Pressmeddelande Stockholm 2019 03 26

Svenskmärkning i topp i ny attitydmätning

**Svenska folkets intresse för ursprung är rekordhögt, i Demoskops nya mätning når ursprungsmärkningen Från Sverige sin högsta notering någonsin. På knappt tre år har märket gått från 0 till 84 procent kännedom, en rekordsnabb klättring på kännedomslistan.**

Matens ursprung – var maten kommer ifrån – blir allt viktigare för svenska konsumenter. Märkningen Från Sverige omfattar hela kedjan från gården fram till tillverkning och förpackning av livsmedlen. Idag finns det cirka 9 200 Från Sverige-märkta produkter från fler än 170 företag och antalet ökar stadigt.

– Svenska folket har snabbt fått förtroende för ursprungsmärkningen Från Sverige, säger Maria Forshufvud, vd Svenskmärkning AB. Intresset för ursprung växer kraftigt varje år, konsumenter vill verkligen veta vad de äter och varifrån maten kommer. Vi är stolta och glada över resultatet av undersökningen.

Förtroendet för märket är mycket starkt, 78 procent av de som känner till märket har ett högt förtroende. Svenska folket är också noga med att maten är svensk.

– Hela 90 procent anser att en svensk livsmedelsindustri är viktig, mer än 70 procent menar att köttet ska vara svenskt, det syns även en tydligt växande positiv attityd till ägg, mejeriprodukter, grönsaker och spannmålsprodukter med svenskt ursprung.

Skälen till ursprungsmärkningens framgångar är flera, de svenska bönderna och odlarna är viktiga anledningar att välja svenskt. Undersökningen visar också att 70 procent uppfattar svenska livsmedel som bra även ur klimat och miljösynvinkel, vilket är en glädjande utveckling.

För unga konsumenter är miljö och klimat det klart viktigaste skälet att välja svenska livsmedel. Men inte till vilket pris som helst, lågt pris har störst betydelse för just unga vuxna. Barnfamiljer är däremot beredda att betala något mer för svenskt.

En vara som bär Från Sverige-märket har genomgått en godkännandeprocess och revisioner görs hos företagen med hjälp av fristående certifieringsorgan för att kontrollera att reglerna följs. Det är en viktig grund för förtroendet.

– Ursprungsmärkningen ska också vara lätt att hitta och vara tydlig, fortsätter Maria Forshufvud. Tre av fyra konsumenter tycker att märkningen underlättar när de handlar mat, det är ett gott betyg.

*Svenskmärkning AB administrerar ursprungsmärkningen Från Sverige och har nyligen låtit undersökningsföretaget Demoskop genomföra en undersökning om svenska folkets inställning till matens ursprung. Undersökningen genomfördes 29/1-5/2 2019 och omfattar 1008 intervjuer i ett befolkningsrepresentativt urval av svenska allmänheten över 18 år.*

**För mer information, kontakta:**

Maria Forshufvud, vd Svenskmärkning

Telefon 072-741 64 90, maria.forshufvud@svenskmarkning.se

**Ladda ner bilder på MyNewsdesk**

**Bildtexter:**

1. Från Sverige märkningen gör succé. Intresset för ursprung är starkare än någonsin. Konsumenterna vill veta vad de äter och var maten kommer ifrån. Källa: Demoskop 2019.

2. När allt fler väljer svenskproducerade råvaror livsmedel och växter, stärks och utvecklas den svenska produktionen. På så sätt kan svenska råvaror säkras för framtiden, fler arbetstillfällen skapas och de öppna landskapen bevaras.

3. Ursprungsmärkningen Från Sverige, Kött från Sverige och Mjölk från Sverige betyder att varan är odlat, född och uppfödd, förädlad, förpackad och kontrollerad i Sverige.

**Om Från Sverige**

Märket Från Sverige är en frivillig ursprungsmärkning som gör det enklare för konsumenten att hitta svenskproducerade produkter i butiken. Märket är gult och blått och får användas på livsmedel, råvaror och växter som producerats i Sverige och uppfyller Svenskmärkning AB kriterier: Råvaran ska vara odlad eller född och uppfödd i Sverige, och produkten ska vara förädlad, förpackad och kontrollerad här. Det förtydligande märket Kött från Sverige används på kött och charkuterier och märket Mjölk från Sverige och Från Sverige används på mejerivaror. Märkningen är ett svar på konsumenternas ökade efterfrågan på svenskproducerade livsmedel, men även ett sätt att hjälpa till att säkra tillgången på svenska råvaror i framtiden.

**Om Svenskmärkning AB**

Svenskmärkning AB äger märket Från Sverige och utvecklar, förvaltar och kontrollerar användningen. Det är även Svenskmärkning AB som svarar för kommunikation och marknadsföring av märket. Initiativet till den frivilliga ursprungsmärkningen Från Sverige, Kött från Sverige och Mjölk från Sverige kommer från Livsmedelsföretagen LI, Svensk Dagligvaruhandel och LRF, som gemensamt startat och äger Svenskmärkning AB.

**Läs mer på frånsverige.se**