

Forbruksutvikling av frukt og grønt

Fagdag for frukt, bær, grønnsaker og potet

Nofima, Ås, 21. januar 2010



Totaloversikten

Frukt og grønnsaker
1998 - 2008



mars 2009

frukt.no
Opplysningsvesenheten for frukt og grønt

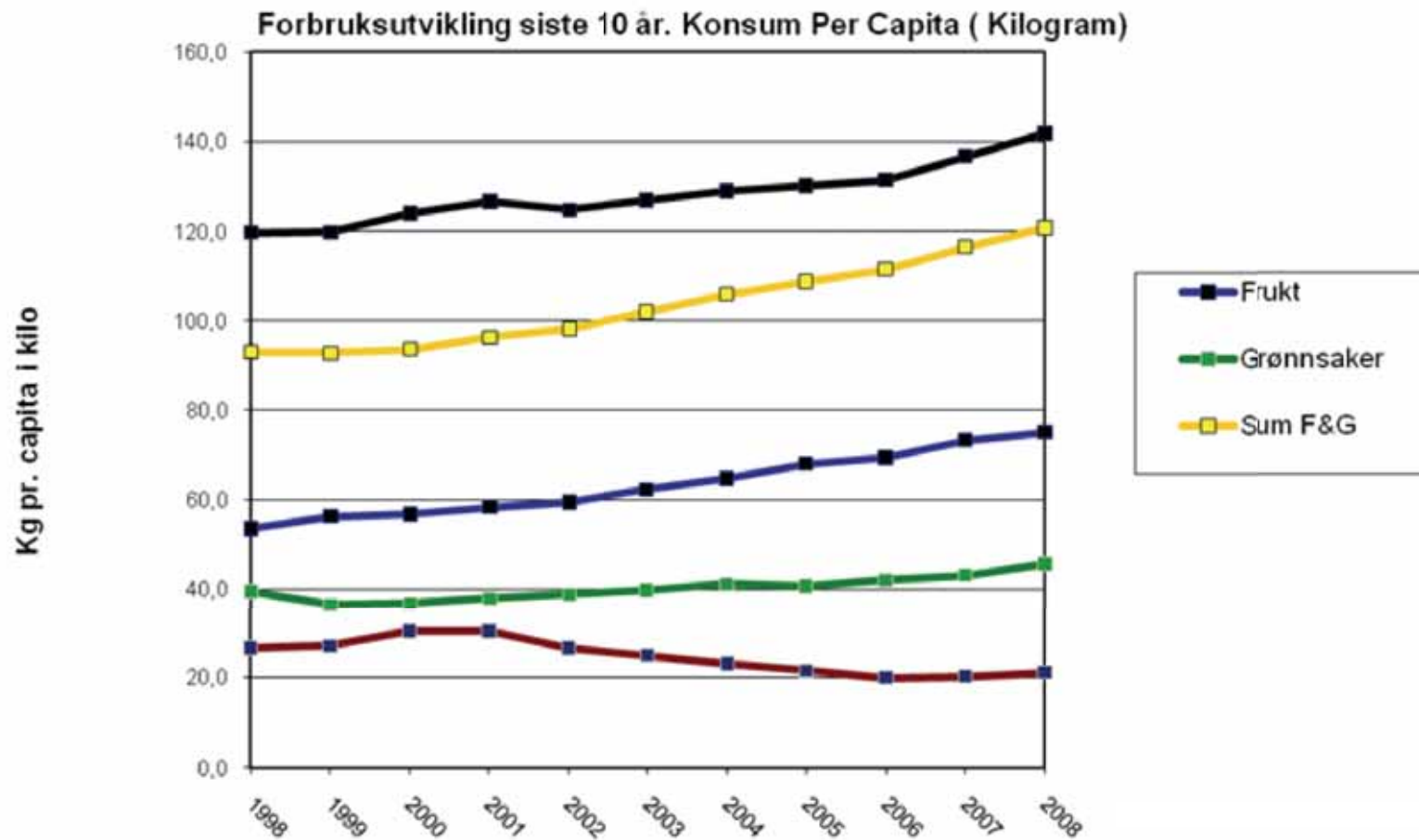
FGS
Frukt og
Grønnsaksgrønnere
Servicekantar



Statens landbruksforskning
Norges landbruksuniversitet

nielsen

Forbruket har økt i 10 år ...



frukt.no

- Norge har hatt en vekst i forbruket på både frukt og grønnsaker de siste 10 årene



Omsetningen av frukt og grønt har gått tilbake i hele 2009 *(eksl. potet)*

- Fra januar til oktober 2009 hadde vi en tilbakegang i akkumulert konsum på -3,1%
 - Pr. oktober var konsumet 14 000 tonn lavere enn 2008
- Forbruket har imidlertid tatt seg opp igjen de to siste månedene av fjoråret, men fasiten pr. desember er -2,9% sammenlignet med 2008
 - Pr. desember var konsumet 15 772 tonn lavere enn 2008



Mer detaljert ...

- Grønnsaker: - 2 378 tonn (-1,2%)
 - Norsk: +3 171 tonn (+3,7%)
 - Import: -5 549 tonn (-5,1%)
- Frukt og bær: -13 394 tonn (-3,7%)
 - Norsk: -1 187 tonn (-9,5%)
 - Import: -12 207 tonn (-3,5)



Hvilke varer ønsker forbrukeren å handle mindre vs. mer av gitt at de føler det er usikre tider?

- Mindre sukkervarer
- Mindre tobakk
- Mer frukt og grønt – både i volum og i verdi



Men fasiten for første halvår i 2009 ble stikk motsatt

- Mer sukkervarer
- Mer tobakk
- Mindre frukt og grønt



Hva var årsaken for tilbakegangen 2009?

- Ønsket og viljen til å spise sunt med mye frukt og grønt, men ...
- Forbrukerne har endret handlemønster
 - Mer opptatt av å få en god "deal" når de handler
 - Lavprisbutikkene har økt på bekostning av fullsortimentbutikkene
 - Lavprisbutikkene selger mer totalt og mer frukt og grønt, men de klarer ikke å kompensere for det vi handler mindre i fullsortiment

Hva var årsaken for tilbakegangen 2009? *forts.*

- Frukt og grønt velges i stor grad spontant når man er å handler
 - Inspirasjon, bredden i sortimentet og valgmulighetene styrer i stor grad hvor mye vi legger i handlevognen
 - Lavprisbutikkene har et smalere sortiment av frukt og grønt
 - Lavprisbutikkene har i mindre grad ferskvarer
 - valg av ferskvarer styrer i stor grad hva vi velger av grønnsaker



Hva var årsaken for tilbakegangen 2009? *forts.*

- Det drastisk lavere konsumet var trolig ikke bevisst fra forbrukernes side, men snarere en konsekvens av at man har blitt fristet med et smalere sortiment
- Vil forbruket ta seg opp igjen?
 - Desember 2009 og januar 2010 ser lovende ut
 - Det ser ut til at kjedene har tatt ekstra tak

Hva er utfordringene for et varig høyere forbruk?

- Konkurransedyktige priser er alltid viktig
 - MEN – lav pris kommer ikke til å bli den viktigste driveren. Lave kampanjepriser skaper økt salg i kampanjeperiodene, men er i liten grad i stand til å bidra til endrede forbruksvaner
- Kvalitet, friskhet og sortiment er de sterkeste driverne – men de får ikke optimal effekt om vi ikke kobler dem med
 - Inspirasjon, kunnskap og tilgjengelighet

Hva er utfordringene for et varig høyere forbruk? *forts.*

- Målgruppefokusering - gå fra å være ensidig produktfokuserte til å bli løsningsfokuserte for forbrukerne
- Rette seg inn mot forbrukernes spisedøgn og måltidsvaner
- Mulighetsrommet og potensialet for økt omsetning er stort



OFGs planer for 2010

- Står på startstreken for å lage et nytt og tydelig konsept opp mot "5 om dagen"
- Folkebevegelse



"5 om dagen" konseptet skal ivareta tre forhold

- Kommuniseres som en tydelig målsetning om hvor mye man bør spise – "5 om dagen"
 - Ambisjonene er at alle de kommersielle aktørene samler seg om dette tydelige målet for forbrukeren
- At "5 om dagen" ikke skal være noen pekefinger. Vi skal tydelig få frem hvordan man enkelt skal kunne nå målet gjennom spisedøgnet.
- "5 om dagen" vil synliggjøre mulighetsrommet inn mot forbrukerne
 - Frukt og grønt er den viktigste og mest profilbyggende for alle dagligvarekjeder og alle kjeder har sine strategier
 - Vi ønsker derfor å utfordre alle kjedene til å ta sin respektive andel gjennom å finne sin egen vei mot hvordan de skal få sine kunder til å kjøpe det som trengs for å konsumere "5 om dagen"

OFGs bidrag og styrker

- Tillit og troverdighet som en objektiv aktør
- Unik posisjon inn mot redaksjonell presse
 - Viktig innholds- og faktaleverandør
 - Inspirator
 - Kundetilpasset inn mot leserne
- Evnen til å få til vinn-vinn-samarbeid med alliansepartnere
- Samle de kommersielle aktørene til tydelig å rette seg mot konsumentene



OFGs handlingsplan for 2010

- Fem om dagen kommer til å bli en rød tråd
- Den betalte kommunikasjonen vil bli revurdert
- Distribusjon av innhold på Frukt.no
 - Direkte besøk og spredning til andre
 - Søkemotoroptimalisering
 - Sosiale medier, blogger, etc.
- Redaksjonelle vinklinger inn mot pressen
- Lansering av "Mathjelpen til foreldre" første skoledag til alle 1. klasseforeldre
- NM i frukt og grønt – kåring av de beste butikkene
- Skolefrukt



Kutt opp frukten, så det blir den
hverdagssnacks ...

... og barna dine spiser dobbelt så mye

frukt.no



Kutt opp grønnsakene, og de blir hurtigmat

Husk folder!
Bestill folder hos din frukt- og grøntgrossist!

På radio

	uke 44	uke 45
KANAL 4		
4		

Tips på radio
Wok litt og litt om gangen og kun i 2 minutter.
Hev smaken med ingefær, hvitløk og soysaus.

Produkt-tips

- Friske urter er godt i wok!
- Frukt er godt i wok sammen med frisk ingefær og koriander
- Plasser radioløpsene på plakater ved typiske wokgrønnsaker

tips om wok

www.frukt.no

frukt.no

Opplysningskontoret for frukt og grønnsaker

frukt.no

