oss det i skolan och informationen inte finns tillgänglig för oss i mataffären, hur ska vi då kunna förstå regeringarnas koldioxidmål och hur de tillämpas på våra livsmedel? Kom ihåg att 82 % av respondenterna inte visste vad FN:s Parisavtal innebär i förhållande till en måltids koldioxidutsläpp, trots att de har hört talas om själva avtalet. Och ärligt talat, vet du? Testa dig själv!

Fråga: *Tror du att utsläppsmålet beträffande koldioxid från en måltid enligt Parisavtalet är:*

- 1) *Mindre än 0,8 kg CO₂e*
- 2) *0,9–1,5 kg CO₂e*
- 3) *1,6 kg CO₂e*

[SVAR]

GOTT FÖR MIG ELLER FÖR MILJÖN – KAN JAG INTE FÅ BÅDA?

Endast 3 % av de tillfrågade ansåg att miljön var den viktigaste faktorn när de valde sina måltider, men nästan hälften (49 %) ansåg att smaken var den viktigaste faktorn när de valde vad de skulle äta. Smaklökarna går före de globala temperaturmålen.

KUNSKAP KONTRA INFLATION

Trots att 67 % av de tillfrågade uppgav att de skulle äta mer hållbart om det var billigare uppgav mer än hälften (53 %) att tydligare märkning också skulle hjälpa dem att göra mer hållbara matval. Om vi har fått den information vi behöver gör vi vårt bästa för att välja rätt för oss och planeten.

VAD KAN LILLA JAG GÖRA?

Cirka en fjärdedel (24 %) av respondenterna trodde inte att de kunde påverka sitt koldioxidavtryck och av de som trodde det, var det bara 12 % som ansåg att mat kunde ha störst inverkan på deras koldioxidavtryck. Vi saknar förståelse för hur viktig omställningen av livsmedelssystemet är för att skydda vårt framtida hem och hur vi som individer kan bidra med något så enkelt som vad vi väljer att äta. Vi har mängder av valmöjligheter, inte bara med tanke på vad vi väljer att äta utan också vad vi väljer att inte äta. Om kostnaden är ett hinder för att äta mer växtbaserad mat kan vi som konsumenter bidra till att äta mer hållbart genom att inte äta rött kött. Enkelt!

KOLDIOXIDFÖRVIRRING

Vi fann att en fjärdedel (25 %) av de tillfrågade trodde att rött kött var den mest hållbara maten i en lista över rött kött, skaldjur, fågel, frukt och grönsaker och växtbaserat protein, vilket steg till nästan två av fem personer i Tyskland (38 %). För tydlighetens skull: rött kött är, av olika skäl, allmänt erkänt som det minst hållbara livsmedlet.

DET FINNS ETT GRÖNT GAP

Mindre än en av fem i alla sju länder (16 %) kan uppfylla WHO:s kostråd om dagligt intag av frukt och grönt. Hårresande statistik är att siffran är lägre jämfört med 2022 (18 %). Oavsett om det beror på bristande kunskaper eller brist på pengar, så kan vi inte blunda för det gröna gapet längre.










JAG VILL
BÅDE ÄTA
PLANETEN
OCH HA DEN
KVAR

HAR VI ALLS KOLL PÅ MATENS KOLDIOXIDPÅVERKAN?








Vi bad de svarande i varje land att rangordna fyra rätter enligt minsta och högsta koldioxidutsläpp. Här är några av resultaten. I USA bad vi respondenterna att rangordna en ostburgare, cheesecake, grekisk sallad och friterad kyckling. Av de tillfrågade visste 25 % inte vad de skulle svara och mindre än en fjärdedel (23 %) valde det rätta svaret: ostburgaren. I Frankrike undersöktes råbiff, poulet frites, getostsallad och chokladmousse.

Återigen valdes kyckling ut som rätten med mest koldioxidutsläpp (37 %) och endast en av tre personer (31 %) valde korrekt råbiffen. Förvirring råder – både USA och Frankrike valde rött kött som det minst hållbara alternativet i en lista över rött kött, skaldjur, kött från fågel, frukt och grönsaker samt växtbaserat protein. Men inget av länderna identifierade rätten med rött kött som den med högst koldioxidutsläpp i en lista med fyra måltider. Är det något vi missar när det gäller just utsläpp?

Fråga: Hur ofta äter du rött kött (d.v.s. nötkött och fläsk)?

							
Total							
9%	8%	10%	7%	4%	12%	7%	14%
54%	56%	59%	54%	46%	62%	48%	53%
22%	22%	16%	27%	29%	13%	27%	22%
8%	6%	7%	5%	10%	8%	10%	7%

Fråga: Vilket livsmedel tror du är mest hållbart bland rött kött, skaldjur, fågel, frukt och grönt och växtbaserat protein?

							
Total							
36%	41%	41%	35%	26%	50%	32%	28%
26%	22%	26%	18%	38%	24%	27%	24%
23%	27%	22%	27%	19%	18%	25%	26%
9%	7%	7%	12%	10%	5%	9%	12%
6%	5%	4%	7%	7%	3%	7%	9%

ATT ÖVER- BRYGGA (GRÖNA) GAPET

Vi har grävt fram en mängd statistik som visar på det gröna gapet. Ett gap beträffande kunskap, tillgänglighet, förståelse och påverkan. Och även om det ser mörkt ut, så är vi också problemlösare. Vi hittar lösningar. Och vi gör sallad. Vi frågade oss hur vi skulle kunna driva verklig förändring och vad vi skulle kunna göra inom livsmedelsindustrin för att hjälpa till.

KUNSKAP, KUNSKAP OCH ÅTER KUNSKAP

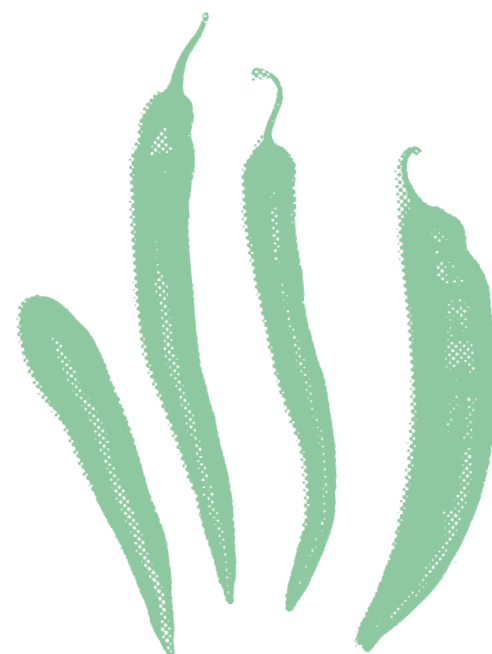
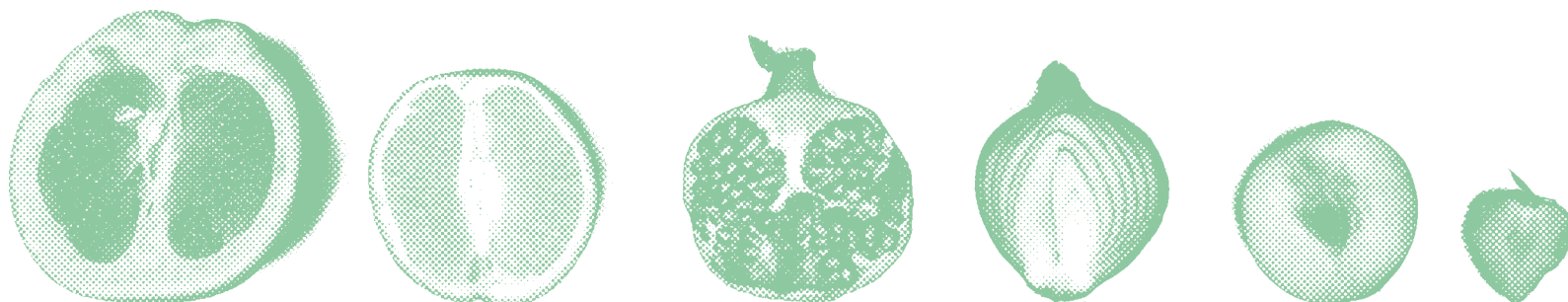
Det saknas medvetenhet och därför brist på handling när det gäller våra livsmedels klimatpåverkan och de näringsriktlinjer som vi alla borde följa. Bland respondenterna hade 63 % inte ens hört talas om WHO:s kostråd – sticker vi huvudet i sanden eller saknar vi förståelse för varför de är viktiga? Vi kan göra mer för att öka medvetenheten om de här frågorna. Inte bara i skolorna utan även i den offentliga debatten och från regeringarnas sida för att lyfta fram de vetenskapliga data som vi inte längre kan blunda för.

MÄNNISKOR OCH PLANETEN BEHÖVER TYDLIGHET, INTE FÖRVIRRING

Nu vet vi att konsumenterna behöver bättre livsmedelsmärkning – både beträffande näringsinnehåll och koldioxidutsläpp. Det finns för närvarande ingen standardmetod eller obligatoriskt märkningssystem för varumärken att använda på sina livsmedel för att dela information kring produkternas koldioxidavtryck. Och vad händer då med konsumenterna? Över hälften av respondenterna (53 %) uppgav att tydligare märkning skulle hjälpa dem att göra mer hållbara livsmedelsval. Och om vi vet att detta är avgörande för förändringen av livsmedelssystemen, varför gör inte företag och regeringar mer för att underlätta för konsumenterna?

... GÖR DET OBLIGATORISKT FÖR ALLA

Vi anser att det är dags att göra koldioxidmärkning obligatorisk för alla livsmedelsföretag. Vi kan inte längre unna oss lyxen att skjuta upp saker. Att vänta är inget alternativ, då har vi inte längre någon morgondag. Vi uppmanar regeringar inom hela EU att införa en standardiserad metod för koldioxidmärkning och att göra detta obligatoriskt för alla större livsmedelsbutiker och varumärken.





ATT VÄNTA ÄR
INGET ALTERNATIV,
DÅ HAR VI INTE
LÄNGRE NÅGON
MORGONDAG

FÄRDIGDISKUTERAT, DAGS ATT AGERA

Vegocracy Report bygger på en stor undersökning med över 10 500 respondenter i sju länder. Det är en seriös satsning för att försöka förstå vilka konsekvenser vår kost har på planeten och på vår hälsa. Studien visar att konsumenterna efterfrågar tydligare och bättre märkning som hjälper dem till mer hållbara och hälsosamma val. Att priserna är för höga kvarstår och begränsar tillgången till färsk frukt och grönsaker oavsett land, generation och kön. Samtidigt så har vi märkt, att när konsumenter får rätt information – gör de också bättre val. På Picadeli vet vi att det här inte bara berör oss. För första gången någonsin fanns det en matpaviljong på klimatmötet COP27 vilket förde maten närmare samtalet om de globala utsläppen. Men nu behöver vi göra mer än att bara prata. Årliga klimatmöten är betydelsefulla för att lyfta fram viktiga ämnen, men handling väger tyngre än ord.

Vi engagerar oss och känner ett stort ansvar. Inte bara för våra konsumenters hälsa, utan också för planetens hälsa. Men för att en verklig förändring av livsmedelssystemet ska bli verklighet, måste konsumenterna ges de kunskaper som krävs för att få med dem på resan. Och vi måste se till att våra regeringar och beslutsfattare tar sitt ansvar och hjälper till att driva förändringen. En obligatorisk koldioxidmärkning skulle vara ett sätt för att skapa verkliga systemförändringar, och där konsumenterna själva inte ska behöva leta upp de bättre alternativen.

Resultaten i 2023 års Vegocracy-report stöttar oss i vår övertygelse: att det finns många som vill göra mer för att minska sin koldioxidpåverkan, men saknar kunskapen som krävs, och därför måste vi göra allt som står i vår makt för att ge våra konsumenter rätt kunskap. För att stödja den absolut nödvändiga omställningen av livsmedelssystemen måste vi tillsammans stänga det gröna gapet. Nu.

Picadeli®

picadeli.se