

## 2 av 3 svenska konsumenter tycker att mjölk, ost och ägg kan ingå i vegetarisk kost

Vad betyder egentligen vegetariskt? Och hur skiljer sig vegetarisk mat från vegansk? Enligt en SIFO-undersökning, gjord på uppdrag av Orkla Foods Sverige, menar svenska konsumenter att mejeriprodukter och ägg kan ingå i vegetarisk mat.

Idag finns det ingen lagstadgad definition på vilken typ av mat som får kallas vegetarisk. Olika myndigheter och organisationer använder sig av olika definitioner.

- Att det inte finns någon gemensam definition försvårar för konsumenterna när de ska göra medvetna val. Vi hoppas att resultatet av den här undersökningen ska ge kunskap om vad konsumenterna själva tycker så att vi får en tydlig enhällig definition som lever upp till konsumenternas förväntan på vad som är vegetariskt respektive veganskt, säger Cecilia Franck, presschef på Orkla Foods Sverige.

För att ta reda på konsumenternas inställning till vegetariskt har SIFO gjort en undersökning på uppdrag av Orkla Foods Sverige. Undersökningen visar att 85 procent av svenska konsumenter anser att vegetarisk och vegansk mat skiljer sig åt. Mer än 2 av 3 tycker att mjölk, ost och ägg kan ingå i en vegetarisk kost. En övervägande majoritet anser att skillnaden på veganskt och vegetariskt är att man även utesluter mejeriprodukter, ägg och honung i en vegansk kost.

Det visar sig också att det finns en stor skillnad på vad uttalade vegetarianer och veganer äter, där veganer utesluter fisk och andra animalier utöver kött i mycket större utsträckning än vegetarianer.

En stor del av svenska konsumenter, 63 procent, har en positiv inställning till vegetarisk mat, medan 33 procent är positiva till vegansk mat. Andelarna uttalade veganer och vegetarianer är fortfarande mycket små, sett i förhållande till hur många som gillar, ofta köper och äter vegetariskt och veganskt. Hälften av alla svenska konsumenter uppger att de köper produkter som uttryckligen är vegetariska minst någon gång varannan vecka.

- Vi satsar stort på vego och de senaste åren har vi haft flera spännande lanseringar som blivit succé. Vi vill genom vårt sortiment inspirera fler till att äta mer grönt, och då måste märkningen och marknadsföringen vara lätt att förstå så att man som konsument kan känna sig trygg med vad man äter, säger Cecilia Franck.

*Orkla Foods Sverige tillagar mat och dryck i Sverige med kärlek och omtanke om människor, hav och land. Våra varumärken är Abba, Anamma, Kalles, Felix, BOB, Frödinge, Ekströms, Risifrutti, Grandiosa, Önos, Mrs Cheng's, Kung Gustaf, Fun Light, Grebbestads, JOKK, Den Gamle Fabrik, Ejders, Svennes, Hållö, Lucullus, Limfjord, Liva Energi och Paulúns.*

**Fakta: Vad ingår i vegetarisk kost enligt svenska konsumenter?**

(förutom grönsaker, frukt rotfrukter, baljväxter, soja-, havre- och mandeldryck)

Honung	80%
Köttsubstitut (sojaprod. o.dyl)	80%
Kvarg, keso	72%
Yoghurt, fil, drickyoghurt	70%
Crème fraiche, grädde, gräddfil	70%
Ost	68%
Mjölk	68%
Ägg	60%
Animaliska tillsatser	14%
Gelatin	13%
Fisk	11%
Fågel	3%

*\*2500 svenska konsumenter i åldrarna 16-74 år ingick i undersökningen. Resultaten har viktats för att vara nationellt representativa avseende ålder, kön och region*

**För mer information, kontakta:**

Cecilia Franck, presschef, Orkla Foods Sverige  
+46 735 97 97 43, [cecilia.franck@orklafoods.se](mailto:cecilia.franck@orklafoods.se)

*Orkla Foods Sverige tillagar mat och dryck i Sverige med kärlek och omtanke om människor, hav och land. Våra varumärken är Abba, Anamma, Kalles, Felix, BOB, Frödinge, Ekströms, Risifrutti, Grandiosa, Önos, Mrs Cheng's, Kung Gustaf, Fun Light, Grebbestads, JOKK, Den Gamle Fabrik, Ejderns, Svennes, Hållö, Lucullus, Limfjord, Liva Energi och Paulúns.*