

KONSUMENTER KOPPLAR ALLTMER IHOP KLIMAT OCH HÄLSA, VISAR NY RAPPORT FRÅN TETRA PAK

- 54 % tänker på planetens framtid när de gör sina livsmedelsval
- 70% säger att hälsosamma livsmedelsprodukter inte ska få skada miljön

Lund, Sverige (25 oktober 2023): Enligt [Tetra Paks Index 2023](#) tar konsumenter nu aktivt hänsyn till miljön parallellt med sin egen hälsa när de köper livsmedel. Dessa miljömedvetna konsumenter, som kallas "Climatarians", är villiga att ändra sina matvanor för att skydda planeten.

Marknaden för hälsosamma livsmedel är redan väletablerad, eftersom konsumenter aktivt söker produkter som kommer att ha en positiv inverkan på deras fysiska välbefinnande. Men en betydande majoritet har nu en mer holistisk syn på saken: 70 % säger att hälsosamma produkter inte får skada miljön, medan ytterligare 54 % är villiga att ta ansvar för planeten och ändra sin kost för att bidra till en bättre värld.

Detta dubbla fokus återspeglas i det ökande antalet konsumenter som medvetet minskar mängden kött de äter, så kallade "flexitarianer", där nästan hälften av alla konsumenter säger att de minskar köttintaget eller utesluter kött helt och hållet. Tetra Pak Index, som baseras på en undersökning som genomfördes i tio länder runt om i världen av det globala marknadsundersökningsföretaget IPSOS, visade att trenden att konsumera mindre kött är ett globalt fenomen. 56 % av de tillfrågade anger hälsoskäl för att börja äta flexitarianiskt, pescetariskt, vegetariskt eller veganskt, men över en tredjedel (36 %) anger specifikt miljön som sitt främsta motiv.

Undersökningen visar också att bekvämlighet inte längre är det viktigaste, 70 % är beredda att offra bekvämlighet för hälsosammare produkter. Hälsointresset påverkas inte heller av ökade levnadskostnader, eftersom endast 17 % är villiga att offra mat och dryck med hälsofördelar i det rådande ekonomiska klimatet.

"Climatarians" - En ökande trend

Trenden med "Climatarians" förväntas växa i takt med att effekterna av klimatförändringarna blir allt mer kännbara, och konsumenter förväntar sig att livsmedelstillverkarna ska leverera produkter som är både hälsosamma och hållbara.

Adolfo Orive, VD och koncernchef för Tetra Pak, kommenterar: "Resultaten av årets indexrapport återspeglar den riktning vi har tagit under de senaste åren, att minska koldioxidutsläppen från livsmedelsindustrin och göra livsmedelssystemen mer motståndskraftiga och hållbara. I många delar av världen är människor beroende av produkter som mjölk och juice för sin dagliga näring, så det är viktigt att optimera värdekedjan med innovationer inom inköp, förpackning, bearbetning och distribution, och det är där vi har tagit en aktiv roll tillsammans med våra kunder och leverantörer. Med tanke på att världen kommer att behöva 60 % mer mat till 2050 kompletterar vi dessutom dessa insatser med teknik som kan hjälpa oss att utforska nya näringskällor – allt från nya växtbaserade källor till alternativa proteiner som produceras med biomassa och precisionsfermentering. Båda dessa områden är avgörande för att bidra till ett hållbart livsmedelssystem."

Potentialen i nya livsmedel

Banbrytande, nya livsmedelsinnovationer kan spela en viktig roll för att leverera produkter som inte bara är vällsmakande utan också resurseffektiva. Den goda nyheten är att konsumenterna är redo att anamma innovationer som förbättrar hur vi lever och äter, och 62 % anser att tekniken har en roll att spela i en mer hållbar framtid. Samtidigt är vissa konsumenter oroliga för att sådana innovationer kanske inte är lika naturliga som färska, obearbetade livsmedel - så att hitta rätt balans kommer att vara avgörande.

"Det här området utvecklas ganska snabbt och det är svårt att förutsäga när och i vilken utsträckning det kommer att lyckas, men det är bara genom fortsatta ansträngningar och genom att utnyttja

samarbete för att utforska alla potentiella möjligheter som vi kommer att hitta lösningar på de nuvarande utmaningarna för livsmedelssystemet", säger Adolfo.

Om undersökningen

Undersökningen genomfördes i samarbete med Ipsos och omfattade 5 000 online-intervjuer i följande 10 länder: Brasilien, Kina, Tyskland, Indien, Kenya, Sydafrika, Sydkorea, Spanien, Storbritannien och USA.

OM TETRA PAK

Tetra Pak är ett ledande företag inom säker livsmedelshandling och förpackning. Genom att arbeta nära med våra kunder och leverantörer, skapar vi pålitliga, innovativa och miljömässigt säkra produkter som varje dag används av hundra miljontals människor i mer än 160 länder. Med mer än 25 000 medarbetare runt om i världen, tror vi på ett ansvarsfullt ledarskap inom vår industri, och affärsmässig hållbarhet.

Vårt löfte "PROTECTS WHAT'S GOOD™," återspeglar vår vision om att göra livsmedel säkra och tillgängliga överallt.

Mer information finns på www.tetrapak.com

[LINK TO THE INDEX](#)



[youtube.com/user/tetrapak](https://www.youtube.com/user/tetrapak)



[@tetrapak](https://twitter.com/tetrapak)



<https://www.linkedin.com/company/tetra-pak/>

Kontakt:

Madeleine Persson
Geelmuyden Kiese
+46730620534
madeleine.persson@gknordic.com