

**7 av 10 vil ha «snål» frukt og grønt**

**Ikke helt perfekte, men like gode, og folk vil ha dem.**

71 prosent av de spurte i en undersøkelse sier de vil kjøpe skjeve gulrøtter og skrukkete epler dersom det er tilgjengelig i butikk. 14 prosent svarer «kanskje», 13 prosent kjøper dette allerede, og kun 3 prosent er negative.

Undersøkelsen er gjennomført av Norstat på vegne av Too Good To Go blant 1061 respondenter på landsbasis (landsdel, kjønn og alder nederst).

**Tror det er et marked**

– Fin frukt og grønt når ofte ikke ut til forbrukere fordi de har «feil» størrelse eller fasong, for eksempel, og det er synd. Funn fra undersøkelsen vår tyder på at forbrukerinteressen er der. Og det er jo forståelig, for disse produktene smaker like godt, og koster kanskje også litt mindre. Ikke minst er det et viktig miljøinitiativ, sier Ann-Kristin Raknes Pfründer i Too Good To Go.

– Det er forståelig at butikkene fokuserer på «perfekte» varer som de vet selger. Samtidig tror jeg det er et marked for å gjøre mer ut av litt annerledes produkter. Vår erfaring er at dette er populært. En bonde fikk solgt flere hundre kilo moreller gjennom appen. De var for små til å selges i butikk, sier Raknes Pfründer.

**Matvett: Stort potensial i annensorterte varer**

Anne Marie Schrøder, kommunikasjonssjef i Matvett, understreker at det har skjedd en positiv utvikling de siste årene.

– Dette er sammensatt tematikk, som handler om alt fra butikkenes vilje til å satse på det uperfekte til emballasje og forbrukerpreferanser. En del annensorterte frukt og grønnsaker brukes allerede som ingredienser i ferdigmatprodukter som supper, stapper og juicer. Heldigvis har det vært en positiv utvikling de siste årene. Problemet ble for alvor løftet frem i Matsjokket på NRK i fjor, noe som har bidratt til å skape økt aksept hos forbruker og bedre samarbeid i verdikjeden. Videre var Bunnpris tidlig ute med sitt snål frukt og grønt-konsept, og kjeder som MENY og Coop har også satset på nedprising av frukt og grønt som fortjener en ny sjanse, sier hun.

– Det er viktig å utnytte råvarene godt, også de som er annerledes i form, farge og størrelse, men også viktig å sikre at produktene blir solgt og spist, så ikke matsvinnet forskyver seg til butikkene og husholdningene. Nå som markedet for plantebasert mat tar av burde det være mulig å i større grad bruke annensorterte råvarer i nye og spennende vegetarprodukter. Bedre utnyttelse av snål frukt og grønt på lag med forbrukerne er en sak vi heier på, og vi skulle gjerne sett enda flere forebyggende initiativer, sier Schrøder.

– Det er hyggelig å se at så mange som sytti prosent av respondentene i undersøkelsen er utelukkende positive, men vi må huske på at folk kanskje er litt mer skeptiske i praksis. Derfor er pris et viktig element. De må få noe igjen for å velge «en god nummer to». I tillegg må kjedene løfte disse produktene frem, sier hun.

**Bunnpris med utvidet snål-satsing**

Bunnpris lanserte SNÅL i 2015 for å tilby kundene sine et mer bærekraftig alternativ, ifølge markedssjsef Henriette Gran Nyhus.

– Kampen mot matsvinn er blitt et sentralt fokusområde for oss, og responsen på SNÅL har vært god. Konseptet startet med frukt og grønt, og har etter hvert utvidet seg til flere kategorier. For eksempel har vi nylig lansert SNÅL Salami og SNÅL Chorizo og Pepperoni – skalker og avskjær som vanligvis blir «til overs» etter produksjonen, men som er av like god kvalitet, sier hun.

– I tillegg til faste SNÅL-inger som potet, gulrot, juice og høne fra Mikkelhaug Gård, har vi bestselgeren SNÅL Egg, som normalt ikke ville blitt solgt i butikk fordi de er for små, utdyper hun.

**Her er interessen størst**

Funnene i undersøkelsen fra Too Good To Go viser videre at interessen for snål frukt og grønt øker med alderen. 74 prosent av respondentene over 55 år vil gjerne kjøpe slike varer, mot 60 prosent av de mellom 18 og 25 år. Videre er interessen større blant kvinner enn menn. 74 prosent av de kvinnelige respondentene kan tenke seg dette, mot 67 prosent av menn.

Folk i Sør-Norge (inkludert Telemark og Vestfold), Midt-Norge og på Østlandet svarer i størst grad «ja» på spørsmålet om hvorvidt de vil kjøpe «snål» frukt og grønt, noe som er tilfelle for henholdsvis 75 prosent, 73 prosent og 72 prosent av de spurte i disse landsdelene. 70 prosent av Oslo-folk er utelukkende positive. I Nord-Norge og på Vestlandet er henholdsvis 67 prosent og 65 prosent av respondentene positive.

**Funn fra undersøkelsen**

**«Snål» frukt og grønt blir ofte sortert bort før det når butikkene. Ville du kjøpt «snål» frukt og grønt i butikkene hvis det var tilgjengelig?**

Ja: 71 %

Nei: 3 %

Kanskje: 14 %

Kjøper det allerede: 13 %

**OM UNDERSØKELSEN**  
Gjennomført av Norstat på vegne av Too Good To Go i mai 2020. Landsdekkende webundersøkelse blant 1061 respondenter, gjennomført på e-post. Rullerende svaralternativer og mulighet for å gi flere enn ett svar der det er naturlig. Spørsmål relatert til matvaner og holdninger til mat.

**OM TOO GOOD TO GO**  
Selskapet jobber for å redusere matsvinn i 15 land. Appen med samme navn knytter butikker og spisesteder som har mat til overs sammen med folk som ønsker å «redde» maten til redusert pris.

I Norge samarbeider Too Good To Go med 2500 butikker og spisesteder over hele landet. 1,2 millioner nordmenn har lastet ned appen, og siden oppstart i 2016 har 4 millioner forundringsposer med overskuddsmat blitt reddet fra å ende opp som matsvinn.

Selskapet samarbeider også med ulike aktører i matbransjen om å sette matsvinn på agendaen og deler informasjon om matsvinnproblematikken i ulike kanaler.

**KONTAKT**Anne Marie Schrøder, kommunikasjonssjef i Matvett, [ams@matvett.no](mailto:ams@matvett.no), 952 209 95  
Henriette Gran Nyhus, markedssjef i Bunnpris, [henriette.nyhus@bunnpris.no](mailto:henriette.nyhus@bunnpris.no), 451 076 60  
Lene Kallum, kommunikasjonsrådgiver i Too Good To Go, [lkallum@toogoodtogo.no](mailto:lkallum@toogoodtogo.no), 991 07 900