

Økobarometer 2008

Oppsummering av resultater

Eco Commerce
Marcelle Askew
14. november 2008

Formål og metode

Formål

Årlig adferds- og holdningsundersøkelse om økologisk mat

- Få frem konkret informasjon om hva som skal til for at forbrukere handler (mer) økologisk mat.
- Følge og analysere trender over tid.

Målgruppe

Økobarometer er designet av og for beslutningstagere som:

- Ønsker å fremme salg av økologisk mat på kundenes premisser
- Ønsker nøktern informasjon basert på adferd i butikker der det finnes økologisk mat
- Ønsker en "barometer" som følger trender over tid

Metode

- 2008: 1231 intervju med kunder ”på handletur” (mer enn boller og brus) og på vei ut av 20 norske butikker.
- 30. august – 18. september 2008.
 - Ikke kampanjer/ mediefokus
 - ICA’s ”I♥ECO” produkter begynte å komme på hyllene, uten reklamestøtte’
 - Like før ”finanskrisen” oppfattes på alvor
- Intervjuene ble gjennomført av Norstat
 - 5-7 min intervju
 - økologisk kaffe som takk

Metode

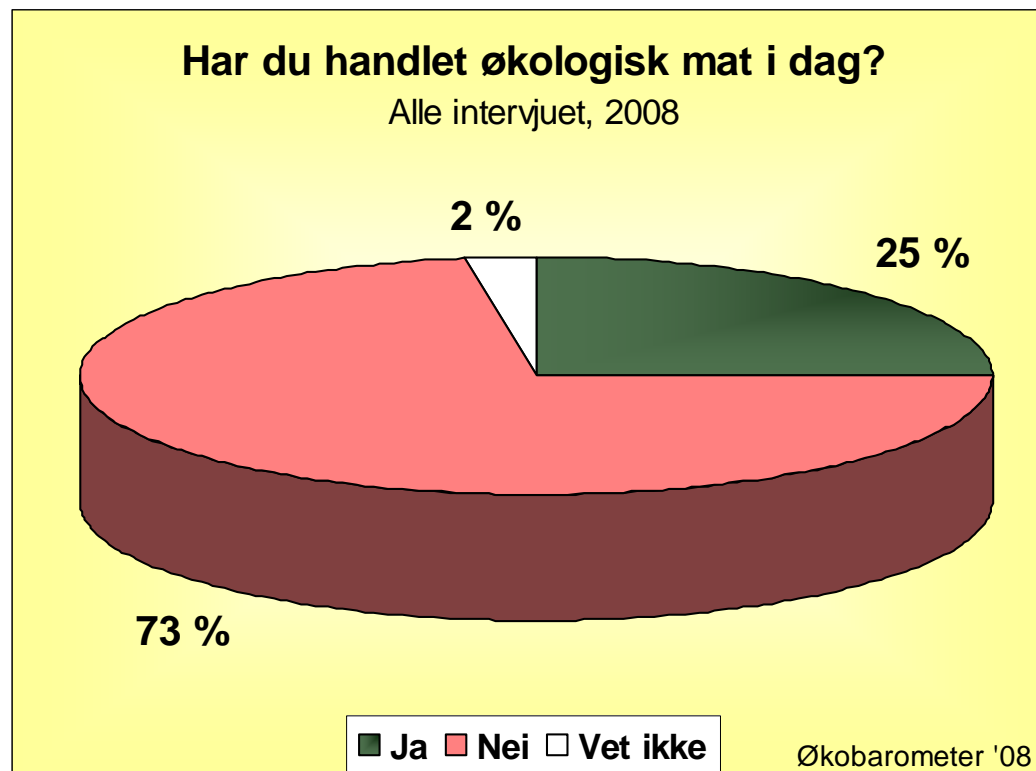
Hvor representativ er Økobarometer?

- Vi har satset på:
 - God butikk ledelse
 - "Normalt" stort utvalg av økologiske produkter for kjeden
 - Så mange kjeder / profil som mulig
 - Butikkene ofte blant de største i deres profil
 - Jevn kundestrøm gjennom dagen
 - Relativ bred demografisk spredning blant kundene i hver butikk
 - Mange forskjellige landsdeler
 - Intervju med "alle" kunder over 18 år
 - Litt begrenset over 60 år
 - Ordentlig handletur
- **Økobarometer tegner et tydelig bilde av potensialet for økologiske produkter i Norge akkurat nå...**
 - ... i veldrevne butikker som tilbyr et normalt bredt utvalg av økologiske produkter, etter dagens standard.
- **Det er ikke representativt for alle dagligvarebutikker i Norge.**

Resultater

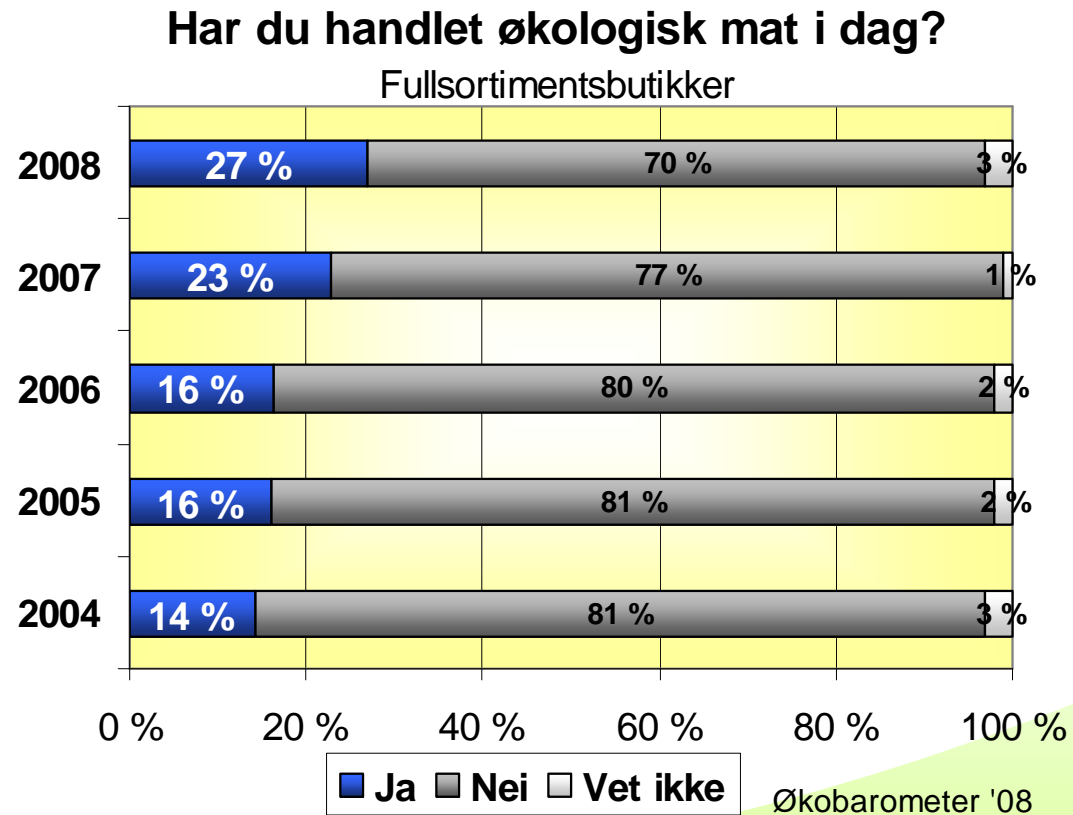
Har du handlet økologisk mat i dag?

- 25% av respondenter har økologisk mat i handlekurven



Har du handlet økologisk mat i dag?

- Andel som har økologisk mat i handlekurven i våre fullsortimentsbutikker har nesten fordoblet seg siden 2004.

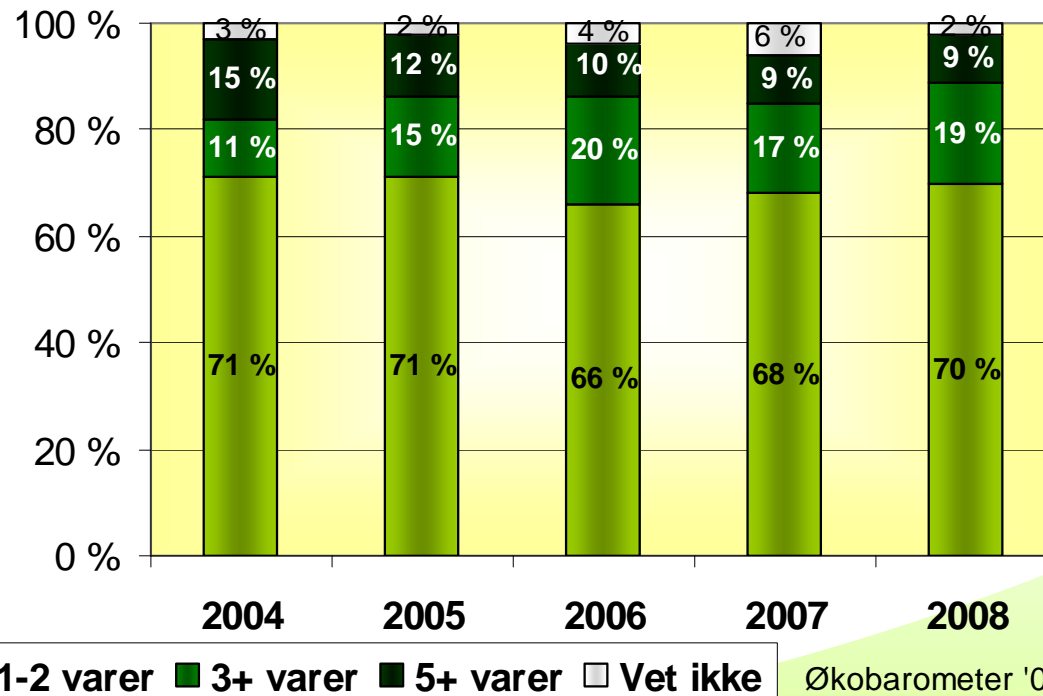


Hvis ja, hvor mange varer?

- Andel av de med øko-varer i handlekurven som har handlet flere enn 3 økologiske varer, har ikke økt siden 2004.

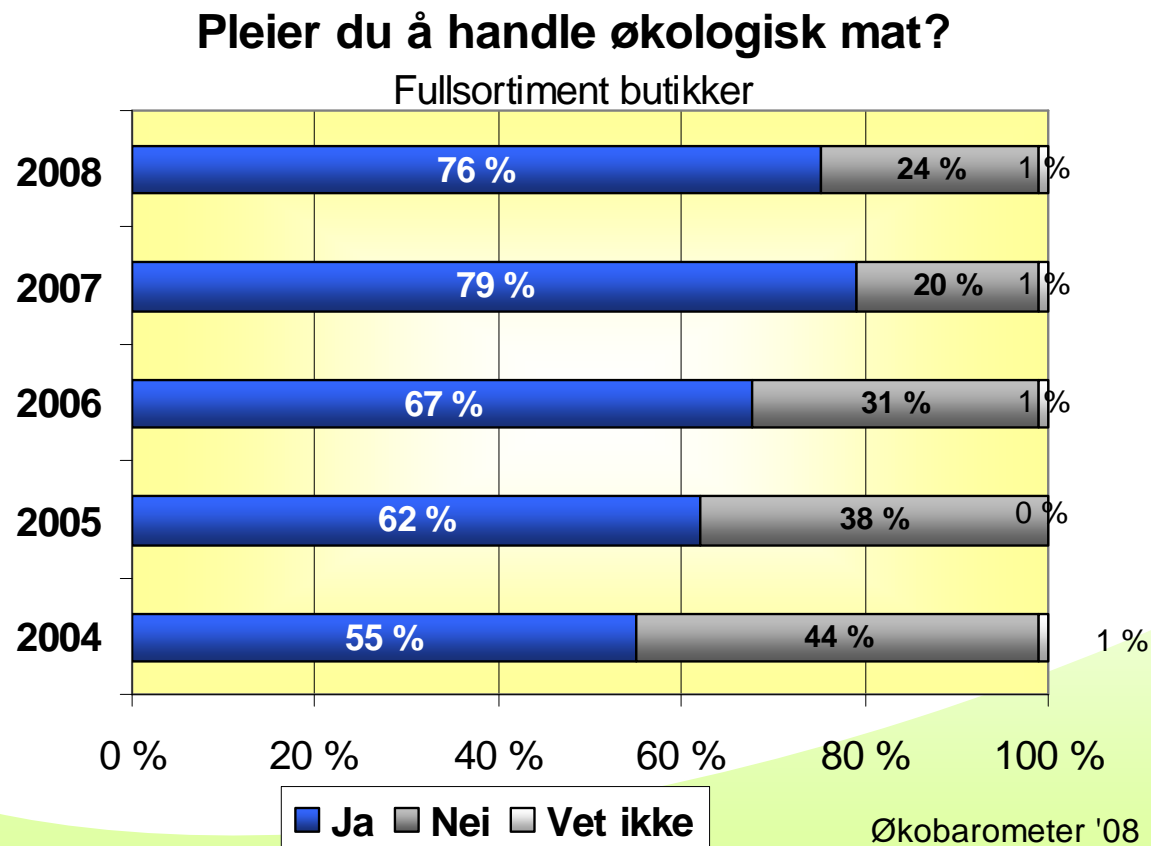
Hvor mange øko-varer har du handlet?

Fullsortimentsbutikker, 2004-2008



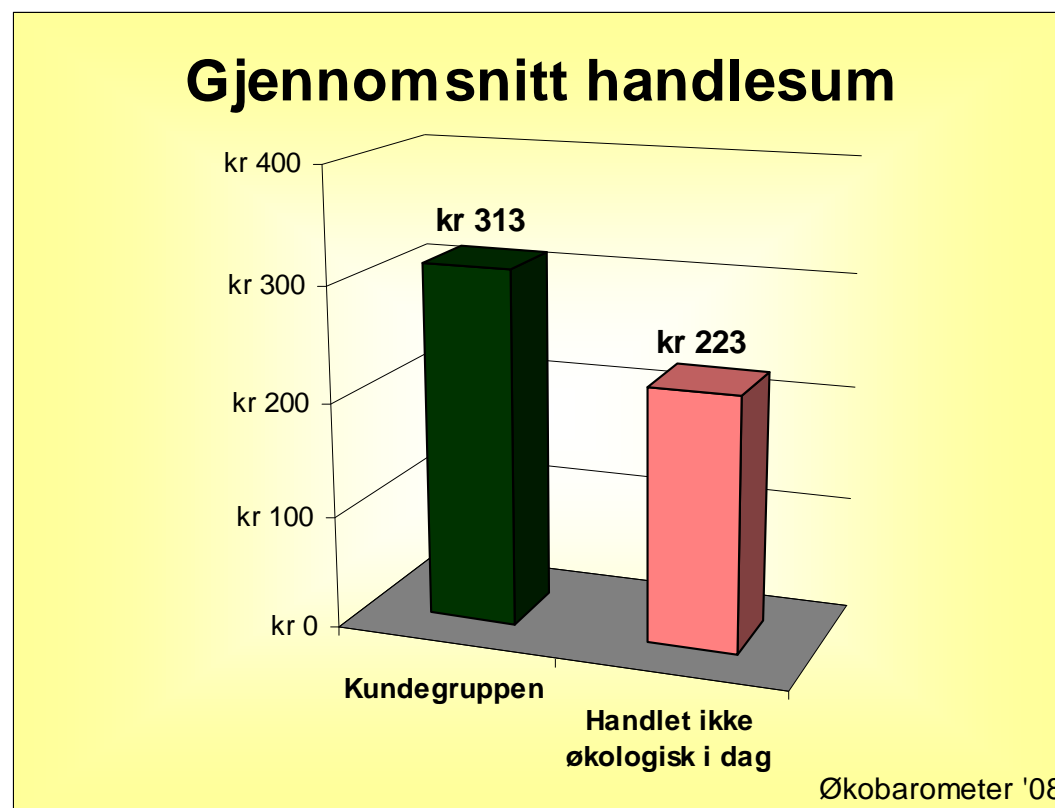
Pleier du å handle økologisk mat?

- I år sa 76% at de pleide å handle økologisk mat; andelen var det samme i både fullsortiments og nærbutikker. I fjor var andelen i fullsortimentsbutikker 79%, mens den var 71% i nærbutikker.



Hvor mye har du handlet for i dag?

- Gjennomsnitt handlesum for alle intervjuet var kr. 247. De som hadde økologisk mat i handlekurven, handlet for 40% mer enn de som ikke hadde handlet økologisk mat.

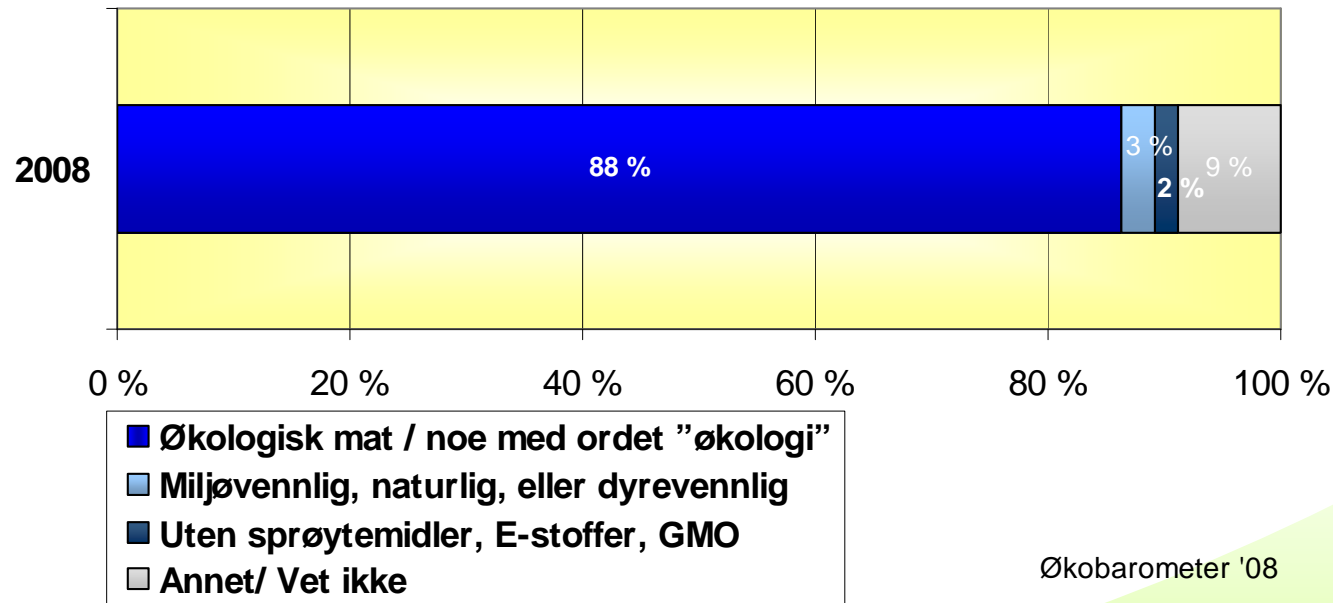


Hva betyr dette merket?



- Ø-merket assosieres i høy grad med økologisk mat, som i tidligere år.

Hva betyr dette merket? (Ø-merket)



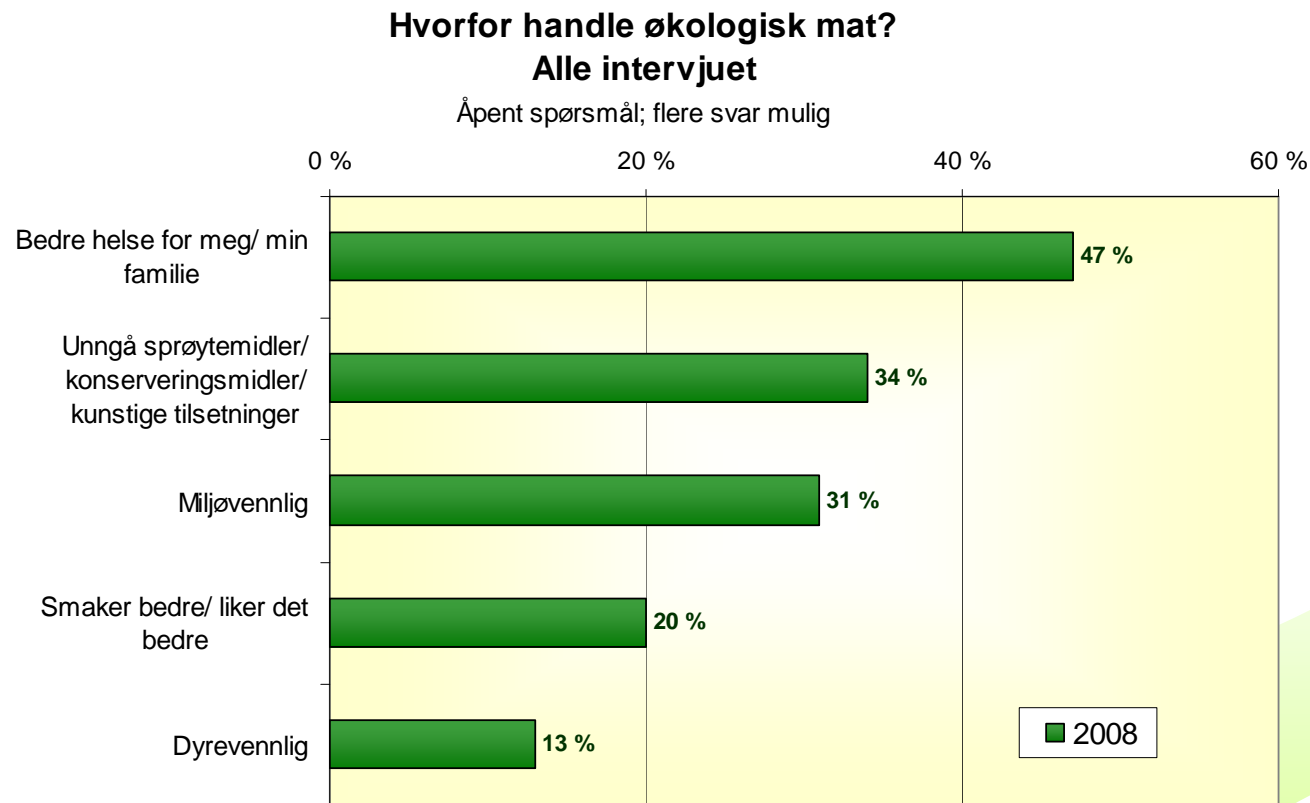
Hva er økologisk mat?

- Som i tidligere år, er det over 80% som assosierer økologisk mat med mat uten sprøytemidler, konserveringsmidler og/eller E-stoffer.



Hvorfor handle økologisk mat?

- Bedre helse for meg og min familie er fortsatt den viktigste grunn til at forbrukere velger økologisk mat.



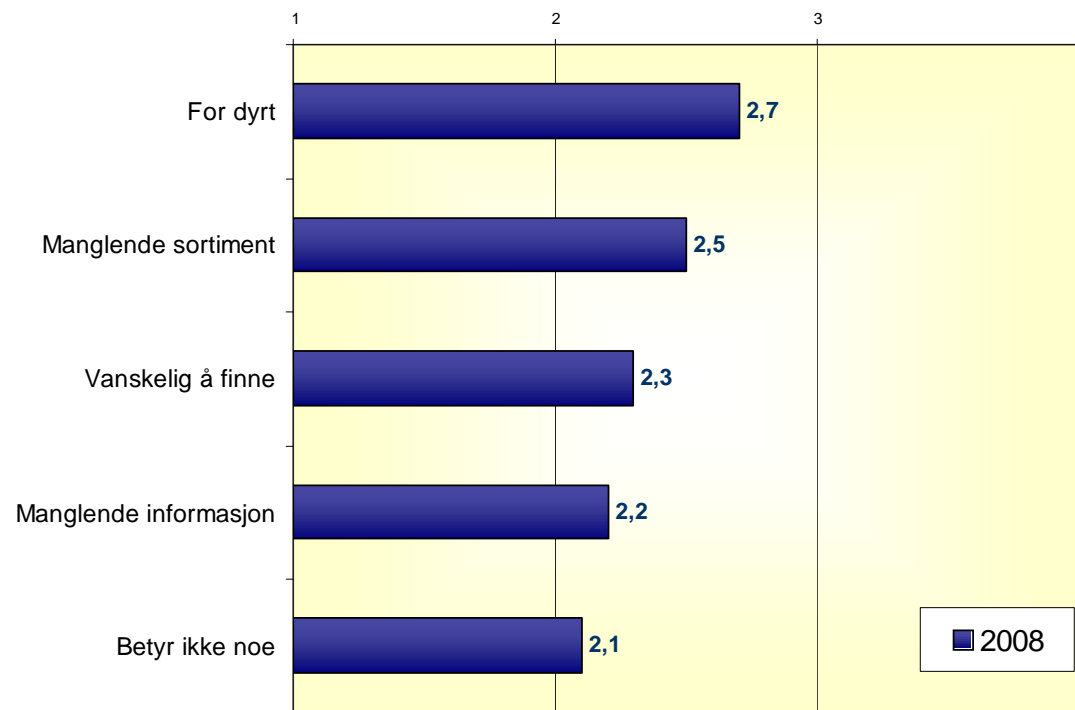
Økobarometer '08

Hvorfor ikke handle mer økologisk mat?

- Pris er fortsatt den viktigste grunn til å la være å handle flere økologiske produkter.

Hvorfor ikke handle (flere) økologiske produkter?

Alle intervjuet



Økobarometer '08

Takk for oppmerksomhet!

www.ecocommerce.no

Ta gjerne kontakt!
- Marcelle

