

# Hushållspaneldata.

## Bakgrund

GRO har beviljats medel ur ”Trädgårdsfonden” för att låta GfK under år 2006 mäta de svenska privathushållens konsumtion av Frukt & Grönt samt Blommor & Växter. Följande segment inom Frukt & Grönt har mätts på detaljnivå: Tomater, Sallat, Blomkål, Vitkål, Gul lök, Purjolök, Bananer, Äpplen och Päron.

## Mätmetod

Inköpsdata insamlas veckovis. Inrapporteringen från hushållen görs via scanner/webapplikation.

## Hushållsurval

2000 hushåll, representativa för svenska privathushåll.

## Resultat

Det totala värdet av Frukt & Grönt skattas till 17,4 miljarder kronor, dvs ca 10 % av landets totala dagligvarukonsumtion. Kategorin är alltså av stor betydelse för dagligvaruhandeln. De specialstuderande segmenten representerar 28 % av det totala Frukt & Grönt – värdet.

## Konsumtionsmönster

99 % av Sveriges hushåll köpte någon gång under 2006 Frukt & Grönt produkter. I åldersgruppen upp till 29 år uppmättes en förhållandevis låg penetration, 94 %. Den genomsnittliga inköpsfrekvensen var 58 gånger/år och snitt inköpssumman vid varje inköpstillfälle 43 kronor. I relation till det totala antalet dagligvaruinköp kan sägas att 60 % av samtliga innefattar Frukt & Grönt och att Frukt & Gröntvärdet då utgör ca 17 % av det totala kvittobeloppet.

Åldersmässigt kan konstateras att Frukt & Grönts andel av den totala dagligvarukonsumtionen är högst i åldersgruppen 60+ (11,5%) och lägst i gruppen 30 – 44 år (8,9%). Regionmässigt är andelen högst i region Väst (11,0%) och lägst i region Norr (9,7%). Vidare finns det ett samband med utbildningsnivå – Grundskola 9,1 %, Gymnasium 9,5 % samt Högskola 11,5 %.

## Handelsrelaterad data

ICA har en stark ställning i Frukt & Grönt kategorin (48 % värdeandel på Frukt & Grönt jämfört med 45 % för dagligvaror totalt. Andra kanaler med viss överandel är Axfood, Lidl och Netto.

## Specialstuderade segment

### *Tomater*

Totalmarknaden för tomater skattas till 1,2 miljarder kronor i handelsledet. Penetrationen är 71 %, dvs 71 % av landets samtliga hushåll har någon gång under år 2006 köpt tomater. 79 % av värdet är identifierbart i termer av svenskt och utländskt. Den identifierbara svenska konsumtionen hade ett värde av 281 miljoner kronor. Genomsnittspriset över året var 25,10 kronor per kilo för svenska och 27,70 för utländska tomater.

Tomater har sin största andel av den totala konsumtionen av Frukt & Grönt i åldersgruppen 30 – 44 år (10,9%) och den lägsta i gruppen upp till 29 år (8,7%). Regionvis är den högst i Norr (10,7%) och lägst i Väst (8,7%). Någon entydig koppling till utbildningsnivå kunde inte hittas.

### *Sallat*

Totalmarknaden för sallat skattas till ca 650 miljoner kronor i handelsledet. Penetrationen på årsbasis var 63 %. Endast 65% av inköpsvärdet är identifierbart som svenskt resp utländskt. Den identifierbara svenska delen motsvarade ett värde på ca 190 miljoner kronor. Det genomsnittliga priset var 29,90 för svensk och 31,20 kronor per kg för utländsk sallat. Högst andel av Frukt & Grönt konsumtionen har sallat i åldersgruppen 30 – 44 år (6,6%), lägst i åldersgruppen 60+ (5,1%). Per region var konsumtionen högst i Öst (6,2%) och lägst i Norr (5,3%). Ingen entydig koppling till utbildningsnivå kunde hittas.

### *Blomkål*

Totalmarknaden uppskattades till 52 miljoner kronor i handelsledet. Penetrationen var 22% och ca 60 % av värdet var ursprungsidentifierbart. Av denna identifierbara del står svenskproducerat för ett värde av ca 19 miljoner kronor. Genomsnittspriset var 16,10 för svensk och 24,10 kronor per kilo för utländsk blomkål.

Högst andel av Frukt & Grönt värdet nås i åldersgruppen upp till 29 år (1,9%) och lägst i gruppen 60+ (1,4%). Per region var konsumtionen högst i Syd (1,9%) och lägst i Norr (1,0%). Ingen entydig koppling till utbildningsnivå kunde spåras.

### *Vitkål*

Totalmarknaden uppskattades till ca 70 miljoner kronor i handelsledet. Penetrationen var 33 %. 59 % av värdet var identifierbart och av detta motsvarade värdet för svensk vitkål 26 miljoner kronor. Genomsnittspriset var 6,90 för svensk och 7,90 kronor per kg för utländsk vitkål. Störst andel av totala Frukt & Grönt värdet uppmättes i den yngsta åldersgruppen upp till 29 år (1,8%) och lägst i den äldsta gruppen 60+ (0,8%). Inga signifikanta skillnader kunde finnas per region eller utbildningsnivå.

### *Purjolök*

Totalmarknaden uppskattades till ca 77 miljoner kronor i handelsledet. Penetrationen var 39 %. 48 % av värdet kunde ursprungsidentifieras. Värdet för svensk purjolök, av det ursprungsidentifierade, uppgick till ca 20 miljoner kronor. Genomsnittspriset var 20,90 för svensk och 24,80 kronor per kg för utländsk purjolök. Små skillnader uppvisades mellan regionerna.

### *Gul lök*

Totalmarknaden uppskattades till ca 155 miljoner kronor i handelsledet. Penetrationen var 62% . 55 % av värdet kunde ursprungsidentifieras. Värdet för svensk gul lök, av det ursprungsidentifierade, var 58 miljoner kronor. Genomsnittspriset var 8,50 för svensk och 10,70 kronor per kilo för utländsk gul lök. Högsta andelen av konsumtionen fanns i region Syd (2,1%) och lägst i region Norr (1,6%). Högst bland de yngre hushållen upp till 29 år (2,4%) och lägst i åldersgruppen 60+ (1,8%). Ingen koppling mellan utbildningsnivå och konsumtion kunde hittas.

### *Äpplen*

Totalmarknaden uppskattades till 992 miljoner kronor i handelsledet. Penetrationen var 69 %. 83% av värdet kunde ursprungsidentifieras, därav var det svenska värdet 215 miljoner kronor. Genomsnittspriset var 15,40 för svenska och 15,10 kronor per kg för utländska äpplen. Högsta andelen av Frukt & Grönt värdet utgör äpplen i åldersklassen 30 – 44 år (9,4%), lägst i åldersklassen upp till 29 år (7,7%). Högst i region Väst (10,0%) och lägst i region Öst (7,4%). Högutbildade hade en relativt liten del äpplen i sin konsumtion (7,4%).

### *Päron*

Totalmarknaden uppskattades till 353 miljoner kronor i handelsledet. Penetrationen var 53 %. 77 % av värdet kunde ursprungsidentifieras, därav var det svenska värdet 23 miljoner kronor. Genomsnittspriset var 17,00 för svenska och 17,10 kronor per kilo för utländska päron. Störst andel av Frukt & Grönt värdet bland hushåll 30 – 44 år (4,5%) lägst i åldersgruppen 45 – 59 år (3,1%). Region Syd hade högst andel (4,4%) och region Norr lägst (3,1%)

### *Bananer*

Som jämförelse ingick också bananer i undersökningen. Totalmarknaden var 1345 miljoner kronor i handelsledet. Penetrationen var 75 %. Genomsnittspriset var 16,10 kronor per kilo.

### *Blommor*

Penetrationen för blommor och växter totalt var 56 %. För snittblommor 41 %, Blommande växter 42 % Gröna växter 22 % och för arrangemang 8 %

Värde per inköpstillfälle var för blommor och växter totalt 72 kronor, för snittblommor 57 kronor, blommande växter 69 kronor, gröna växter 68 kronor och för arrangemang 124 kronor.

### Resultatförmedling.

Resultaten har muntligen redovisats för referensgruppen den 22 maj 2006 och den 19 mars 2007. Vidare har resultaten presenterats vid GROs marknadskonferens i november 2006 samt i samband med Potatis- och frilandsmässan i Örebro i februari 2007.

En sammanfattning finns i nummer 8 år 2007 i tidningen Viola.

Den fullständiga slutrapporten kommer att sändas till referensgruppens medlemmar samt till medlemmarna i SLFs beredningsgrupp "Trädgård".