



THE VEGOCRACY REPORT '24

HUR FÖRÄNDRAR
VI VÅRA
MATVANOR?


En internationell studie om de faktorer som påverkar och formar våra matvanor samt strategier för att förändra dem.



INNEHÅLL

VI BEHÖVER FÖRÄNDRA VÅRA MATVANOR	5
VARFÖR ÄR DEN HÄR STUDIEN VIKTIG?	7
VIKTIGA RÖN FÖR UPPTAGNA MÄNNISKOR	8
INTERVJU: ERIK BOHJORT	12
KUNSKAP ÄR MAKT	14
En sallad är en sallad är en sallad ...?	16
ÖKADE KOSTNADER FÄRRE GRÖNSAKER	18
Hej politiker och beslutsfattare!	20
Från biroll till huvudroll	22
DEMOGRAFIN FÖR (O)HÄLSOSAMMA MATVANOR	24
Oväntade positiva effekter av att äta grönt	26
Vad är grejen med att hoppa över en måltid?	28
GÖR SMAKLÖKARNA GLADA TACK	30
Låt oss slå hål på några gröna fördomar	32
Utseendet är viktigt, men insidan räknas också	34
VÅRA INTERNATIONELLA EXPERTER HAR ORDET	36
Från ett större perspektiv ...	38
... till vardagsliv ...	39
... och slutligen några möjliga lösningar	40
Tre steg för att börja förändra dina matvanor	41
OM VILJAN FINNS ÄR INGET OMÖJLIGT	42





"TVÅ STORA UTMANINGAR SOM HELA
VÄRLDEN STÅR INFÖR ÅR 2024 ÄR KLIMATET
OCH HÄLSAN. MATEN VI ÄTER SPELAR EN
AVGÖRANDE ROLL FÖR ATT BEVARA VÅR
HÄLSA OCH SKYDDA VÅR PLANET, OCH
DÄRFÖR MÅSTE VI ÄNDRA VÅRA MATVANOR."



DAVID VON LASKOWSKI,
VD PICADELI

VI BEHÖVER FÖRÄNDRA VÅRA MATVANOR

I Vegocracy Report 2023 identifierade vi ett gap mellan vår medvetenhet om att vi behöver äta grönare, både för kroppens och planetens skull, och hur vi trots det agerar. Och tyvärr visar rapporten för 2024 kanske inte helt oväntat att vi fortfarande har svårt att gå från kunskap till handling.

Världen står inför två stora utmaningar år 2024: klimatet och hälsan. Maten vi äter spelar en avgörande roll för att bevara vår hälsa och skydda vår planet, och därför måste vi ändra våra matvanor.

Vi tror att en sådan beteendeförändring kommer att vara planetens största utmaning (och möjlighet) i år, och därför är det detta ämne vi fokuserar på i Vegocracy Report 2024. Efter att i tidigare rapporter ha målat upp den stora bilden och identifierat de gröna gapen vill vi nu gå djupare in på hur vi kan få till den förändring vi behöver. Vi vet att den enskilda individen har stor möjlighet att påverka sitt koldioxidavtryck (även om 25% av alla respondenter i årets studie inte tror att de kan det). Vad behöver då livsmedelsindustrin göra tillsammans med leverantörer, opinionsbildare, beslutsfattare och journalister för att bidra till den nödvändiga omställningen av livsmedelssystem på individnivå? Hur kan vi driva förändringen av matvanor?

Beteendevetenskapen talar ofta om förmåga, möjlighet och motivation som tre olika områden. I årets rapport uppmärksammar vi att de tre främsta anledningarna till att folk inte äter den rekommenderade mängden frukt och grönt är att de inte prioriterar det, att de saknar matlagningsinspiration och att de inte har råd.

Har vi kunskapen om det rekommenderade intaget av frukt och grönsaker och hur det påverkar både kroppen och planeten? Har vi möjligheten, är frukt och grönsaker med andra ord tillgängliga för oss och har vi råd med dem? Och sedan har vi kanske det svåraste hindret och därför också det mest intressanta – motivationen. Om den huvudsakliga anledningen till att inte äta frukt och grönt är prioriteringar, hur motiverar vi då människor att prioritera mer frukt och grönt i vardagen? Det är den stora fråga som vi försöker besvara i den här rapporten för att inspirera företag, politiker, beslutsfattare, influencers och alla de 8 miljarder människor som bor på jorden att göra personliga förändringar som bidrar till viktiga förändringar av livsmedelssystem.

Vi hoppas att Vegocracy Report den här gången inte bara kommer att inspirera utan även fungera som praktisk guide för att driva verklig förändring. Med början här och nu.

LÅT OSS DEMOKRATI-
SERA HÄLSOSAM MAT
GENOM ATT GÖRA DEN
TILLGÄNGLIG, PRISVÄRD
OCH SUPERGOD.

VARFÖR BRY SIG?

Maten vi äter står för 30% av de globala koldioxidutsläppen.* Vi vet också att över 70% av alla dödsfall globalt orsakas av livsstilssjukdomar som hjärt-kärlsjukdom, stroke och diabetes.* En grön omställning för både planetens och människans hälsas skull är vad vi behöver för att överleva. Det är den stora fråga som enar oss över gränser och kulturer oavsett politiska åsikter och socioekonomiska förhållanden. I en alltmer polariserad värld behöver vi också fakta, lösningar och gemensamma drivkrafter som enar snarare än splittrar. Det här angår oss alla.

Om vi som globalt salladsföretag inte gör vårt bästa för att vara en stark röst i den politiska debatten, driva förändring och vara den förändringen, vilka ska då göra det? Och om ni kära medborgare på planeten jorden inte genomför den förändring vi behöver nu, kan det vara för sent. Så låt oss tillsammans vara den förändring vi vill se, och låt oss vara det nu.

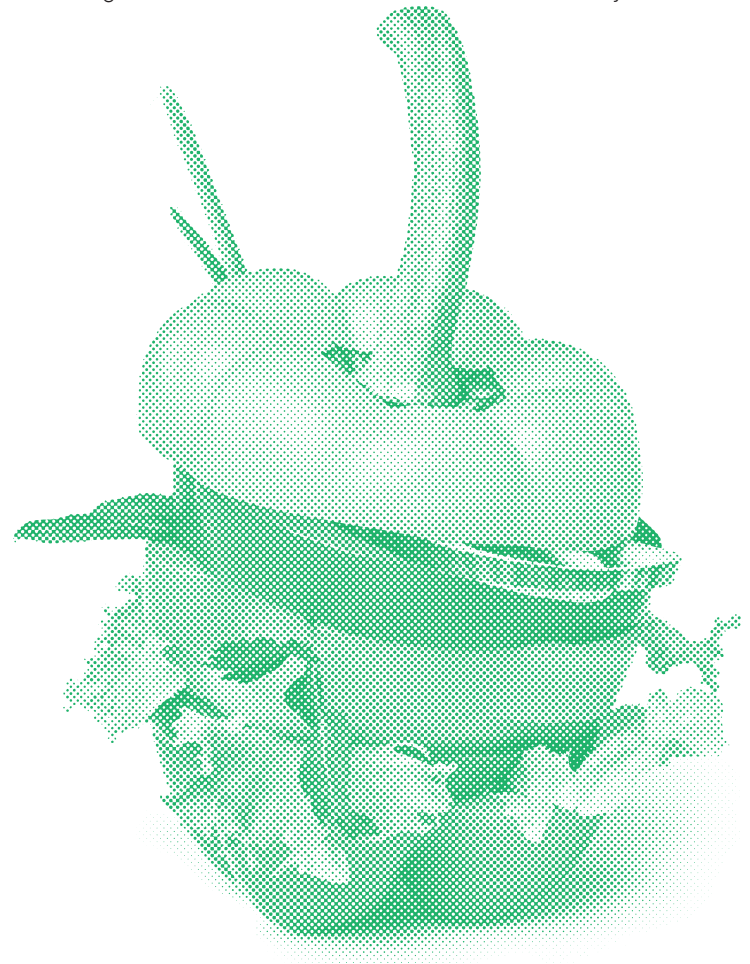
OM STUDIEN

Vegocracy Report bygger på en omfattande internationell undersökning som genomförts av det globala analysföretaget Kantar och omfattar 11 000 respondenter i sju länder, nämligen Belgien, Finland, Frankrike, Sverige, Storbritannien, Tyskland och USA, med minst 1 000 deltagare i varje land. Undersökningen tog cirka 10 minuter att besvara och genomfördes på respektive lands språk. Alla frågorna besvarades av kvinnor och män i åldrarna 18 till 65 år. Undersökningen genomfördes online från december 2023 till januari 2024. Dessutom har vi fått expertvägledning och stöd för studiens hypoteser från ledande oberoende tänkare och akademiska institutioner.

*IPCC, 2019

VARFÖR PICADELI?

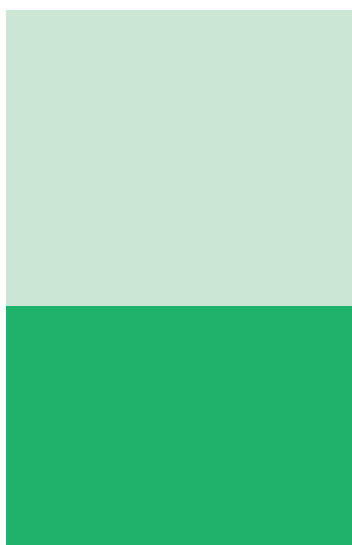
Picadeli är en svensk salladspionjär som vill demokratisera hälsosam mat och som drivs av en tro på att snabbmat ska vara bra för både människorna och planeten. Vi vill höja ribban och göra fräsch mat tillgänglig och tilltalande för alla till ett överkomligt pris. Med våra banbrytande, högteknologiska salladsbarer erbjuder vi hälsosam snabbmat, minskar svinn och visar vad som är framtidens snabbmat i över 2 000 butiker runtomkring i Europa och USA. Eftersom maten vi äter står för en tredjedel av de globala koldioxidutsläppen och dessutom är förknippad med en mängd hälsoproblem känner vi verkligen ansvar för att gå före och förändra matvanor och göra fräsch och bra mat tillgänglig för alla. Vi hoppas att Vegocracy Report 2024 gör det enklare för resten av världen att följa efter.



VIKTIGA RÖN FÖR UPPTAGNA MÄNNISKOR

Sugen på några färska insikter? De här inledande uppslagen innehåller våra viktigaste upptäckter i form av statistik, presenterad i lagom stora munsbitar för människor på språng. Förhoppningsvis skapar det ett sug efter de mer djupgående insikter som du hittar längre fram. Bon appétit!

DET FINNS ETT GRÖNT GAP



45% av respondenterna har hört talas om WHO:s kostråd som rekommenderar 400 g frukt och grönt per dag, jämfört med 37% år 2023. Men bara 16% i alla sju länder lyckas följa rekommendationerna.



Fler än **8 av 10** (84%) av respondenterna äter inte de 400 g frukt eller grönsaker per dag som WHO rekommenderar i sina kostråd. Stor potential för positiv förändring, eller hur?



25% tror inte att de som enskilda individer kan påverka sitt koldioxid-avtryck.

STATISTIK I SMÅPORTIONER



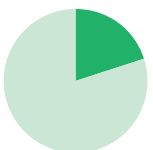
DAGLIGA GRÖNSAKER ÄR INTE EN DAGLIG PRIORITET

Av de 84% som inte äter sina rekommenderade 400 g frukt eller grönsaker per dag uppger **34%** att det helt enkelt inte är något de prioriterar.



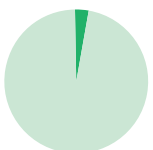
SMAKEN REGERAR

41% uppger att smaken är det viktigaste när det väljer vad de ska äta, en trend som har hållit i sig sedan föregående år.



LEVNADSKOSTNADERNA PÅVERKAR VÅR HÄLSA

20% säger att de skär ner på frukt och grönsaker för att spara pengar under lågkonjunkturen. Det är bara att inse att grönsaker upplevs som dyra.



MILJÖN HAR LITEN BETYDELSE FÖR VARDAGSBESLUTEN

Bara **3%** av respondenterna uppgav att miljön var den viktigaste faktorn när de valde vad de skulle äta, jämfört med 24% som identifierade priset som den mest avgörande faktorn.

PENGARNA STYR (FORTFARANDE)

34%

av dem som aldrig äter sina dagliga grönsaker (400 g) säger att det beror på att de inte har råd. Men har vi råd att låta bli?

24%

av respondenterna i alla sju länder säger att priset är den viktigaste faktorn när de väljer vad de ska äta.

80%

skulle köpa/äta mer frukt och grönsaker om det vore billigare.

SLOPAD MOMS PÅ FRUKT OCH GRÖNT FRAMSTÅR SOM ETT SMART DRAG. HELA 68% SÄGER ATT DE DÅ SKULLE GÖRA HÄLSOSAMMARE MATVAL I LIVSMEDELSBUTIKEN!

HÄLSAN HAMNAR HÖGRE UPP PÅ AGENDAN ...

19% angav hälsan som den viktigaste faktorn när de väljer vad de ska äta. Det är en ökning från förra året (16%).

... MEN KAN OCKSÅ GE OSS HUVUDVÄRK

Mer än hälften av respondenterna oroar sig för att deras kost påverkar hälsan negativt.

**53% OROAR SIG FÖR
ATT DERAS KOST
PÅVERKAR HÄLSAN
NEGATIVT.**

**ENDAST 16% ÄTER DE 400G
FRUKT OCH GRÖNSAKER
PER DAG SOM WHO
REKOMMENDERAR.**



(O)VÄNTADE POSITIVA EFFEKTER AV ATT ÄTA GRÖNT

85%

HÖGRE LIVSKVALITET

85% av dem som äter frukt och grönsaker enligt rekommendationerna uppgav att de var nöjda med sitt liv. 65% av dem som aldrig äter sina dagliga grönsaker uppgav samma sak.

73%

BÄTTRE SEXLIV

Nästan tre av fyra (73%) av dem som äter den rekommenderade mängden frukt och grönsaker per dag är nöjda med sitt sexliv. Av dem som aldrig äter sina dagliga grönsaker anser sig bara hälften (48%) vara nöjda.

72%

BÄTTRE SÖMN

Av dem som äter den rekommenderade mängden frukt och grönsaker varje dag (400 g) anser 72% att de får tillräckligt med sömn. 51% av dem som aldrig äter sina dagliga grönsaker uppgav samma sak.

90%

BÄTTRE RELATIONER

9 av 10 personer som äter 400 g frukt och grönsaker varje dag (90%) anger att de är nöjda med sina relationer. 78% av dem som aldrig äter den rekommenderade mängden frukt och grönt rapporterar att de är nöjda med sina relationer.

11% ÄTER ALDRIG SALLAD TILL LUNCH. WHAT THE HEALTH?

AV DEM SOM
ÄTER DEN
REKOMMENDERADE
DAGLIGA MÄNGDEN
FRUKT OCH
GRÖNSAKER ÄR 73%
NÖJDA MED SITT
SEXLIV. JÄMFÖRT MED
BARA 48% AV DEM
SOM ALDRIG ÄTER
TILLRÄCKLIGT MED
GRÖNSAKER. SKULLE
VI KANSKE ÄTA
SALLAD TILL LUNCH
IDAG. ÄLSKLING?



Erik Bohjort är Lic. Psykolog och beteendeförändringskonsult på Nordic Behaviour Group, som löser verkliga problem med hjälp av tillämpad beteendevetenskap. Han är övertygad om att det är fullt möjligt att förändra våra matvanor, genom att ta små och medvetna steg i rätt riktning.

The Vegocracy Report 2024 bekräftar att det finns en kunskapslucka vad gäller rekommendationer och riktlinjer för att äta frukt och grönt. Färre än 50% har hört talas om WHO:s kostråd, och endast 16% äter den rekommenderade mängden 400 gram frukt och grönt varje dag. En av fyra (25%) tror inte att de som enskilda individer kan påverka sitt koldioxidavtryck. Kommer kunskap om kost, klimat och klimatavtryck att hjälpa oss att förändra våra matvanor?

Jag tror att även om ökad kunskap hos människor får dem att bete sig lite annorlunda, så är kunskap om exakt hur mycket och hur ofta begränsade faktorer om man jämför dem med mer motiverande faktorer som kostnader och smak. Hur ska jag som konsument ens förstå hur mycket 400 gram frukt och grönt är? En lösning skulle kunna vara att omvandla 400 gram till exempel fem nävar frukt och grönsaker. Det är något som politiker och beslutsfattare skulle kunna göra för att hjälpa

”DE FLESTA VET ATT DET ÄR BRA FÖR HÄLSAN ATT ÄTA GRÖNSAKER, MEN VAD BETYDER DET, EGENTLIGEN?”

fler att äta mer hälsosam kost. Men jag är fortfarande ganska skeptisk till strikta rekommendationer, även vad gäller hälsa. De flesta vet att det är bra för hälsan att äta grönsaker, men vad betyder det, egentligen? Uttrycket ”förbättrad hälsa” är så diffust, men om vi i stället pratar om hur det får dig att må och hur det påverkar dig som individ, med direkta konsekvenser, då motiverar det oss att göra annorlunda.

Undersökningen visade att bland dem som inte äter den rekommenderade mängden frukt och grönt per dag, är de tre huvudsakliga anledningarna att man inte prioriterar det (34%), att man saknar matlagningsinspiration (32%) och att man inte har råd (28%). Hur kan vi använda oss av dessa insikter för att förändra våra matvanor?

Det handlar om motivation. Motivation är centralt i allt vi gör, framför allt när det handlar om hur vi prioriterar. Utan tillräcklig motivation så sker helt enkelt ingen prioritering. Inom beteendevetenskapen pratar man ofta om motivation som något som leder till hur vi prioriterar – vilket sedan också påverkas av både ekonomiska överväganden och inspiration, vilket vi kan se i undersökningen. När vi pratar om kostnad, så handlar en stor del av jämförelsen med mer frukt- och

grönsaksbaserad kost om huruvida det kommer bli dyrare. Det finns fortfarande starka föreställningar om att frukt- och grönsaksbaserad kost är dyrare, vilket inte alltid stämmer. Detta kan handla om ett kunskapsglapp, men det påverkar också motivationen. Vi saknar kunskap om prisbilden, vilket gör att vi inte prioriterar det. På tal om att inte ha råd, så ser vi att när levnadskostnaderna ökar tenderar människor att dra ner på utgifterna genom att välja en budgetvariant inom samma matkategori. Problemet med kategorin frukt och grönt är att det sällan finns ett "nedre snäpp", inget lågprisalternativ till en standardgurka till exempel. Då väljer man att helt enkelt skippa den här kategorin för att spara pengar. Så hur får vi människor att inte sluta äta frukt och grönt på grund av att man tycker det är dyrt? Tänk om vi kunde flytta frukt och grönsaker till en annan produktkategori? Varför inte sätta äpplen i snackskategorien som ett billigt alternativ till snacks? Man skulle också kunna placera morötterna bredvid köttfärsen som ett enkelt tips för att dryga ut köttfärssåsen nästan gratis.

Så hur kan vi driva förändring med ekonomi som motivation?

För vissa är det helt enkelt för dyrt, och när det gäller den gruppen behöver vi sänka priset, till exempel genom att sänka skatten på frukt och grönt. Något som många också föreslår i studien. Men för många handlar det om en jämförelse eller en föreställning om att priset skulle vara för högt. Mycket handlar om den mentala bilden av vad en måltid är. Den äldre generationen äter ofta en huvudrätt med sallad som tillbehör, vilket gör att salladen kan ses som en extra kostnad som är lätt att utesluta. Den yngre generationen är mer benägna att äta en sallad som huvudrätt. Vi kanske behöver bredda konceptet "sallad" så det även kan innehålla varma komponenter eller "huvudrättskomponenter" som ligger mer i linje med den äldre målgruppens preferenser. Det handlar om att kunna se sallad som en mättande, tillfredställande måltid och vara väldigt konkret i jämförelsen med kostnaden av andra måltider. Att presentera en sallad som ett lunchalternativ, som till exempel i färdigpackat format, gör det enklare att jämföra kostnaden med andra lunchalternativ. Om den jämförelsen inte sker, kommer inte matvanorna göra det heller.

“FÖR MÅNGA HANDLAR DET OM EN JÄMFÖRELSE ELLER EN FÖRESTÄLLNING OM ATT PRISET SKULLE VARA FÖR HÖGT. MYCKET HANDLAR OM DEN MENTALA BILDEN AV VAD EN MÅLTID ÄR.”

I studien ser vi att bara 3% uppger att miljön är den viktigaste faktorn när man väljer vad man äter. Hur är det möjligt i en värld där klimatförändringar är i allra högsta grad närvarande, och många oroar sig för vår planets framtid? Borde inte det motivera oss att välja hållbart?

Miljön är en väldigt dålig motivator när det handlar om köpbeslut. Vi upplever att vi bryr oss, men när det kommer till prioriteringar så är priset viktigare än miljön varje gång. Det framgår i alla studier vi gör. Varför? Det är väldigt svårt för oss som individer att förstå att det vi gör resulterar i något större, att vi kan ha en betydande påverkan på vår planet. Det är enkelt att lägga över ansvaret på någon annan, som företag eller politiker. Om jag var ett företag (eller politiker för den delen) som försökte driva beteendeförändring på individnivå, skulle jag inte prata om miljön i mina budskap överhuvudtaget. Självklart måste både staten och näringslivet ta ansvar för miljön, men om man verkligen vill hjälpa människor till mer hållbara konsumtionsmönster så är miljön inte det huvudsakliga och mest motiverande argumentet. Det kanske låter cyniskt, men för att kunna driva förändring är det viktigt att inte säga vad människor vill höra, utan motivera dem med argument som man kan relatera till på en känslomässig och personlig nivå.

Den här studien visar till exempel att de som äter den rekommenderade mängden frukt och grönt upplever att de sover bättre, mår bättre och ha ett bättre sexliv. Varför inte lyfta detta som ett lite mer inspirerande sätt att driva förändring? ●

KUNSKAP ÄR MAKT. MEN RÄCKER DET FÖR ATT GÖRA EN FÖRÄNDRING?

Om vi jämför med Vegocracy Report 2023 är det fortfarande många som är (ohälsosamt) välsignat ovetande. Men har det någon betydelse för vårt uppdrag att förändra matvanor? Eller behöver vi utforska andra kunskapsluckor?

F: Om du inte äter 400 g frukt eller grönsaker per dag, vilka är dina huvudsakliga anledningar? (Flera val möjliga)

1. Jag prioriterar det inte (34%)
2. Jag saknar matlagingsinspiration (32%)
3. Jag har inte råd (28%)
4. Tidsbrist (21%)
5. Jag tycker inte om smaken (7%)

HAR VI ENS NÅGON ANING?

25% tror inte att de som enskilda individer kan påverka sitt koldioxidavtryck. Det här är en liten ökning från förra året, och vi ser inga större skillnader mellan länder, åldersgrupper eller kön. Bara 13% tror att maten är det område där de som individer kan påverka sitt koldioxidavtryck mest. Sverige utmärker sig genom att relativt få tror att maten är det område där de kan göra störst skillnad (9%), medan 16% i USA tror att maten vi äter kan ge störst effekt. Fler än 3 av 4 har hört talas om FN:s Parisavtal på miljöområdet, medan bara 45% av alla respondenter i studien har hört talas om WHO:s kostråd, och siffran skiljer sig ganska mycket mellan de olika länderna. Tyskland (58%) och Finland (71%) är de mest välinformerade, medan Frankrike (34%) och Sverige (36%) skulle behöva ta en djupare klunk ur kunskapens källa.

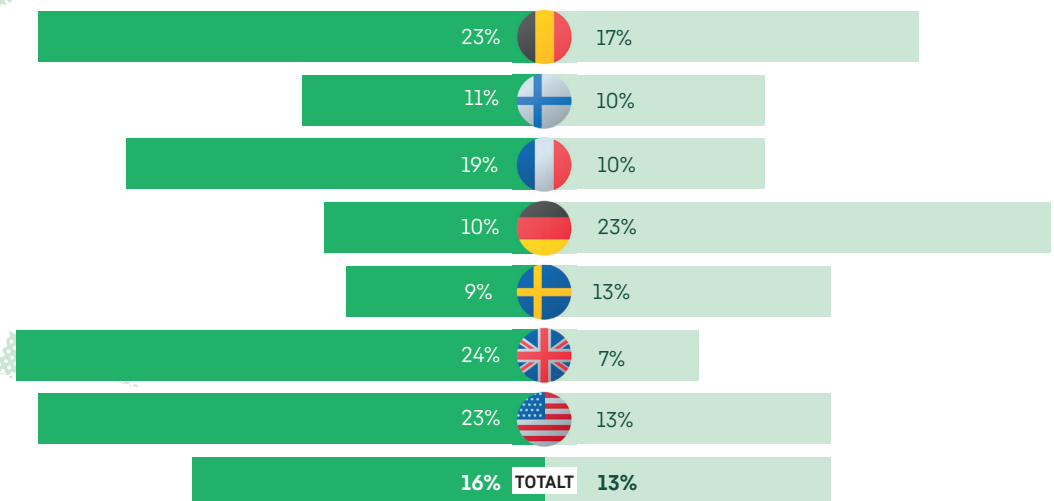
Studien visar också att bara 18%, lika stor andel som förra året, vet hur många gram frukt och grönsaker som WHO rekommenderar per dag (400 g), och av dem som känner till rekommendationerna lyckas bara 22% följa dem.

EN PRIORITERINGSFRÅGA

Som de problemlösare vi är vänder vi oss till vetenskapen och frågar oss själva: Har folk möjlighet att köpa och äta mer frukt och grönt? Tja, kunskapsluckan är som vi ser ett hinder som måste övervinnas. Nästa fråga handlar om ifall förutsättningarna finns i vår närmiljö. Det skulle kunna finnas hinder som matöknar utan tillgång till hälsosam mat eller sociala normer med exempelvis en starkt köttbaserad matkultur – men det här verkar inte vara det främsta hindret. I stället handlar det om motivation. Prioriterar de som har möjligheten och förutsättningarna i sin närmiljö att äta mer frukt och grönsaker framför alla andra jämförbara och konkurrerande beteenden? Svaret är uppenbarligen nej. Det är snarare tvärtom. Studien visar att av dem som inte följer WHO:s kostråd anger 34% prioritering som den huvudsakliga anledningen till att de inte äter sina grönsaker. Folk är helt enkelt inte tillräckligt motiverade. Kan det bero på att de saknar kunskapen?

F: Äter du 400 g frukt eller grönsaker per dag?

● Ja, varje dag ● Nej, aldrig



GÖR SÅ HÄR

Låt oss fokusera på de positiva effekterna för individen av att äta grönt, som påverkar oss direkt här och nu. De flesta vill nog sova gott, ha ett tillfredsställande sexliv och goda relationer.

EN SALLAD ÄR EN SALLAD ÄR EN SALLAD ...?

Studien avslöjar inte bara en lucka när det gäller vår förståelse av kostråden och hur maten vi äter kan påverka vårt personliga koldioxidavtryck, utan också en kunskapsbrist i vår definition av och föreställning om en sallad. Den här bristen på insikt gör oss osäkra på vad vi ska välja och får oss att missa fördelarna med att äta grönt.

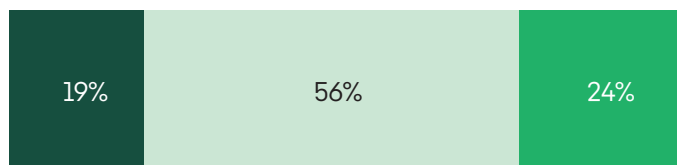
DEN MENTALA BILDEN AV EN SALLAD – EN OSYNLIG KUNSKAPSLUCKA

Utöver kunskapsluckan vad gäller kostråd och om hur maten vi äter kan påverka vårt personliga koldioxidavtryck, visar studien även på en kunskapsbrist i vår mentala bild av vad en sallad är och skulle kunna vara, vilket också påverkar hur vi jämför den med andra alternativ när vi bestämmer oss för vad vi ska köpa. Exempelvis äter 75% av respondenterna vanligtvis sallad som bara består av 1–4 ingredienser. 74% äter sina grönsaker som ett tillbehör till annan mat, och då kan det upplevas som dyrt och en kostnad som det är enkelt att spara in på i tuffa tider. De två huvudsakliga anledningarna till att inte välja sallad till lunch/middag i alla sju länder – ”Jag föredrar varm mat” (43%) och ”Jag får inte samma mättnadskänsla” (30%) – avslöjar också en brist på kunskap i den mentala föreställningen av vad en sallad är.

Så om vi börjar fylla igen de här luckorna, rättar till missförstånden och slår hål på fördomarna om ”salladskonceptet”, kanske vi också kan förändra upplevelsen av att det är för dyrt samt människors sätt att prioritera. Vi behöver också rikta in oss på den direkta och personliga positiva upplevelsen av att äta frukt och grönt i stället för på riskerna för hälsan och planeten om vi låter bli.

F: Av hur många ingredienser består salladen du oftast äter?

● 1-2 ● 3-4 ● 5 eller fler

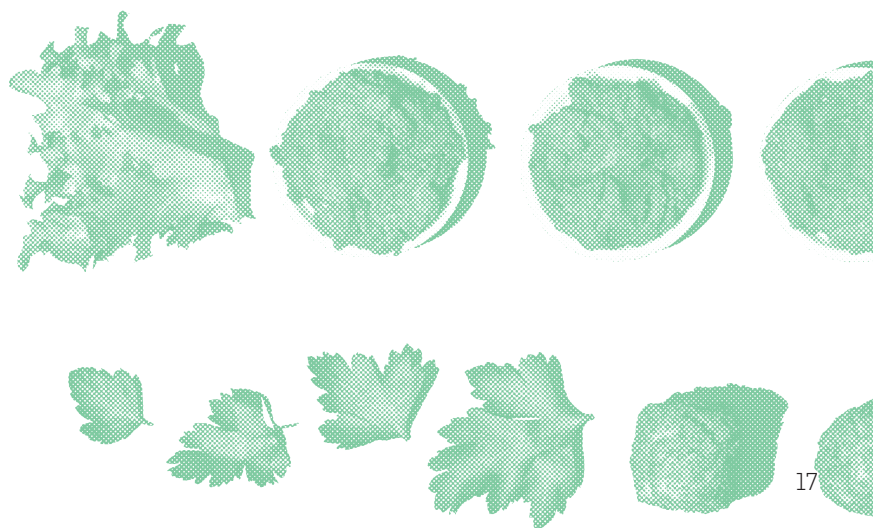


GÖR SÅ HÄR

Vidga din syn på sallad! Upptäck att de kan innehålla varma komponenter och mängder av läckra ingredienser. Det gör att sallad enkelt kan jämföras med andra lunchalternativ och framhäver att de faktiskt kan vara ett billigare (och hälsosammare) alternativ.

F: Vilka är dina huvudsakliga anledningar till att inte välja sallad till lunch/middag? (Flera val möjliga)

1. Jag föredrar varm mat (43%)
2. Jag får inte samma mättnadskänsla (30%)
3. Det är dyrt (23%)
4. Det tar tid (17%)
5. Det är inte tillräckligt gott (13%)
6. Jag kan inga tillräckligt bra recept (12%)
7. Det är komplicerat (11%)



ÖKADE KOSTNADER FÄRRE GRÖNSAKER

Kraftigt stigande levnadskostnader fortsätter att påverka länder runtom i världen, och det påverkar våra matvanor. 84% av respondenterna i alla sju länder som ingår i studien äter inte enligt WHO:s kostråd, och en av fyra uppger att priset är det främsta hindret mot att följa rekommendationerna. De här siffrorna har tyvärr ökat sedan 2023, vilket inte direkt kommer som någon överraskning. Siffrorna skiljer sig dock fortfarande mellan de olika länderna. I Sverige säger 19% att priset är det mest avgörande för att inte äta grönsaker, medan motsvarande siffra i Finland är 40%.

VI HAR INTE RÅD ATT ÄTA HÄLSOSAMT. ELLER?!

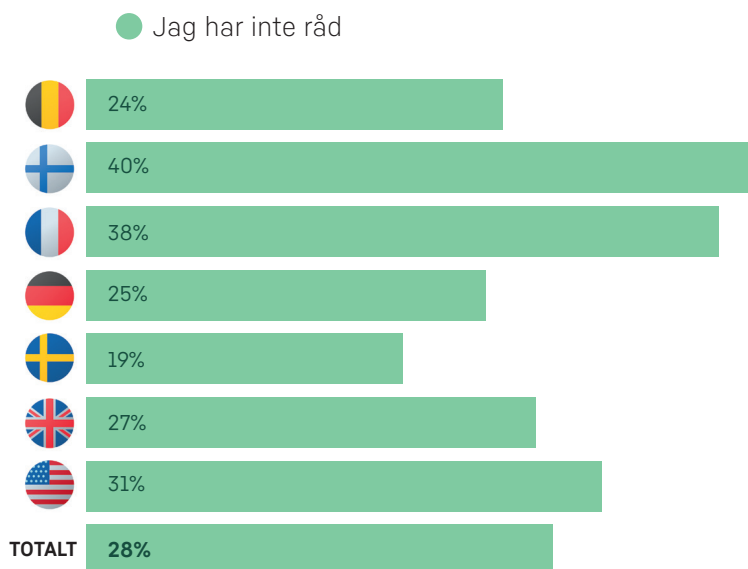
Fler än en av fyra (28%) av dem som inte äter den rekommenderade mängden frukt och grönsaker uppger att det beror på att de inte har råd. Siffrorna skiljer sig lite mellan de olika länderna, men rent allmänt är de nedslående. Nästan en av fyra uppgav också att den huvudsakliga anledningen till att de ibland hoppar över lunchen är för att spara pengar. Av alla respondenter uppger 38% att de skulle byta ut en icke-salladsbaserad lunch mot en lunchsallad om det vore billigare (i Finland hela 57%). Som salladsföretag kan vi kanske inte påverka lågkonjunkturen, men vi kan (och kommer att) utmana uppfattningen om att vi inte har råd med grönsaker. Är det verkligen så dyrt att äta hälsosamt? Jämfört med vad? Den här studien visar att fler än hälften av respondenterna spenderar 30% eller mindre av sin matbudget på frukt och grönsaker. Vad händer om vi slutar se grönsaker som ett dyrt tillbehör till annan mat och i stället ser dem som en hel (och plötsligt ganska billig) måltid i sig?

SÄG HEJDÅ TILL GAMLA GRÖNA VANOR

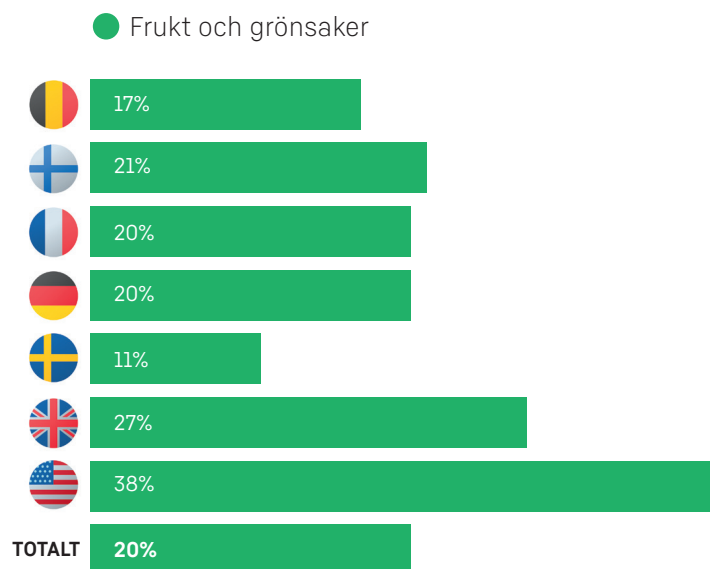
Det är bara att inse att ett äpple om dagen nu officiellt tillhör det förflutna. Vi ser att en av fem respondenter skär ner på frukt och grönt för att spara pengar under den rådande ekonomiska krisen med höga levnadskostnader. Men det varierar ganska mycket mellan olika länder. USA sticker ut genom att ha minskat mest på grönsaker (38%) och Sverige med att ha minskat minst (11%).

13% AV ALLA PERSONER I STUDIEN SPENDERAR MINDRE ÄN 10% AV SIN MATBUDGET PÅ FRUKT OCH GRÖNSAKER. DAGS ATT ÄTA MER GRÖNT?

F: Vilka är dina skäl till att inte äta 400 g frukt eller grönsaker per dag? (Flera val möjliga)



F: Inom vilka livsmedelskategorier försöker du spara in på kostnaderna under den ekonomiska krisen? (Flera val möjliga)



HEJ POLITIKER OCH BESLUTSFATTARE! BANA VÄG FÖR EN GRÖNARE DAG.

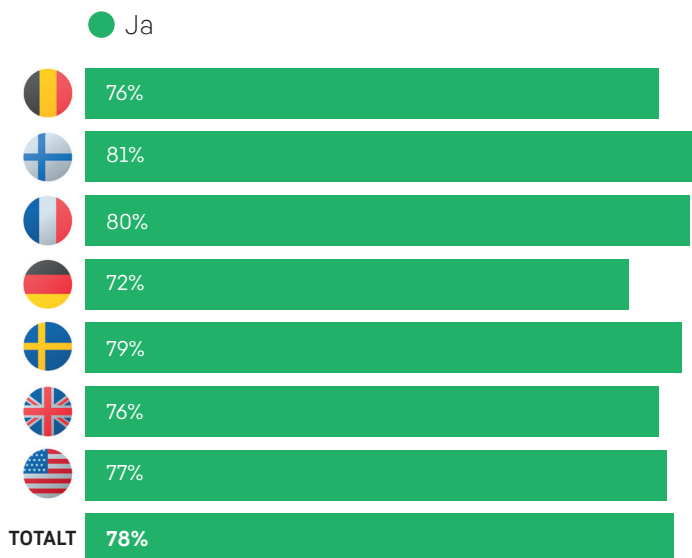
Omställningen av livsmedelssystemen kräver utan tvekan att varenda en av oss gör en insats, men vi tror inte att den här frågan enbart kan lösas på individnivå. Därför frågade vi folk vad de tror skulle hjälpa dem att förändra sina matvanor till det bättre. Och vi fick en hel del intressanta svar. Tugga i dig dem, smält dem (men inte för länge) och AGERA!



EFTERLYST: EN STRUKTURELL FÖRÄNDRING

Att förändra matvanor på individnivå handlar utan tvekan mycket om att hjälpa människor att hitta sin personliga motivation. Det handlar om att förändra uppfattningen om "dyra grönsaker" genom att göra frukt och grönsaker jämförbara med andra livsmedelskategorier och se dem som alternativ till andra måltidslösningar. Utöver utbildning och motivation behöver konsumenterna även stöd av staten och beslutsfattare. Det handlar om folks faktiska förmåga att ha råd med frukt och grönt. Mer än två tredjedelar (78%) av respondenterna i studien tror att sänkt moms på frukt och grönsaker skulle uppmuntra dem till att göra hälsosammare matval i livsmedelsbutiken. Högre moms på skräpmat och rött kött liksom gratis frukt i skolan från tidig ålder är andra förslag till våra beslutsfattare för att skapa incitament för oss att äta nyttigare. Efterfrågan på statliga subventioner på frukt och grönsaker är särskilt stor bland unga personer i åldersgruppen 18–34 år (82%) och bland barnfamiljer (83%).

F: Skulle slopad moms på frukt och grönsaker uppmuntra dig till att göra hälsosammare matval i livsmedelsbutiken?



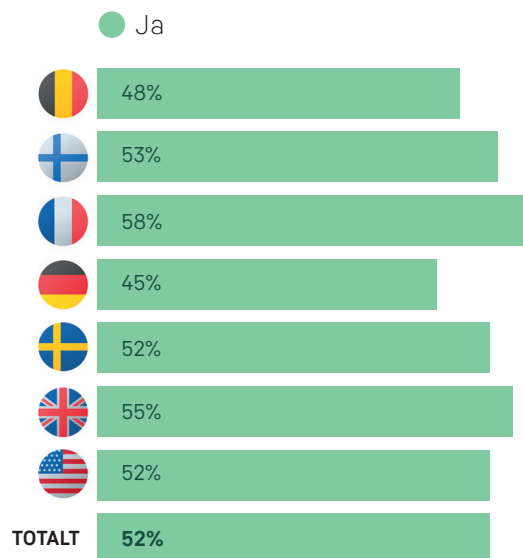
F: Vilka av följande initiativ tror du skulle få folk att äta hälsosammare? (Flera val möjliga)

1. Slopad moms på frukt och grönsaker (68%)
2. Gratis frukt i skolan från tidig ålder (57%)
3. Högre moms på skräpmat (37%)
4. Högre moms på rött kött (18%)

HÖJ MOMSEN PÅ SKRÄPMAT

Kostnaden för att inte äta hälsosamt och hållbart är redan hög om man räknar med risken för livsstilssjukdomar och miljöpåverkan. Mer än 50% uppger dock att de skulle göra hälsosammare val om momsen på skräpmat var högre. Och en ännu större andel, 59%, av unga människor (18–34 år) efterfrågar högre priser på skräpmat. Det är inte varje dag man hör ett sådant önskemål.

F: Skulle högre moms på skräpmat uppmuntra dig att göra hälsosammare matval i livsmedelsbutiken?



FRÅN BIROLL

TILL HUV

Vi ser tydligt att frukt och grönsaker är en livsmedelskategori där folk försöker dra ner på kostnaderna. Och vi hör också ett rungande JA på frågan om de skulle köpa/äta mer frukt och grönsaker om det vore billigare. Så lyssna nu: Vi har en lösning, och den är enklare än man skulle kunna tro. Byt ut i stället för att slopa helt och hållet – från köttbaserat till mer frukt och grönt – och spara pengar. 74% av alla respondenter i alla sju länder äter grönsaker som ett tillbehör till annan mat. Om vi ändrar våra matvanor och i större utsträckning låter grönsakerna spela huvudrollen i stället för en biroll kan vi få en friskare befolkning och en friskare planet. Och samtidigt spara pengar.

F: Skulle du köpa/äta mer frukt och grönsaker om det vore billigare?

Ja (80%)

Nej (20%)

VUDROLL

F: Hur äter du grönsaker?
(Flera val möjliga)



● Som tillbehör till annan mat



DEMOGRAFIN FÖR (O)HÄLSO- SAMMA MATVANOR

Så gott som alla vet att det är bra för hälsan att äta frukt och grönsaker. Men lever vi efter den visdomen? Nix. Och oroar vi oss för att vår kost påverkar hälsan negativt? Ja. Mer än hälften av alla respondenter i alla sju länder uppger faktiskt att de oroar sig över sin kost. Kvinnor (59%) och unga personer i åldrarna 18–34 år (61%) mer än andra. Trots det äter bara 16% av respondenterna i alla sju länder den rekommenderade mängden frukt och grönsaker varje dag.

DE STÖRSTA SALLADSMUMSARNA

Resultatet visar att 38% äter sallad till lunch minst ett par gånger i veckan, medan 11% aldrig gör det. Det här skiljer sig åt mellan olika länder, och i USA (53%), Frankrike (51%) och Storbritannien (47%) mumsar man mest sallad, medan Sverige utmärker sig som det land där minst andel personer äter sallad minst ett par gånger i veckan (16%).

RÄKNAS MOULES FRITES SOM SALLAD?

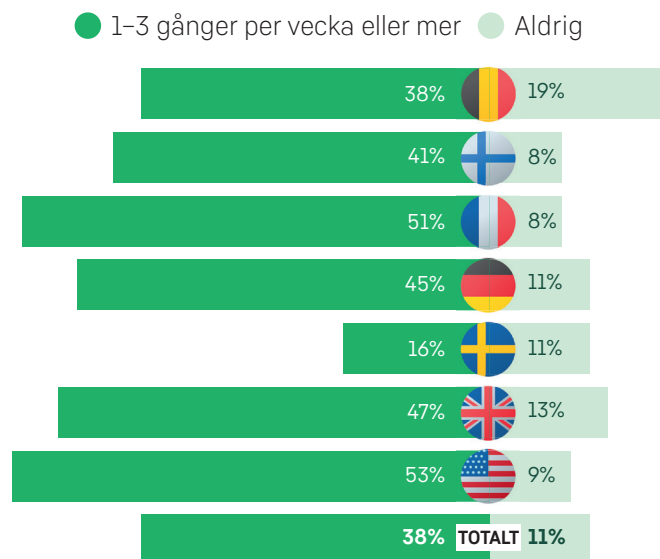
I Belgien är det flest som säger att de aldrig äter sallad till lunch (19%). Vi kan också tala om att matvanorna skiljer sig åt mellan olika generationer. Generation Z (18–34 år) äter sallad till lunch minst ett par gånger i veckan i större utsträckning (43%) än Gen X/Boomers (45–65), där 33% äter sallad till lunch minst ett par gånger i veckan.

ORO FÖR HÄLSAN

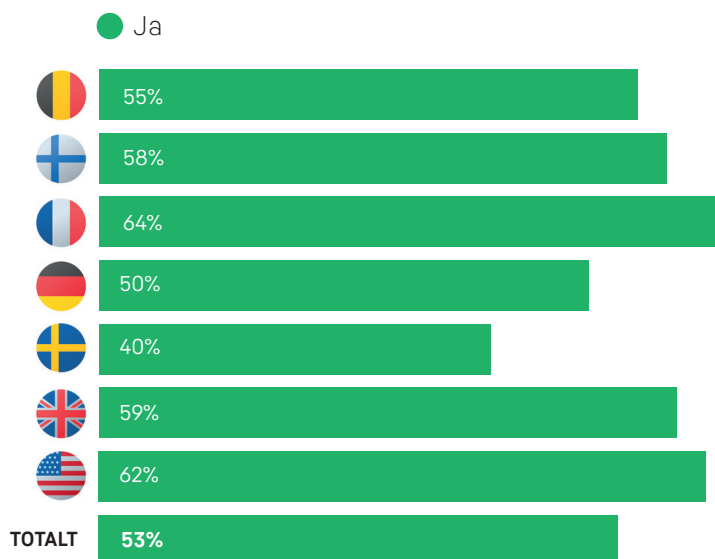
Studien visar att de som prioriterar priset framför smaken, hälsan och miljön, oftare oroar sig över hur kosten påverkar deras hälsa. Vi ser också att de som oroar sig över kostens effekt på hälsan har större benägenhet att försöka spara in på olika typer av mat under perioder med mycket höga levnadskostnader.

Fransmännen (64%) oroar sig oftare över att kosten påverkar hälsan negativt än befolkningen i de andra länderna trots att Frankrike är ett av de länder där man mumsar mest sallad.

F: Hur ofta äter du sallad till lunch?



F: Oroar du dig över att din kost kan påverka hälsan negativt?



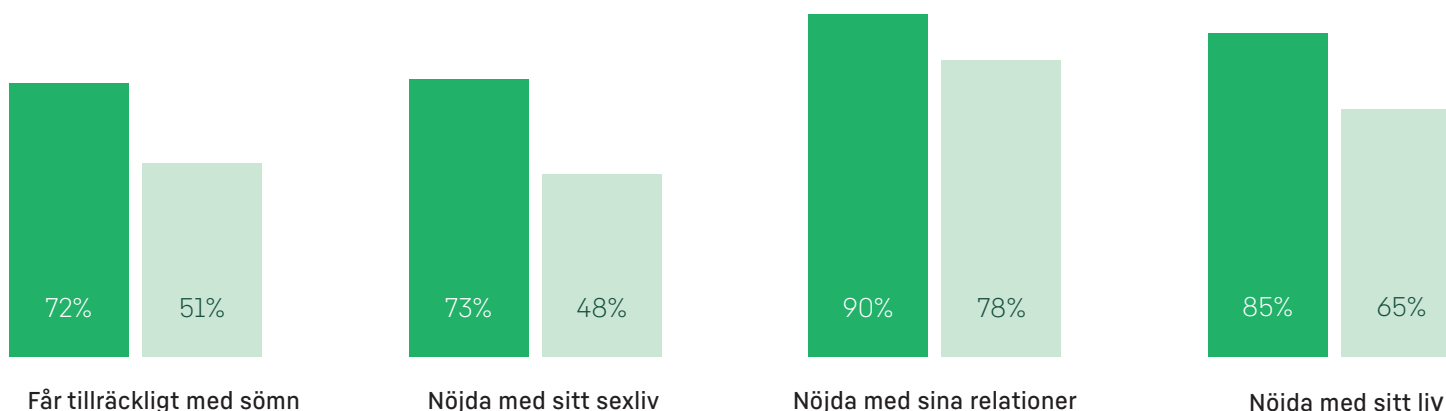
OVÄNTADE POSITIVA EFFEKTER AV ATT ÄTA GRÖNT

Enligt beteendevetenskapen är motivation den starkaste drivkraften för att ändra sina vanor. Och människor motiveras av sådant som påverkar hur vi känner och upplever vårt dagliga liv. Vanliga saker som sömn, sex och relationer till andra. Vad har då allt detta att göra med grönsaker? Mycket faktiskt. Här kommer lite statistik ur verkliga livet som du kan relatera till och som förmodligen kommer att ändra en vana eller två. Varsågod och hugg in!



● De som äter sina 400 g frukt och grönsaker varje dag

● De som aldrig äter sina 400 g frukt och grönsaker varje dag



HEJ SJUSOVARE! DAGS ATT VAKNA!

Av dem som äter den rekommenderade mängden frukt och grönsaker varje dag (400 g) anser 72% att de får tillräckligt med sömn. 51% av dem som aldrig äter sina dagliga grönsaker uppgav samma sak.

När det gäller sexlivet rapporterar nästan tre av fyra (73%) av dem som äter den rekommenderade dagliga mängden frukt och grönt att de är nöjda med sitt sexliv. Bland dem som aldrig äter tillräckligt med grönsaker säger sig däremot inte ens hälften (48%) vara nöjda med sitt sexliv.

Och relationer då? 90% av dem som äter sina 400 g frukt och grönt per dag är faktiskt nöjda med sina relationer. 78% av dem som aldrig äter sina dagliga grönsaker uppgav samma sak.

Totalt uppgav 85% av dem som äter frukt och grönsaker enligt rekommendationerna att de är nöjda med sitt liv. Bara 65% av dem som aldrig äter den rekommenderade mängden frukt och grönsaker säger samma sak.

SKIPPA INTE GRÖNSAKERNA!

HEJA GENERATION Z – NI KAN DET HÄR!

Att äta sallad till lunch varje dag verkar vara en god vana som vissa har anammat mer än andra. 11% i generation Z (18–34 år) äter sallad till lunch varje dag jämfört med Gen X/Boomers (45–65 år), där bara 5% äter sallad till lunch varje dag.

VAD ÄR GREJEN MED ATT HOPPA ÖVER EN MÅLTID?

Tre måltider om dagen är ju standard: frukost, lunch och middag. Men är det här verkligen skrivet i sten? Om inte, hur och varför ändrar vi våra matvanor? Vi ser att folk ibland hoppar över måltider för att spara pengar, på grund av tidsbrist eller för att de följer en diet. Finns det här en unik möjlighet att erbjuda en snabb och hälsosam (GRÖN) lösning till ett överkomligt pris?

F: Vilken är den främsta anledningen till att du hoppar över frukosten?

1. Jag har inte tid (40%)
2. Det är inte en viktig måltid (30%)
3. För att spara pengar (15%)
4. Av dietskäl (15%)

F: Vilken är den främsta anledningen till att du hoppar över lunchen?

1. Det är inte en viktig måltid (34%)
2. Jag har inte tid (28%)
3. För att spara pengar (24%)
4. Av dietskäl (14%)

F: Vilken är den främsta anledningen till att du hoppar över middagen?

1. Det är inte en viktig måltid (32%)
2. Av dietskäl (24%)
3. För att spara pengar (24%)
4. Jag har inte tid (19%)

ÄR TRE FORTFARANDE DET MAGISKA ANTALET?

Låt oss titta närmare på den traditionella föreställningen om tre måltider per dag. 71% av alla respondenter i de sju olika länderna äter frukost. Andelen sjunker dock till 67% om man tittar specifikt på åldersgruppen 18–34 år. De som mest konsekvent äter frukost är svenskarna, med 78%. Dessutom äter 82% av alla respondenter lunch varje dag, och imponerande 86% missar aldrig middagen (Frankrike 89%). Men vi ser också en stor grupp som hoppar över en eller flera måltider varje dag. Om vi kan förstå varför, skulle grönsaker då kunna vara en lösning på problemet?

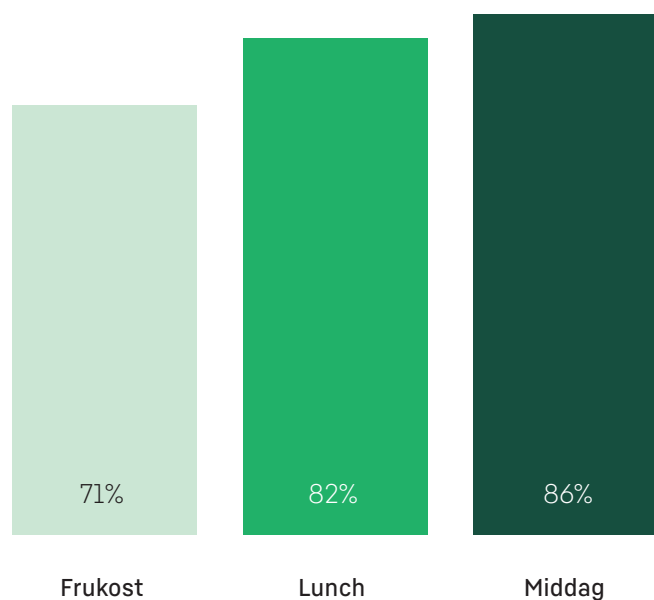
MIDDAGEN ÄR SERVERAD ... ELLER?

En anledning till att hoppa över middagen är att man inte prioriterar den. Av dem som inte äter middag tycker 32% att det inte är någon viktig måltid. Det är den huvudsakliga anledningen till att hoppa över middagen, följt av dietskäl (24%) och för att spara pengar (24%). Som vanligt tänker unga personer annorlunda och säger att deras huvudsakliga anledning till att inte äta middag är att spara pengar (26%) och av dietskäl (26%). Familjer med barn sticker också ut och uppger att den främsta anledningen till att hoppa över middagen är för att spara pengar (28%), jämfört med familjer utan barn (20%).

Det finns också skillnader mellan olika länder. I Frankrike är den huvudsakliga anledningen för att spara pengar (32%). I USA (33%) och Storbritannien (30%) är dietskäl vanligast. I Sverige anser 57% att det inte är en viktig måltid. Samma sak gäller Belgien (27%), Tyskland (33%) och Finland (38%).

F: Vilka måltider äter du vanligtvis?

(Flera val möjliga)



GÖR SÅ HÄR

Välj snabba och enkla alternativ med frukt och grönsaker, som färdiga smörgåsar, wraps, färdiga sallader eller sallader som du plockar ihop själv. De här alternativen är enkla att jämföra med andra lunchalternativ i samma livsmedelskategori, vilket visar att det kan vara både hälsosammare och mer ekonomiskt med sallader än med köttbaserade måltider.

GÖR SMAKLÖKARNA GLADA TACK

Vegocracy Report 2024 bekräftar en insikt vi fick redan i förra årets rapport: den främsta avgörande faktorn för matvanorna är smaken. Vår tidigare rapport uppgav också att folk inte förknippade hållbar mat med god mat. Årets Vegocracy Report visar att bara 22% tycker att välsmakande är ett utmärkande drag för hälsosam mat. I USA är motsvarande siffra bara 15%. Vilka andra fördomar finns det om grön mat? Vi tar oss en titt.



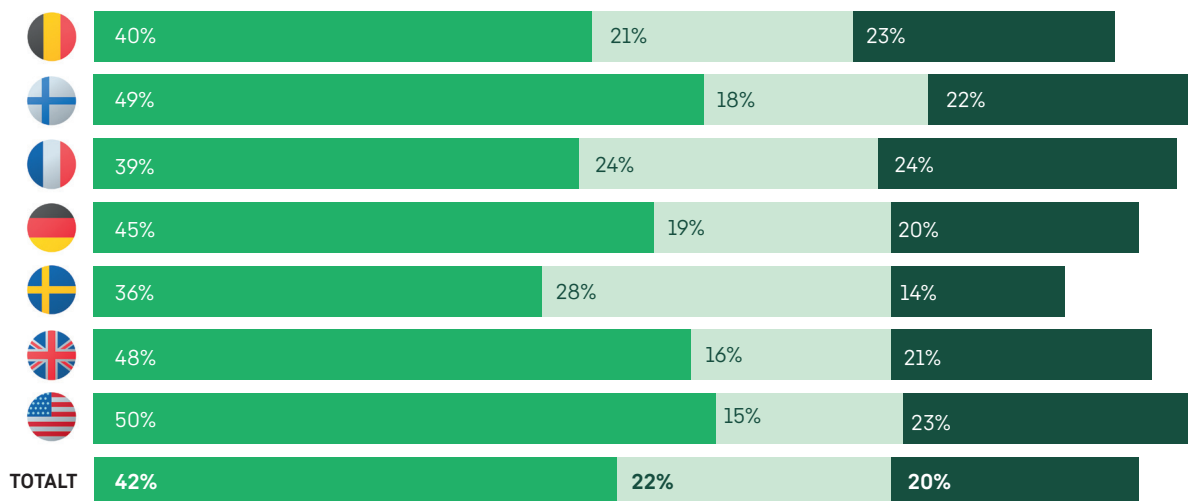
SMAKEN FRAMFÖR PLANETEN – HUR FRÄSCHT ÄR DET?

Det är utan tvekan så att vi alla bryr oss om vår planets hälsotillstånd, men när vi fattar inköpsbeslut sätter vi vår egen hälsa först. Och när vi väljer vad vi ska äta är smaklökarna ännu viktigare än vår hälsa. Hela 41% säger att smaken är den viktigaste faktorn när de väljer mat, och den prioriteringen gäller för sex av sju länder i studien. I Finland uppger i stället 36% att priset är den viktigaste faktorn. Vi ser också att fler unga människor (18–34 år) prioriterar miljön (5%) än äldre i åldern 45–65 år (2%).

Vad händer då om folk inte ser hälsosam mat som ett gott alternativ? Blir det omöjligt att förändra våra matvanor? Intressant nog visar vår studie också att 42% tycker att hälsosam är detsamma som "fräsch", en siffra som är hela 50% i USA. Kanske är det dags att lyfta fram den gröna maten som ett fräscht alternativ till gamla och inte särskilt hållbara matvanor i stället för att säga att grönt är nyttigt?

F: Vilket ord tycker du bäst definierar hälsosam mat?

● Fräsch ● God ● Dyr



F: Vilken är den viktigaste faktorn när du väljer vad du ska äta?

1. Smak (41%)
2. Pris (24%)
3. Hälsa (19%)
4. Bekvämlighet (13%)
5. Miljön (3%)

GÖR SÅ HÄR

Börja med att se till att göra dina smaklökarna nöjda! När du fixar i ordning hälsosam och hållbar mat, se till att den består av smaker som du verkligen är sugen på. Blir smaklökarna nöjda, blir planeten också glad!

LÅT OSS SLÅ HÅL PÅ NÅGRA GRÖNA FÖRDOMAR

Måltiderna måste leverera när det gäller smak. Det är ett faktum. Men också när det gäller matbudget, hektiska scheman och en mängd andra individuella saker som avgör vilken typ av mat som hamnar på tallriken i slutändan. På följande sidor har vi sammanfattat anledningarna till att inte välja sallad till lunch eller middag, vad som skulle kunna få folk att ändra sina matvanor och vad som rent allmänt skulle kunna inspirera dem att prova något nytt.

Och vet du vad? Statistiken talar för sig själv. Om vi bara hjälper folk att förändra sin mentala bild av vad en sallad är och skulle kunna vara, är chansen stor att vi kan hjälpa till att förändra matvanor också.



F: Vilka är dina huvudsakliga anledningar till att inte välja sallad till lunch/middag?

1. Jag föredrar varm mat (43%)
2. Jag får inte samma mättnadskänsla (30%)
3. Det är dyrt (23%)
4. Det tar tid (17%)
5. Det är inte tillräckligt gott (13%)
6. Jag kan inga tillräckligt bra recept (12%)
7. Det är komplicerat (11%)

VI VERKAR GILLA DET VARMT

"Jag föredrar varm mat" och "Jag får inte samma mättnadskänsla" är de två främsta anledningarna i alla sju länder, förutom i USA där "Det är dyrt" kommer tvåa efter "Jag föredrar varm mat". Men vem har sagt att en sallad inte kan bestå av varm mat? Att den inte kan ge en mättnadskänsla? Att den måste vara komplicerad, ta tid och vara dyr? Absolut inte vi.

**I USA OCH STORBRIANNIEN VILL
MAN HA MER SMAK OCH I FRANKRIKE
FLER INGREDIENSER. DET LÅTER VÄL
SOM EN SMARRIG UTMANING?**

F: Vad skulle få dig att byta en icke-salladsbaserad lunch till en lunchsallad?

1. Mindre dyr (38%)
2. Mer smak (27%)
3. Större variation (26%)
4. Tidsbesparande (22%)
5. Fler ingredienser (19%)
6. Fler roliga recept (19%)
7. Att den var varm (17%)

EN SMARRIG UTMANING

Priset är generellt det vanligaste incitamentet för att få folk att byta ut en icke-salladsbaserad lunch mot en lunchsallad, särskilt i Finland där 57% uppgav att de skulle välja en lunchsallad i stället för en icke-salladsbaserad lunch om det vore billigare. Utmärkande för USA och Storbritannien är att folk frågar efter mer smak (USA 34%, Storbritannien 36%), medan fransmännen vill ha fler ingredienser (28%). Det låter väl som en smarrig utmaning?

UTSEENDET ÄR VIKTIGT, MEN INSIDAN RÄKNAS OCKSÅ

29% tycker att matens utseende är den viktigaste faktorn för att prova något nytt. Det måste se tilltalande ut, men vi är också lite mer bekväma med att prova om maten innehåller något vi känner igen och gillar. Och det är ju en av de fantastiska sakerna med sallad. Med salladsblad som bas är det bara att lägga till din favoritmat, varm eller kall, och skapa ett personligt stycke matkonst som får det att vattnas i munnen och smaklökarna att dansa tango.

F: Vad skulle med störst sannolikhet inspirera dig att prova något nytt i matväg?

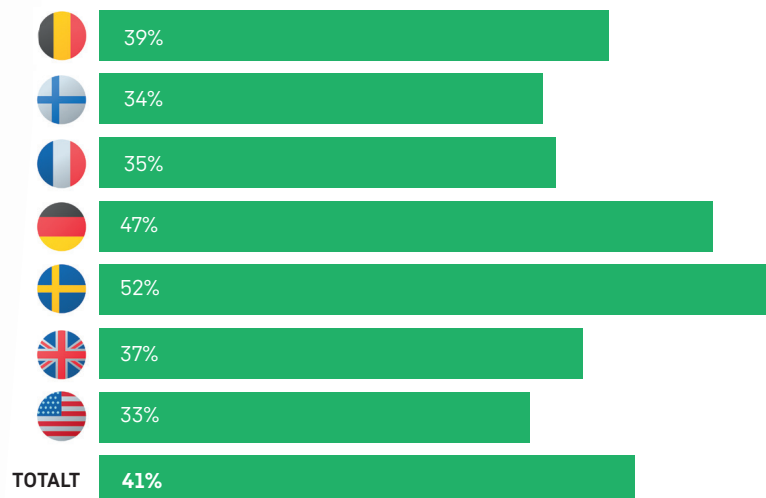
1. Att maten ser tilltalande ut (29%)
2. Att maten innehåller något jag känner igen och tycker om (23%)
3. Om jag får smaka gratis (20%)
4. Att någon jag känner säger att det smakar gott (14%)
5. Att maten luktar gott (13%)

HALLÅ SNYGGING

Att maten ser tilltalande ut är den viktigaste faktorn för att få folk att prova något nytt i fem av sju länder. Att prova ny mat gratis verkar vara mer motiverande för finländare (27%), belgare (27%) och fransmän (26%) än genomsnittet för alla länderna (20%).

F: Vilken är den viktigaste faktorn när du väljer vad du ska äta?

● Smaken



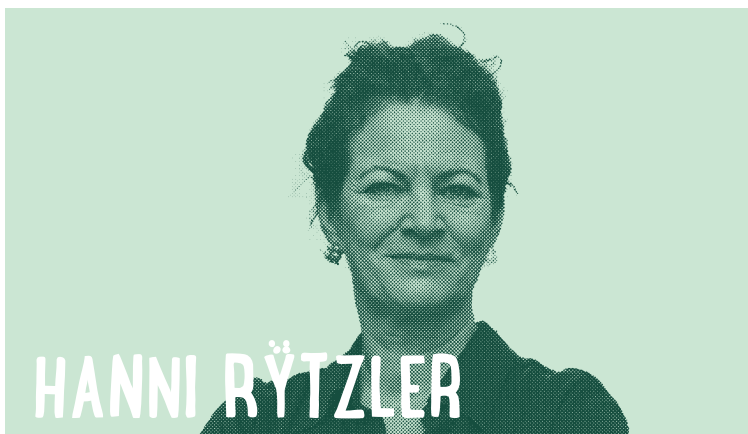
GÖR SÅ HÄR

Kom ihåg att vi äter med ögonen först, så gör det till en fest för alla sinnen. Börja med en krispig bädd av färska bladgrönsaker, och få sedan rätten att lyfta med dina favoritingredienser (tänk djarva smaker eller kanske något med lite sting). Ge utlopp för din kreativitet och toppa med något krispigt och visuellt tilltalande!



VÅRA INTERNATIONELLA EXPERTER HAR ORDET

Hur förändrar vi våra matvanor? Låt oss se vad vår panel av internationella experter inom mattrender, ekonomi och näringslära har att säga i frågan.



Hanni Rützler är en av Europas ledande forskare inom mattrender och driver Future Food Studio. Hon är känd för sin förmåga att bilda sig en heltäckande uppfattning om förändringarna inom matkulturen och klassificera ouppmärksammade förändringar. I sina studier om framtidens mat och sin årliga matrapport undersöker hon hur konsumentkulturen förändras och gör skillnad mellan långvariga mattrender och kortvariga variationer. Hennes årliga matrapport anses vara en stark röst i debatten och en vägvisare för beslutsfattare inom livsmedelsindustrin.



Bradley Rickard är professor i livsmedels- och jordbruks-ekonomi vid Cornell University. Hans forskning har fokuserat på matsvinn och analyserat köpbeteende, demografiska faktorer och geografisk fördelning för att förstå hur konsumenternas preferenser och köpvanor utvecklas. Resultaten från hans forskning har lyfts fram i olika medier, som Wall Street Journal, The Economist, Washington Post, Buffalo News och Freakonomics.com. Vid Cornell University undervisar han i något som kallas "The business of food".



Sharon Palmer är registrerad dietist och näringsfysiolog och känd för sina expertkunskaper inom växtbaserad näring. Med över 20 års erfarenhet inom området och en utbildning inom hållbara livsmedelssystem har hon etablerat sig som en auktoritet på växtbaserad näring och hållbarhet. Hon har också grundat Food and Planet, ett nätverk där hälso- och sjukvårdspersonal leder en omställning av livsmedelssystem för vår planets välbefinnandes skull för att göra det möjligt för hälso- och sjukvårdspersonal att föra fram hållbara livsmedelssystem. Sharon har aldrig stött på en grönsak som hon inte tycker om.

FRÅN ETT STÖRRE PERSPEKTIV...



**"VI HAR ETT GYLLENE TILLFÄLLE
FÖR ATT FÖRÄNDRA VÅRA VANOR"**

BRADLEY RICKARD: Som vi kan se i sammanställningen av undersökningen är folk särskilt känsliga för matpriser. De senaste tre åren har matpriserna ökat galeat mycket på ett sätt som vi inte har varit med om på mycket länge. Det har varit ganska tufft för konsumenterna. Lyckligtvis tyder det mesta på att matpriserna i allmänhet inte kommer att öka alls lika mycket under 2024, vilket innebär att vi återgår till mer normala priser. Och intressant nog förutspås priserna inom grönsakskategorin öka mindre under 2024 än priserna på mjölkprodukter och köttbaserat protein, vilket är goda nyheter som kan ha positiv effekt på grönsaksinköpen. Det här skulle också kunna vara ett unikt tillfälle för att driva en förändring av matvanor genom att lyfta fram det faktum att grönsaker relativt sett är billigare än andra livsmedelskategorier.



**"TID ÄR ETT AV MÅNGA HINDER MOT
ATT ÄTA HÄLSOSAMT"**

SHARON PALMER: Matkostnaderna var en stor grej under 2023, och folk vill äta nyttigt och samtidigt försöka spara pengar. Amerikansk forskning visar att växtbaserad kost oftast faktiskt är billigare än köttbaserad kost, men många inser inte det. Ett annat hinder mot att äta hälsosamt är att äta på restaurang. Det är nästan omöjligt att äta den rekommenderade mängden frukt och grönsaker när du beställer en standardrätt och kanske bara serveras ett salladsblad till din köttbit. Nu stannar folk hemma för att spara pengar, och kanske kan det vara ett perfekt tillfälle för att förändra matvanorna till förmån för mer grönsaksbaserade rätter. Men då behöver människorna kunskapen, som enkla recept, matlagingsinspiration och andra snabba och goda lösningar. Men visst går det att välja snabba alternativ hemma som också är hälsosamma.



**"UTAN EN FRISK PLANET
INGA FRISKA MÄNNISKOR"**

HANNI RÜTZLER: Det är en kombination av hälsosam mat och hållbarhet som kommer att leda till förändrade matvanor. Enligt många experters åsikter är det den starkaste lösning vi kan förvänta oss under de kommande 10-15 åren. Utan en frisk planet kan det inte finnas någon hälsosam mat eller några friska människor. Vi kan inte lägga så mycket pengar på hälsa, men om vi investerar pengarna i hållbara växtbaserade livsmedelssystem löser vi även hälsoproblemet – och räddar vår planet. Det här är något vi kan komma överens om globalt, men jag tror även att vi behöver ta hänsyn till olika matkulturer. Vad vi äter och vad vi inte äter är alltid en del av vår kulturella identitet. Men maten är också nära kopplad till respektive livsmiljö – familjer med barn äter till exempel inte samma saker som familjer utan barn. Det behövs en mängd olika tillvägagångssätt för att påbörja den här förändringen.

...TILL VARDAGSLIV...



"BARN SOM EXPONERAS FÖR GRÖNSAKER BLIR MER BENÄGNA ATT SJÄLVA ÄTA MER GRÖNSAKER"

SHARON PALMER: Min erfarenhet är att folk just nu framför allt efterfrågar fräsch mat. Smaken är alltid viktigast, men folk börjar även tycka att det goda ska vara hälsosamt. Man behöver inte längre välja antingen det ena eller det andra. Som vi ser i den här studien är det fler som oroar sig över sin hälsa, och hälsan blir också en viktigare faktor när vi väljer vad vi ska äta. Samtidigt visar studien att nästan en av tre barnfamiljer som inte äter den rekommenderade mängden frukt och grönsaker uppger att det beror på att de inte har råd.

Det finns forskning som visar att ju mer barnen exponeras för grönsaker, om det så bara är genom att sitta med vid bordet och se mamma och pappa äta grönsaker, desto mer benägna blir de att själva äta mer grönsaker. Det är något som vi måste ha med i kalkylen. Folk tror att det ger positiva effekter senare i livet att äta frukt och grönt, men det ger faktiskt positiva effekter här och nu. Vi ser barn med kardiometabola riskfaktorer och höga kolesterolvärden redan under sina första tio levnadsår, vilket innebär att de redan håller på att bli mottagliga för hjärt-kärlsjukdom. Och det handlar inte heller bara om sjukdomar. Det finns så många studier som visar på ett samband mellan grönsaker och emotionell hälsa, vilket även gäller er studie, som visar på en del intressanta positiva hälsoeffekter av att äta grönsaker.



"TYDLIGARE VÄGLEDNING OCH ROLIGARE"

BRADLEY RICKARD: Jag tror att många vet att de borde äta grönsaker, och det ser vi också i den här studien. Men av olika anledningar, som kostnad, bekvämlighet, smak och pris, gör de ändå inte det. Det är en sak att säga åt folk: "Du behöver äta mer grönt, du följer inte kostråden." Men det är något helt annat att berätta hur de ska göra det, och det ger ofta bättre effekt. Att äta sallad till lunch är ett bra exempel som ger dem vägledning. Det är som att säga till folk: "Drick inte så mycket" eller "Bara två glas om dagen." Det får dem inte att dricka mindre. Vi behöver lägga om folks vanor genom att ge tydlig vägledning och snabba och hälsosamma lösningar. Gör det till en utmaning, gör det roligt, och hjälp människor att själva upptäcka fördelarna. Folk undrar inte vad de ska göra. Det vet de redan. De undrar hur de ska göra det.



"GÖR DIN FAVORITMAT TILL EN DEL AV DIN SALLAD"

HANNI RÜTZLER: När vi pratar om hälsosam och hållbar mat brukar vi fokusera på problemen. Vi pratar om att sluta äta kött, eller skippa gluten eller fett. Vi talar bara om för folk vad de inte ska göra, och det är inte till någon större hjälp. Den här studien visar också att en stor andel av respondenterna uppger bristande matlagningsinspiration som huvudsaklig anledning till att de inte äter den rekommenderade mängden frukt och grönsaker. Jag tror att man bör utgå från individens specifika förutsättningar. Fråga vilken favoritgrönsaken är, vad favoritmaten är, hur man kan göra den maten till en del av en sallad eller en grönsaksbaserad rätt. Det här går också i linje med resultaten från studien, som visar att folk inspireras till att prova något nytt om maten innehåller något de känner igen och tycker om.

... OCH SLUTLIGEN NÅGRA MÖJLIGA LÖSNINGAR



"HÄR SKULLE EN SUBVENTION AV FRUKT OCH GRÖNT GE STÖRST EFFEKT"

BRADLEY RICKARD: Jag är inte övertygad om att moms och skatter generellt är rätt lösning om man inte använder dem på rätt sätt. Om man beskattar all skräpmat till exempel, blir det de som har det dåligt ställt och äter mycket skräpmat som får ta den största smällen. Deras vanor kan inte ändras över en natt trots de högre priserna. Å andra sidan låter subventioner på frukt och grönsaker underbart, men risken är att det skulle gynna personer som redan äter mycket frukt och grönt. Jag tror att pengarna skulle göra mycket större nytta om de satsades på forskning och utveckling inom växtförädling. Genom att ta fram nya varieteter av frukter och grönsaker skulle man kunna få minskade produktionskostnader, bättre kvalitet, godare smak, hållbarare utveckling och högre halt av mikronäringsämnen. Det skulle verkligen kunna påverka tillgängligheten, kvaliteten, priset och smaken för konsumenterna och göra det mer ekonomiskt överkomligt, saker som verkligen skulle motivera människor att ändra sina vanor och äta mer frukt och grönt i det långa loppet.

Större variation skulle även göra det möjligt för folk att röra sig uppåt och nedåt inom kategorin frukt och grönt när deras privatekonomi förändras i stället för att helt utesluta frukt och grönt, vilket vi kan se i den här studien att folk gör.



"INTUITIVT ÄTANDE KONTRA STRIKTA RIKTLINJER"

SHARON PALMER: Det är allmänt känt att man bör äta frukt och grönsaker, men folk vet inte hur de ska äta dem. Och när de söker efter näringsråd är dessa ofta motsägelsefulla och upplevs som osäkra, precis som så många andra "fakta" på internet. Det kanske är därför vi kan se en stor rörelse för "intuitivt ätande" just nu, där till och med dietister i stort sett talar om för folk att vi är för restriktiva och hänger upp oss för mycket på näringsintag, att vi bara ska lyssna på kroppen så talar den om för oss vad vi ska göra. Det här är helt motsatt budskap mot tidigare, det är kontroversiellt och det hjälper inte folk till bättre hälsa. Å andra sidan har vi en nästan puristisk rörelse där folk är så fixerade vid att äta hälsosamt att det i sig blir en osund fixering. Jag tror att den övergripande lösningen är att prata om hur man äter hälsosamt på ett realistiskt och medvetet sätt. Berätta för folk om alla positiva resultat de kan få av en sund livsstil, som bättre sömn, relationer och sexliv.



"FRÅN TILLBEHÖR TILL HUVUDRÄTT"

HANNI RÜTZLER: I tysktalande kulturer ser man traditionellt grönsaker som ett tillbehör till en köttrett. Grönsaker och sallad kretsar kring kött så som jorden och månen kretsar kring solen. Men bland yngre människor håller balansen långsamt på att förskjutas. Kött flyttar ut i periferin, och grönsaker och sallader tar plats i centrum. Det här är en del av lösningen. I stället för att försöka minska andelen kött behöver vi öka andelen växtbaserat i våra måltider och göra det mer kulinariskt tilltalande. Det handlar alltså inte om att utesluta biffen eller wienerschnitzeln. Det skulle upplevas alldeles för mycket som ett hot. I stället handlar det mer om en mental omställning, en omvärdering av den växtbaserade matens roll. Med andra ord en utveckling av respektive matkultur mot mer växtbaserade rätter. Det kan innebära nya grönsaksrätter med köttbaserade tillbehör, som sallader toppade med kött, eller en sorts frigörelse som låter tillbehör bli huvudrätter i sin egen rätt. Det finns många olika sätt att göra det här på, och det krävs mycket innovation och kreativitet för att tillgodose olika smaker och behov.



SHARON PALMER

TRE STEG FÖR ATT BÖRJA FÖRÄNDRA DINA MATVANOR

1

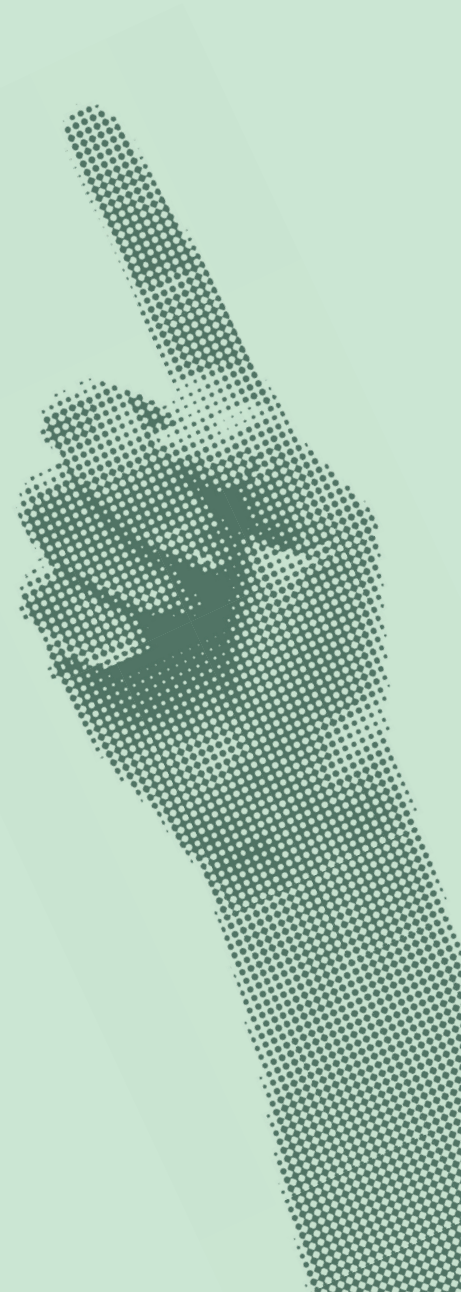
Börja med det som är välbekant. Alla vet vad de har för favoriträtter. Utgå från de rätterna och fyll dem med mer grönsaker!

2

Inse att tiden inte är ett hinder. Det finns enkla lösningar. Du kan köpa färdighackade grönsaker, färdiga sallader eller frysta grönsaker (som ofta är lika näringsrika).

3

Slopa idén om "kött i centrum på tallriken". Vi lägger ofta en stor bit kött mitt på tallriken, som tränger undan nyttiga grönsaker. Prova mer blandade rätter, som pastarätter, wok och grytor som en bättre lösning för att få in mer grönt.



OM VILJAN
FINNS ÄR
INGET
OMÖJLIGT



DET ÄR DAGS FÖR FÖRÄNDRING

Efter nästan två års lågkonjunktur och kraftigt stigande matpriser på ett sätt som vi inte upplevt på mycket länge, lyfter årets Vegocracy Report 2024 fram den avgörande roll som kostnaden spelar för människor matval. Vi ser också att det handlar om prioriteringar. Och prioriteringarna är viktiga. Av olika anledningar känner sig många inte motiverade att äta det rekommenderade dagliga intaget av frukt och grönsaker. Vi ser det här som en möjlighet! Vi vill ge salladen en ny image och göra den lika lockande som icke-vegetariska rätter och dessutom lyfta fram dess prisvärdhet. Tänk dig att vi sprider informationen om de fantastiska fördelarna med att äta grönt, för både kroppen och sinnet. Vem skulle inte knapra på en morot för att få sova bättre eller få ett hetare sexliv?

Våra årliga rapporter är allvarliga försök att undersöka kostens påverkan på både människans och planetens hälsa och komma fram till hur vi kan förändra matvanor. Detta måste göras på individnivå, men också med hjälp av staten och våra politiker.

Som en del av livsmedelsindustrin är vi fast beslutna att driva den förändring vi alla behöver. Vi har för avsikt att sätta igång diskussioner, inspirera till att äta mer grönt och säkerställa att varje steg av vår livsmedelsförsörjningskedja är hållbar. Men i slutändan handlar allt om att motivera och odla nya matvanor för att demokratisera hälsosam mat. Och om bara viljan finns är inget omöjligt.

Picadeli®

picadeli.se

