

---

## Globala konsumtionstrender för livsmedel

Anna Andersson

E-post: [anna.andersson@agrifood.lu.se](mailto:anna.andersson@agrifood.lu.se)

*Denna PM fokuserar på globala konsumtionstrender för livsmedel och utgör ett underlag till den samlade livsmedelsstrategi som lanseras av Regeringen under 2016. Syftet är att undersöka hur efterfrågan på livsmedel har utvecklats i världen de senaste decennierna samt att undersöka de bakomliggande orsakerna till eventuella efterfrågeförändringar. Analysen visar att efterfrågan på livsmedel ökar i världen och har gjort så sedan 1960-talet. Skillnaderna mellan konsumtionsutvecklingen i utvecklingsländer och höginkomstländer är emellertid stora. Idag hittas störst potential på utvecklingsländernas marknader medan höginkomstländernas marknader har stagnerat.*

### *Inledning*

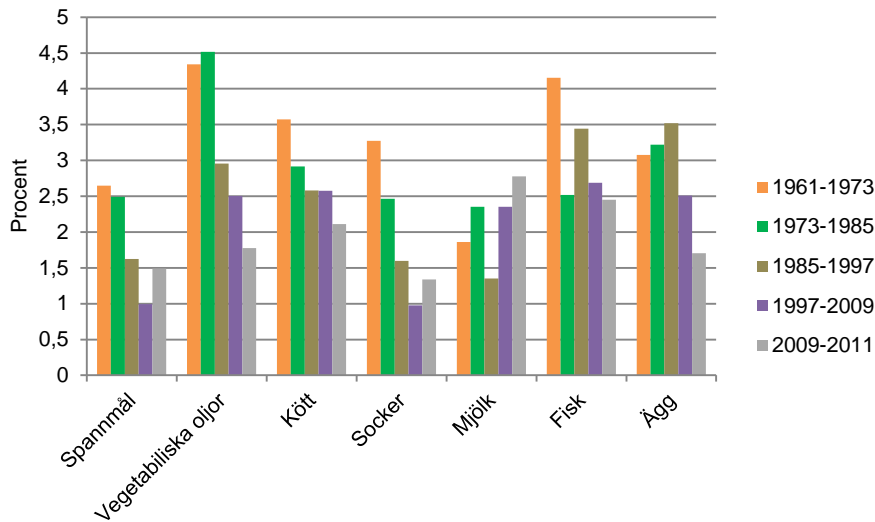
I denna PM analyseras den ökande globala efterfrågan på livsmedel och dess bakomliggande orsaker. Fokus ligger på att identifiera globala konsumtionstrender och hur de skiljer sig åt i olika grupper av länder. Utrymme ges även till en fallstudie av konsumtionsutvecklingen i Sverige. Analysen visar att världens tilltagande efterfrågan på livsmedel främst påverkas av befolkningsökning och inkomstökning. Detta gör att det är utvecklingsländerna som är drivande för den globala livsmedelsmarknaden, och förväntas fortsätta vara så i en överskådlig framtid. Marknaden för livsmedel i höginkomstländer anses vara mättad men intresserade konsumenter i dessa länder efterfrågar allt högre produktkvalitet. I Sverige syns en stagnerande total efterfrågan på livsmedel, dock ökar intresset för mat hos vissa konsumentgrupper. Generellt är förtroendet för svensk mat högt och försäljningen av nischprodukter som ekologiskt ökar.

### *Ökad global efterfrågan på livsmedel*

Sett ur ett 50-års perspektiv har världens konsumtion av livsmedel ökat snabbt. Detta gäller för alla stora produktgrupper som spannmål, vegetabiliska oljor och mjölkprodukter vilket ses i Figur 1 med hjälp av data från FAO. Figuren visar den årliga genomsnittliga tillväxttakten för olika tidsperioder från 1961 till 2011. I genomsnitt har alltså konsumtionen av alla produktgrupper vuxit årligen under 50 år. Perioden med högst tillväxt under de senaste 50 åren inträffade under 1960-talet, en period som karaktäriserades av hög ekonomisk tillväxt. Även om alla produktgrupper visade i figuren har vuxit under perioden finns skillnader mellan grupperna. På senare år har tillväxten ökat för spannmål, socker och mjölkprodukter. Samtidigt ses en tydligt minskande tillväxttakt för produkter som vegetabiliska oljor, kött och ägg. Kött är den enda produktgruppen vars tillväxttakt minskar något

under hela den undersökta perioden. Enligt den Europeiska Kommissionen kan de senaste årens minskande tillväxt av köttkonsumtionen bero på begränsat utbud, höga priser och möjligen på förändrade preferenser hos konsumenter i industrialiserade länder.<sup>1</sup>

**Figur 1. Årlig tillväxt i procent för världens konsumtion av olika jordbruksprodukter**



Källa: FAO

Även om det globalt sett har skett en kraftig tillväxt av livsmedelskonsumtionen är denna mycket ojämnt fördelad mellan olika grupper av länder. För att exemplifiera den ojämna tillväxttakten visas hur konsumtionen av utvalda produkter bland basvaror (vete och socker) och färskvaror (mjölk och kött) har vuxit över tiden i höginkomstländer i förhållande till övriga länder i världen i Figur 2.<sup>2</sup> Vi väljer att beteckna alla länder som inte är höginkomstländer under perioden som utvecklingsländer för enkelhets skull. Denna grova klassificering bedöms inte påverka de generella trenderna som identifieras. I Figur 2a ses hur konsumtionen av vete och socker har förändrats sedan 1960-talet. Efterfrågan på basprodukten vete har under hela perioden varit högst i utvecklingsländer. Detta är inte förvånande med tanke på att gruppen av höginkomstländer består av 22 länder och gruppen utvecklingsländer består av resten av världens länder. Den största andelen av världens befolkning hittas därför i utvecklingsländerna.<sup>3</sup> Spannmål är även en produkt som man generellt är mer beroende av i fattigare länder än i höginkomstländer, se mer information nedan om skillnader i kostvanor i låg- respektive höginkomstländer. Dock ses att konsumtionen av vete stiger betydligt kraftigare i utvecklingsländer än i höginkomstländer över tiden. En allt större andel av vete konsumtionen sker således i utvecklingsländer under tidsperioden. Ett liknande mönster ses för socker, även om skillnaden mellan de två grupperna av länder är mindre. Detta beror sannolikt på att spannmål är en viktigare produkt än socker i länder med låg inkomst.

I Figur 2b visas utvecklingen av kött- och mjölkkonsumtion. Dessa produkter räknas vanligen som färskvaror och är betydligt dyrare än basvaror som spannmål. Detta gör att konsumenter vanligen behöver en högre inkomst innan dessa varor tar upp en större andel av livsmedelskonsumtionen. Att figuren visar att det var höginkomstländer som var de främsta konsumenterna av båda varorna i

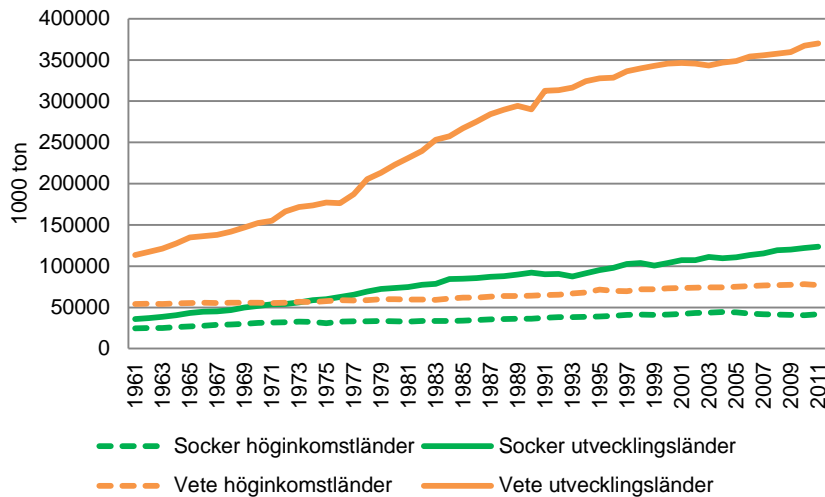
<sup>1</sup> Europeiska kommissionen (2015)

<sup>2</sup> I gruppen höginkomstländer hittas EU15, Norge, Schweiz, Japan, Australien, Nya Zeeland, Kanada och USA.

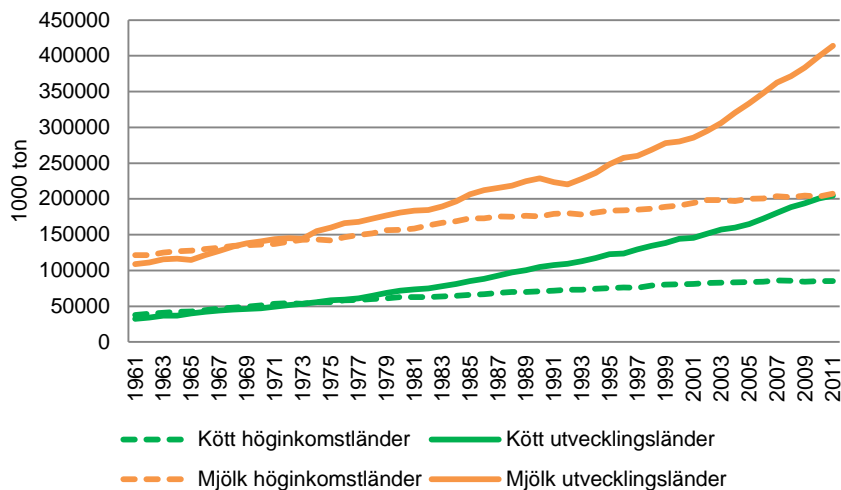
<sup>3</sup> År 1961 fanns ungefär 80% av världens befolkning i utvecklingsländerna. Utvecklingsländernas befolkningsandel har stadigt ökat och ligger idag runt 12-13%. (Författarens beräkningar baserat på WDI-data.)

början av 1960-talet är därför rimligt. Intressant är att både mjölk- och köttkonsumtion har vuxit snabbare i utvecklingsländer än i höginkomstländer under hela perioden. Redan på 1970-talet fanns därför den största delen av världens efterfrågan på mjölk och kött i utvecklingsländer. Det är även möjligt att se att konsumtionsökningen av mjölk och kött i utvecklingsländer började öka i en snabbare takt än tidigare under 1990-talet. Sammanfattningsvis visar Figur 2 att efterfrågan på livsmedel i allt större utsträckning flyttas till utvecklingsländer eftersom efterfrågeökningarna är betydligt snabbare där än i höginkomstländer.

**Figur 2a. Utveckling av konsumtion av vete och socker i höginkomstländer och utvecklingsländer**



**Figur 2b. Utveckling av konsumtion av kött och mjölk i höginkomstländer och utvecklingsländer**



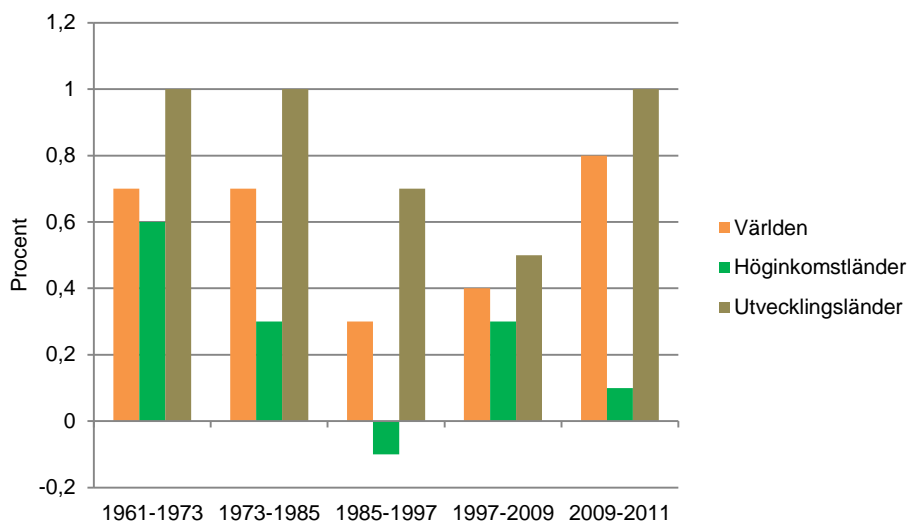
Källa: FAO

Inte enbart total konsumtion utan även konsumtion per capita har ökat i världen de senaste 50 åren. I Figur 3 visas hur livsmedelskonsumtionen mätt i kaloriintag per person och dag har förändrats i procent från 1961 till 2011.<sup>4</sup> Det genomsnittliga kaloriintaget för världen har ökat under hela perioden men det återigen finns stora skillnader mellan olika typer av länder. Kaloriintaget har ökat betydligt snabbare i utvecklingsländer än i höginkomstländer. Även om man undersöker konsumtion per

<sup>4</sup> Med kalori menas kilokalori.

capita istället för total konsumtion är det alltså främst utvecklingsländer som är drivande för den ökande globala efterfrågan.

**Figur 3. Förändring av det dagliga kilokaloriintaget (kcal) per person och dag, årlig tillväxttakt i procent**



Källa: Europeiska kommissionen (2015) baserat på data från FAO

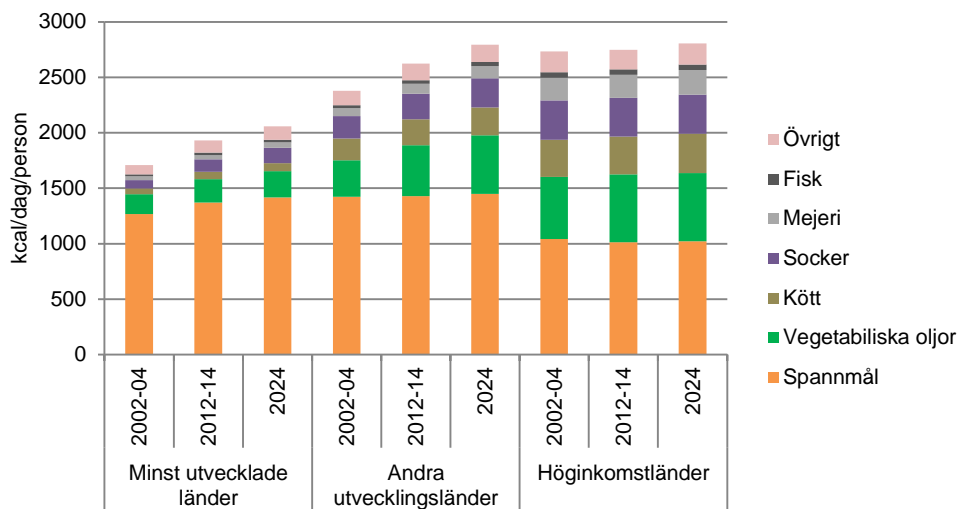
Förändringen i den globala efterfrågan på livsmedel under perioden 2002-2024 illustreras i detalj i Figur 4 med hjälp av statistik över det dagliga kaloriintaget per person fördelat på olika produktgrupper. Figuren visar den faktiska förändringen mellan period 2002-2004 och 2012-2014 samt en uppskattning av hur situationen kommer att se ut 2024 för olika grupper av länder. Statistiken är hämtad från OECD och uppskattningen av det framtida scenariot är gjort av OECD och FAO.<sup>5</sup> Tre olika grupper av länder jämförs i figuren: minst utvecklade länder, andra utvecklingsländer och höginkomstländer. Skillnaderna mellan länder som befinner sig på olika utvecklingsnivå är tydlig. Ju högre utvecklingsnivå desto högre total konsumtion och diversifiering av kaloriintaget. Det dagliga kaloriintaget av de listade produkterna var till exempel runt 1700 per person och dag i de minst utvecklade länderna år 2002-2004 medan det var runt 2700 i höginkomstländer under samma period. Samtidigt ses att mindre utvecklade länder främst får sina dagliga kalorier från spannmålsprodukter. Dessa produkter tenderar att ersättas av vegetabiliska oljor, socker, mejerier och kött ju rikare länder blir. Om man istället fokuserar på förändring över tiden är det synligt att det är främst i utvecklingsländerna som förändring av konsumtionen har skett de senaste 10 åren, vilket även stämmer med den mer långsiktiga trenden visad i Figur 3. I höginkomstländerna har varken den totala kalorikonsumtionen eller dess sammansättning förändrats nämnvärt sedan 2002. I båda grupperna av utvecklingsländer har dock total konsumtion ökat samtidigt som vad man konsumerar har förändrats.

Fram till år 2024 förväntas marknaden för livsmedelsprodukter fortsätta att växa främst i utvecklingsländer. Det finns fortfarande potential för dessa länder att öka sin konsumtion även om gruppen andra utvecklingsländer närmar sig de totala konsumtionsnivåerna för höginkomstländer snabbt. Slutligen förväntas även utvecklingsländerna att ytterligare diversifiera sin konsumtion.

<sup>5</sup> OECD/FAO (2015)

Skillnaderna mellan utvecklingsländers och höginkomstländers livsmedelskonsumtion kommer därför att minska. Man kan säga att kosten i utvecklingsländer håller på att bli mer västerländsk.

**Figur 4. Daglig kalorikonsumtion i världen 2002-2024**



Notera: Kategorin "Övrigt" inkluderar ägg och rotfrukter. Andra grönsaker och frukter är inte inkluderade i figuren.

Källa: OECD/FAO (2015)

Förändringarna av den globala efterfrågan på mat beskrivna ovan visar att det finns två tydliga trender för den globala livsmedelskonsumtionen:

1. I utvecklingsländer ökar efterfrågan på livsmedel samtidigt som kosten blir mer varierad och mer västerländsk.
2. I industrialiserade länder har efterfrågan på livsmedel stagnerat och stora förändringar av kostsammansättningen är sällsynta.

Givet hur länder vanligtvis förändrar sin livsmedelskonsumtion i takt med ekonomisk utveckling är detta ett väntat resultat.<sup>6</sup> Nedan följer en mer ingående analys av konsumtionstrender och deras orsaker i utvecklingsländer respektive höginkomstländer.

### Efterfrågan på livsmedel i utvecklingsländer

Utvecklingsländer är numera drivande för världens efterfrågan på livsmedel och förväntas vara så även i framtiden. Det finns ett flertal anledningar till att så är fallet. De två viktigaste faktorerna är befolkningsökning och ökande inkomster. Dock har även fenomen som urbanisering och globalisering haft en påverkan på den förändrade efterfrågan på livsmedel.

### Befolkningsökning

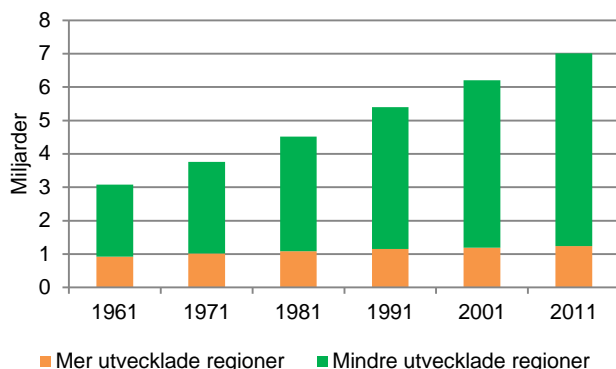
Tack vare medicinska framsteg och ekonomisk utveckling har dödligheten minskat markant i världen. Detta har fått som effekt att befolkningen globalt sett har ökat kraftigt. De senaste femtio åren har befolkningen mer än fördubblats, se Figur 5a. År 2011 var världens totala befolkning över 7 miljarder. Även om befolkningsökningstakten har minskat sedan 1960-talet, se Figur 5b, på grund av minskad fertilitet<sup>7</sup> kommer den totala befolkningsmängden att fortsätta öka de följande decennierna.

<sup>6</sup> Se den stora litteraturen om nutrition transition, t.ex. Popkin (1993)

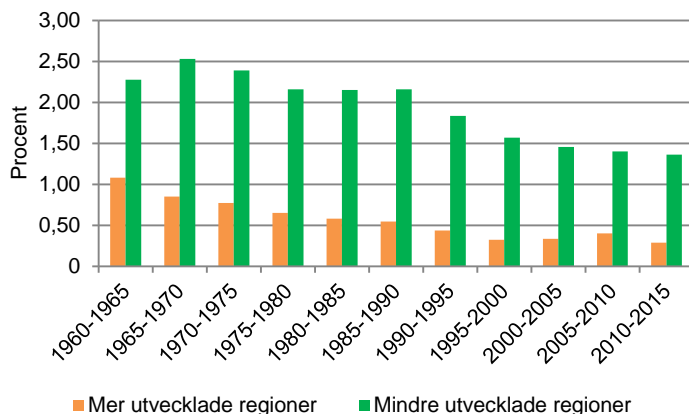
<sup>7</sup> Antal barn per kvinna har minskat från 4,5 i början av 1970-talet till 2,5 år 2014 (UNFPA, 2015).

Utvecklingsländer är gruppen av länder som har vuxit fortast den senaste tiden. Även fortsättningsvis kommer befolkningsökningen främst vara lokaliserad till utvecklingsländer. Fram till år 2050 förväntas till exempel världens befolkning att öka med ytterligare minst 2 miljarder och de allra flesta av dessa kommer att bo i utvecklingsländer. Enligt FN beräknas över 96 procent av befolkningsökningen fram till 2050 att ske i låginkomstländer.<sup>8</sup> Att den nuvarande och förväntade framtida totala efterfrågan på livsmedel drivs av utvecklingsländerna är därmed högst rimligt. Det har även visats att befolkningsökningen har varit den starkast bidragande faktorn till världens ökande efterfrågan på livsmedel under perioden 1961-2002.<sup>9</sup>

**Figur 5a. Total befolkning i världen i miljarder**



**Figur 5b. Befolkningsstillväxt i världen i procent**



Källa: UN Population Division (2015)

## Ekonomisk tillväxt

Världen har upplevt en lång period med ekonomisk tillväxt och på senare tid har den varit betydligt högre i utvecklingsländer än i höginkomstländer. Som visas i Figur 6 har skillnaden mellan den årliga BNP-tillväxten i höginkomstländer och utvecklingsländer varit stor de senaste decennierna även om gapet har minskat något de sista åren. Den höga ekonomiska tillväxttakten i utvecklingsländer har bidragit till kraftigt minskad fattigdom, se Tabell 1, vilket påverkar hur mycket som kan spenderas på livsmedelskonsumtion. I den närmsta framtiden kommer även medelklassen att växa snabbt i utvecklingsländer, framför allt i Asien, vilket skapar nya möjligheter för konsumtionsförändringar.<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Moormaw m. fl. (2012)

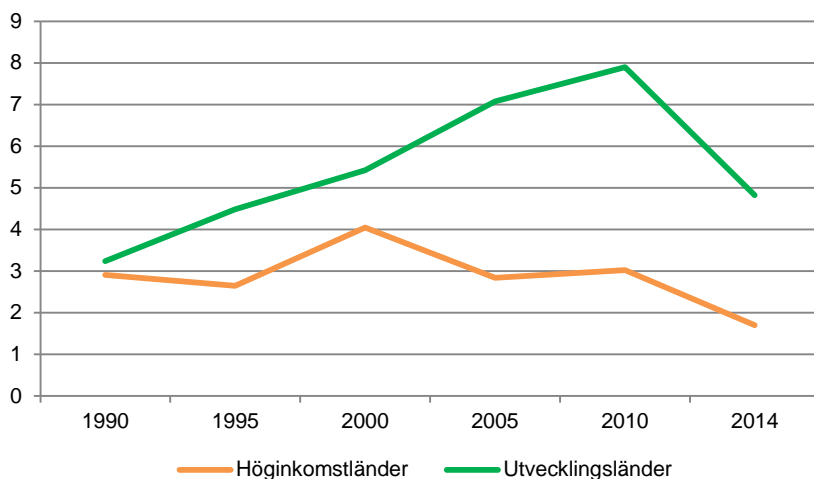
<sup>9</sup> Rask och Rask (2004)

<sup>10</sup> Kharas (2010)

Det har visats att de stigande inkomsterna i världen har varit den näst viktigaste faktorn för den ökande livsmedelskonsumtionen.<sup>11</sup> Nuvarande situation pekar dessutom på att stigande inkomster, framför allt i utvecklingsländer, kommer att vara drivande för de kommande årens förväntade efterfrågeökningar. Ökade inkomster håller därmed på att bli viktigare än befolkningsökning för efterfrågan på livsmedel. Effekten av inkomstökningen ses även i data för livsmedelskonsumtionen de senaste 50 åren eftersom konsumtionen av livsmedel har vuxit snabbare än befolkningen.<sup>12</sup> Att mer pengar kan läggas på livsmedel i utvecklingsländer har ökat livsmedelskonsumtionen och bidragit till att fler kan uppfylla sitt dagliga kaloribehov med ökande konsumtion per capita som följd, se Figur 3.

Effekten av ökande inkomster på livsmedelskonsumtionen är generellt större i utvecklingsländer än i höginkomstländer. Amerikanska jordbruksdepartementet, USDA, har till exempel visat hur stor andel av en extra dollar i inkomst som läggs på mat i olika länder. I mycket fattiga länder (t.ex. Tanzania och Nigeria) spenderas runt hälften av den extra dollarn på mat. I något rikare länder (t.ex. Indonesien och Paraguay) spenderas 30-40 procent av den extra dollarn på mat. I höginkomstländer läggs mindre än 10 procent av den extra dollarn på mat och i USA endast 2 procent.<sup>13</sup>

**Figur 6. BNP-tillväxt i procent i världen 1990-2014**



Källa: World Development Indicators

**Tabell 1. Procent av befolkningen i utvecklingsländer som lever på mindre än 2 USD (amerikanska dollar) om dagen**

	1990	2010
Östasien & Oceanien	81	26
Europa & Centralasien	6	2
Latinamerika & Karibien	23	10
Mellanöstern & Nordafrika	24	12
Afrika söder om Sahara	76	71

Källa: World Development Indicators

<sup>11</sup> Rask och Rask (2004)

<sup>12</sup> Europeiska kommissionen (2015)

<sup>13</sup> Regmi och Seale (2010)

Den ekonomiska tillväxten har också bidragit till att kosten har förändrats. Som sågs ovan har kosten i utvecklingsländer blivit mer varierad över tiden. Vid högre inkomst har man råd att köpa dyrare produkter och man kan därmed äta en mer varierad kost som består av fler färskvaror. Spannmål blir mindre viktigt för det dagliga kaloriintaget samtidigt som fett, kött och socker blir viktigare. Relationen mellan per capita inkomst och kostvariation har undersökts i en studie för en grupp av 57 länder.<sup>14</sup> Studiens resultat stämmer väl överens med de generella mönstren som visades i Figur 4. Länder med lägre inkomster får det mesta av sitt kaloribehov tillfredsställt av kolhydrater. Ju rikare man blir, desto större roll får fett och animaliska produkter i kosten. Studien visar även att små förändringar i inkomst ger ett relativt stort utslag på konsumtionen i låginkomstländer men inte påverkar konsumtionen i höginkomstländer nämnvärt. Det har också visats att inkomstelasticiteten, alltså hur inkomstförändring påverkar konsumtionen, är betydligt högre för kött och mejeriprodukter än för spannmål. Om man får en högre inkomst spenderar man som konsument hellre tillskottet på kött och mejeriprodukter än på spannmål.<sup>15</sup> Studier som har tittat närmare på konsumtionsförändringar i två av de snabbast växande utvecklingsländerna i världen, Kina och Indien, ser samma tydliga mönster. Hushållen drar ner på konsumtionen av spannmål och gryn, som ris och vete, medan konsumtionen av kött, mejeriprodukter och förädlad mat ökar.<sup>16</sup>

Förändringen av konsumtionen mot mer fett, socker och kött innebär att skillnaderna mellan kosten i utvecklingsländer och industrialiserade länder minskar. Utvecklingsländernas konsumenter efterfrågar i allt större utsträckning en mer västerländsk och, i många fall, mer onyttig diet. Denna utveckling har gått snabbt i de flesta länder vilket har bidragit till att utbredningen av fetma och andra livsstilsrelaterade sjukdomar ökar på många håll i utvecklingsländerna.<sup>17</sup> Andelen överviktiga i länder som Egypten, Mexiko och Sydafrika är idag exempelvis lika hög eller högre än i USA.<sup>18</sup>

## Urbanisering

Förutom att inkomstökningar har bidragit till ökade möjligheter att ha råd med en mer västerländsk kost har även urbaniseringen påverkat förändringen av konsumenternas livsmedelskonsumtion i utvecklingsländerna. Mer än hälften av världens befolkning bor i städer och andelen förväntas öka när fler människor, främst i Asien och Afrika, flyttar till stadsregioner.<sup>19</sup> Den globala trenden mot ökad urbanisering drivs redan idag av utvecklingsländerna och denna trend förväntas alltså fortsätta. I Figur 7 ses hur befolkningen i städer har vuxit över tiden. Även förväntade värden för framtida förändring under perioden 2015-2025 visas. Det syns att den urbana befolkningen har vuxit snabbast i mindre utvecklade regioner över hela den studerade tidsperioden. Samtidigt kan det konstateras att tillväxttakten har nått sin topp och håller på att minska. Detta gäller även för utvecklingsländer trots att skillnaden mellan den urbana tillväxttakten i mindre och mer utvecklade regioner blir allt större.

Människor i staden och på landsbygden tenderar att uppvisa skillnader i sin livsmedelskonsumtion. Dessa skillnader syns tydligast i utvecklingsländer då höginkomstländer vanligen har bättre distributionssystem för livsmedel. I utvecklingsländer konsumerar människor i staden generellt fetare mat, mer produkter från djurriket, mer socker, mer förädlad mat och mer mat lagad utanför hemmet än människor på landsbygden.<sup>20</sup> Många av effekterna av ökad urbanisering liknar alltså i stora drag

<sup>14</sup> Gerbens-Leenes m.fl. (2010)

<sup>15</sup> Seale, Regmi och Bernstein (2003)

<sup>16</sup> Fabiosa (2011)

<sup>17</sup> Popkin m.fl. (2012)

<sup>18</sup> Popkin (2003)

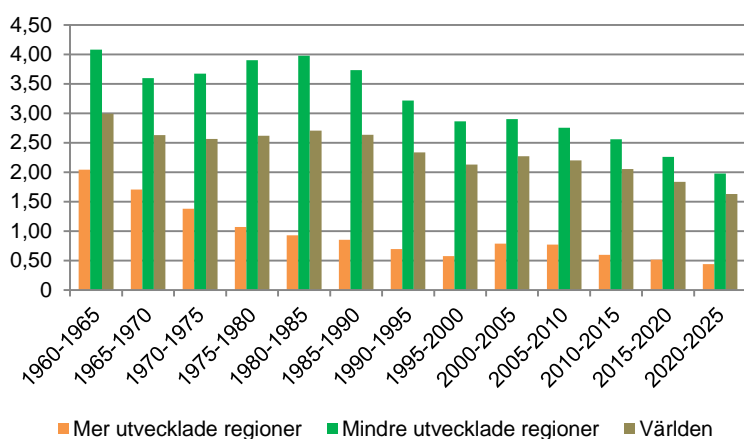
<sup>19</sup> Moormaw m. fl. (2012)

<sup>20</sup> Popkin (1999)



effekterna av ökande inkomster vilket kan göra det svårt att veta hur stor påverkan har varit av de olika faktorerna. Det som kan konstateras är dock är att livet i staden erbjuder andra möjligheter än livet på landsbygden och det kan göra att förändringen av konsumtionen går snabbare än vad den annars skulle ha gjort. I staden är utbudet av mat är större, maten blir mer lättillgänglig och man får mer kontakt med reklam.<sup>21</sup> Stora urbana marknader gör det även möjligt att etablera stormarknader för livsmedel vilka i sin tur ökar tillgången på importerad och icke-traditionell mat.<sup>22</sup> I städer arbetar en större andel av kvinnorna utanför hemmen vilket medför en högre efterfrågan på lättlagad mat, färdiglagad mat och snabbmat när alternativkostnaden för att laga mat hemma stiger.<sup>23</sup> Familjer i städer har vanligen färre barn än familjer på landsbygden, mycket beroende på att fler kvinnor arbetar utanför hemmet, vilket även gör det lättare att äta utanför hemmet.<sup>24</sup>

**Figur 7. Årlig genomsnittlig tillväxt av den urbana befolkningen**



Källa: UN Population Division (2014)

## Globalisering

Globaliseringen kan precis som ekonomisk tillväxt och urbanisering anses ha påverkat kosten i en mer västerländsk riktning i utvecklingsländer. Framför allt har globaliseringen påverkat efterfrågeförändringar på livsmedel i utvecklingsländer genom dess effekter på just ekonomisk tillväxt och urbanisering. Globaliseringen har ökat inkomsterna och uppmuntrat urbanisering genom att skapa nya arbetstillfällen i städerna.<sup>25</sup> Ytterligare effekter av globaliseringen på livsmedelskonsumtionen fås av den ökade tillgången till informationsteknologi och media. Internet, film, musik och reklam har spridit den västerländska livsstilen och introducerat nya produkter på utvecklingsländernas marknader.<sup>26</sup>

Globaliseringen har vidare haft en stor effekt på utbudet av livsmedel i utvecklingsländer vilket har påverkat vad man kan konsumera. Handelsliberalisering har medfört ett större utbud av importerade produkter samt billigare priser.<sup>27</sup> Ytterligare en viktig aspekt är expansionen av multinationella livsmedelsproducenter, restauranger och stormarknader. Dessa har alla bidragit till en standardisering av utbudet och introduktion av fler förädlade produkter. Den snabba spridningen av

<sup>21</sup> Kearney (2010)

<sup>22</sup> Pingali (2006)

<sup>23</sup> Regmi och Dyck (2001), Pingali (2006)

<sup>24</sup> Pingali (2006)

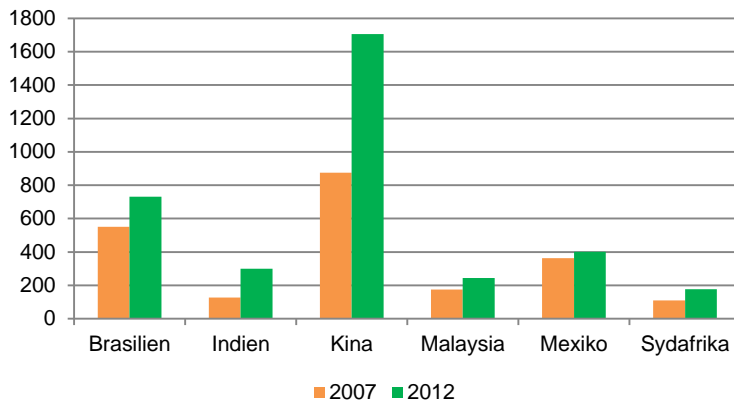
<sup>25</sup> WHO (2007)

<sup>26</sup> Fabiosa (2011)

<sup>27</sup> Kearney (2010)

stormarknader har konkurrerat ut traditionella öppna marknader. I Sydamerika ökade exempelvis stormarknadernas andel av livsmedelsutgifterna från 15 procent år 1990 till 60 procent år 2000. Som en jämförelse kan nämnas att en lika stor förändring av var konsumenterna väljer att handla sin mat tog cirka 50 år i USA.<sup>28</sup> Idag hittar man ofta matjättar som Walmart och Carrefour även i många utvecklingsländer.<sup>29</sup> Expansionen av multinationella snabbmatsrestauranger exemplifieras slutligen i Figur 8 där antal McDonald's i ett urval av utvecklingsländer visas. Bara från år 2007 till år 2012 mer än fördubblades antalet McDonald's i både Kina och Indien. En stark tillväxt ses även i Brasilien, Malaysia, Mexiko och Sydafrika.

**Figur 8. Antal McDonald's i olika utvecklingsländer**



Källa: *The Guardian* (2013)

### *Efterfrågan på livsmedel i höginkomstländer*

Ovan konstaterades att den globala efterfrågan på mat och hur den har förändrats på senaste tiden främst har påverkats av situationen i utvecklingsländerna. Totalt sett har livsmedelskonsumtionen visserligen ökat i industrialiserade länder under en 50-årsperiod, vilket visas i Figur 3, men ökningen är betydligt mindre än i utvecklingsländerna och dessutom avtagande över tiden. De senaste 15 åren har den totala livsmedelskonsumtionen i höginkomstländer mer eller mindre stagnerat. I Figur 4 visas att förändringar inte bara i den totala efterfrågan på mat men även i efterfrågan på olika varugrupper har varit små för höginkomstländer i förhållande till utvecklingsländer.

Orsaken till skillnaderna mellan utvecklingsländer och höginkomstländer är att de främsta faktorerna som påverkar konsumenternas efterfrågan på livsmedel har förändrats betydligt snabbare i utvecklingsländerna. Ovan sågs att faktorerna befolkningstillväxt, ekonomisk tillväxt och urbanisering alla hade förändrats i snabbare takt i utvecklingsländer än i höginkomstländer. Att hävda att globaliseringen har haft större effekt på utvecklingsländerna än på höginkomstländer, framför allt genom dess påverkan på ekonomisk tillväxt och urbanisering, är också tämligen okontroversiellt. Det är därför förväntat att efterfrågan på mat har förändrats snabbare i utvecklingsländer.

Att efterfrågeförändringarna har varit mindre i höginkomstländer betyder inte att inga förändringar har skett. Eftersom konsumenterna i dessa länder har ett annat utgångsläge, högre levnadsstandard, har effekterna på matkonsumtionen av faktorer som ekonomisk tillväxt och globalisering dock varit

<sup>28</sup> Reardon m.fl. (2003)

<sup>29</sup> Carrefour (2015), Walmart (2015)

annorlunda. Konsumenter som utgår från en hög inkomstnivå har generellt inga problem med att köpa den mat de behöver för att bli mätta. Ökade inkomster från en redan hög nivå har därför inga stora effekter på hur mycket livsmedel som konsumeras eftersom man inte har något behov av att öka sin konsumtion ytterligare. Dock tenderar konsumenterna att förändra sin konsumtion inom olika varusegment. Konsumenter prioriterar alltså andra varianter av varor när de får råd att göra det. För att identifiera denna typ av förändringar krävs en mer detaljerad analys än ovan. Här redogörs först för generella konsumtionstrender och deras bakomliggande orsaker i höginkomstländer. För att kunna redovisa mer detaljerad statistik för förändringen av matkonsumtionen i höginkomstländer görs sedan en fallstudie av Sverige i nästa avsnitt.

### **Generella konsumtionstrender**

Konsumenternas efterfrågan på livsmedel i höginkomstländer påverkas främst av priser, produktkvalitet och inkomstnivå. På senare tid har dock allt större fokus lagts på kvalitet än tidigare och konsumenterna har också ändrat hur de ser på kvalitet. Traditionellt har kvalitet främst associerats till hur produkten smakar, ser ut och luktar – attribut som kan kännas eller upplevas av konsumenten. Nu syns även en ökad efterfrågan på andra typer av kvalitetsattribut som är mer svårupptäckta. Hälsoattribut, processattribut och bekvämlighetsattribut är alla exempel på produktattribut som har blivit viktigare för livsmedelskonsumenter i höginkomstländer.<sup>30</sup> Med andra ord intresserar sig man sig i allt större grad för hur maten man äter påverkar den egna hälsan, hur matens produktionsprocess har sett ut och om maten kan konsumeras på ett mer bekvämt sätt.

Att konsumenter har ett ökat intresse för hälsoattribut tar sitt uttryck dels i att konsumenter ersätter produkter som uppfattas som onyttiga med nyttigare alternativ och dels i en ökad efterfrågan på funktionella produkter, produkter berikade med nyttiga egenskaper.<sup>31,32</sup> Exempel på att konsumenter aktivt väljer bort alternativ som uppfattas som onyttiga till förmån för nyttigare alternativ hittas i USA där hälsoskäl har angetts som den huvudsakliga förklaringen bakom den kraftigt minskande konsumtionen av rött kött. Nötkött har traditionellt varit den viktigaste köttprodukten för amerikaner och år 1970 svarade rött kött för 79 procent av den totala köttkonsumtionen. År 2000 hade denna siffra sjunkit till 62 procent samtidigt som kycklingkonsumtionen visade en tydlig positiv trend.<sup>33</sup> Det finns dock skillnader mellan konsumenters inställning till hälsoattribut. Generellt har undersökningar visat att personer med högre utbildning, äldre och kvinnor oftare strävar efter en hälsosam diet och även är mer villiga att köpa funktionella produkter. Européer tenderar också att vara mer skeptiska till funktionella produkter än konsumenter i andra höginkomstregioner. Vanligtvis är konsumenter heller inte villiga att kompromissa smak för funktionella kvaliteter.<sup>34</sup>

Processattribut är kvaliteter knutna till hur produkten har producerats. Även processer som inte har någon mätbar påverkan på slutprodukten kan här vara av intresse för konsumenten. Man kan exempelvis bry sig om hur produktionsprocessens lokala miljöpåverkan, klimatpåverkan eller sociala påverkan har sett ut. Konsumenternas efterfrågan på speciella processer, eller avsaknaden av en viss typ av process, har skapat en marknad för bland annat närodlat, ekologiska produkter, rättvisemärkta produkter, GMO-fria och hormonfria produkter. Eftersom processattribut inte går att upptäcka av

---

<sup>30</sup> Codron et al. (2005)

<sup>31</sup> Albisu m.fl. (2011)

<sup>32</sup> Funktionella produkter kan exempelvis vara probiotisk yoghurt, margarin med kolesterolsänkande effekt eller juice berikad med protein.

<sup>33</sup> Fabiosa (2011)

<sup>34</sup> Falguera m.fl. (2012)

konsumenter, ens efter konsumtion av varan, märks fler och fler produkter för att signalera en viss kvalitet till konsumenterna. Som ett svar på konsumenternas förändrade efterfrågan på processattribut har det även skapats en ny typ av stormarknader som enbart erbjuder kunderna högkvalitativa produkter. Den amerikanska kedjan Whole Foods Market är ett exempel på en sådan som fokuserar på ett hållbart sortiment.

Bekvämlighetsattribut är sådant som leder till sparad tid och/eller energi för konsumenterna i något led av konsumtionen. Det kan till exempel röra sig om produkter som är lätta att inhandla, tillaga eller äta. Effekten av den ökade efterfrågan på bekvämlighet ses främst i ökad konsumtion av förädlad/färdiglagad mat och att fler måltider lagas utanför hemmet. I Japan ökade andelen av matbudgeten som hushållen spenderar på förädlad mat från 20 procent år 1960 till 30 procent år 2003. Att äta mat lagad utanför hemmet har också blivit mycket vanligt. I Japan lades endast 7 procent av hushållsbudgeten på mat lagad utanför hemmet år 1963. År 2003 hade siffran ökat till 17 procent. Detta är dock låga siffror i förhållande till USA där 25 procent av maten lagades utanför hemmet redan 1970.<sup>35</sup> Nya siffror pekar på att nästan hälften (48,5 procent) av maten som konsumeras lagas utanför hemmet.<sup>36</sup> Ökad efterfrågan på bekvämlighet har troligen även drivit på den ökande försäljningen av mat på internet. Både försäljning av enstaka matvaror och färdiga matkassar ökar kraftigt, även om utvecklingen sker från låga nivåer.<sup>37</sup>

### **Bakomliggande orsaker**

Det ökande intresset för vad maten innehåller och hur den har producerat drivs till stor del av ökad kunskap och brist på förtroende för livsmedelskedjan. Det finns tydligt dokumenterade effekter av hur en dålig kost kan påverka hälsan negativt i form av livsstilssjukdomar som till exempel diabetes och högt blodtryck. Man har även kunskap om att livsmedelsproduktion har miljöeffekter och om hur arbetsförhållanden ser ut i andra länder. Kunskapen har gjort konsumenterna mer medvetna om matens konsekvenser. Samtidigt har diverse matskandaler i olika länder gjort att konsumenterna har blivit mer osäkra på matens kvalitet. Mat har visat sig kunna innehålla hälsovådliga kemikalier, cancerframkallande ämnen och bakterier som salmonella. Detta i kombination med att det moderna högintensiva och högteknologiska jordbruket sällan uppfyller konsumenternas idealbild av hur matproduktion borde bedrivas har gjort att konsumenterna ofta ifrågasätter även hur produktionsprocessen har sett ut och förordrar vad som uppfattas som mer naturliga produkter.<sup>38</sup> Viktigt att notera här är att den ökande misstänksamheten inte hade varit möjlig om konsumenterna inte hade haft tillgång till information om missförhållanden och potentiella faror. Tillgången till media och kommunikationsteknologi har därför också bidragit till den ökade efterfrågan på kvalitet. Det är värt att nämna att konsumenter från den växande medelklassen i utvecklingsländer också börjar få ett ökat intresse för livsmedelskvalitet. I första hand är det då vanligen säkra livsmedel som efterfrågas.<sup>39</sup>

Ökade inkomster har vidare bidragit till att konsumenter har haft möjlighet att anpassa sin konsumtion efter de nya preferenserna. Många produkter som marknadsförs som ekologiska, rättvisemärkta, extra nyttiga och så vidare är dyrare än en standardprodukt. Konsumenter måste ha råd att betala en prispremie för att konsumera många av de produkter som har lanserats som ett svar på konsumenternas ökade krav på kvalitet. Studier visar att högre inkomster ofta är associerade med

---

<sup>35</sup> Fabiosa (2011)

<sup>36</sup> Stewart (2011)

<sup>37</sup> Svensk Digital Handel (2015)

<sup>38</sup> Falguera m.fl. (2012)

<sup>39</sup> Wang m.fl. (2008)

en mer hälsosam diet<sup>40</sup> och ett ökat intresse för att köpa produkter med specifika processattribut som till exempel ekologiska produkter.<sup>41</sup> Man har även sett att konsumenter drar ner på inköp av premiumprodukter under ekonomiskt svåra perioder. Siffror från Storbritannien visar exempelvis på en tydlig nedgång av de ekologiska inköpen i samband med finanskrisen.<sup>42</sup> Det kan i sammanhanget även vara intressant att nämna att andelen av hushållsbudgeten som spenderas på livsmedel har sjunkit över tiden. Detta beror dels på ökade inkomster men även på att livsmedel har blivit relativt billigare än andra varor de senaste decennierna.<sup>43</sup> I USA sjönk till exempel andelen av inkomsten som spenderas på mat från 17,5 procent år 1960 till 9,6 procent år 2007.<sup>44</sup> Med tanke på att livsmedel motsvarar en historiskt liten andel av hushållens utgifter borde det vara teoretiskt möjligt för konsumenter att omfördela sina resurser så att mer utrymme finns för att köpa premiumprodukter med en viss kvalitet så länge viljan att betala finns. Konsumenter är dock en mycket heterogen grupp så det är långt ifrån alla som har viljan att betala extra även om de har råd att göra det.

Ökade inkomster anses även ha påverkat konsumenternas preferens för bekvämlighet. Ett flertal studier visar att konsumtion av mat lagad utanför hemmet är associerad med inkomstökningar. Inkomstelasticiteten för mat lagad utanför hemmet har också beräknats till att vara högre än för mat lagad hemma.<sup>45</sup> Ytterligare faktorer som anses ha påverkat konsumenternas ökade fokus på bekvämlighet och ökade efterfrågan på mat lagad utanför hemmet är, precis som i utvecklingsländer, kvinnors ökade deltagande på arbetsmarknaden och hushållets sammansättning. Storleken på hushållen har minskat över tid, familjer har färre barn och framför allt har det blivit vanligare att bo ensam. Mindre hushåll har svårt att utnyttja stordriftsfördelarna kopplade till matlagning hemma. Att äta ute blir därför ett mer konkurrenskraftigt alternativ för små hushåll än för stora. En minskning av hushållsstorleken har generellt en positiv effekt på konsumtion av mat som lagas utanför hemmet.<sup>46</sup>

### *Utveckling av livsmedelskonsumtionen i Sverige*

För att exemplifiera utvecklingen av efterfrågan på livsmedel i höginkomstländer görs här en fallstudie av Sverige med hjälp av detaljerad statistik. Generellt kan sägas att flera av ovan funna trender för höginkomstländer som grupp även stämmer överens med utvecklingen av livsmedelskonsumtionen i Sverige. Inledningsvis undersöks hur den totala konsumtionen har förändrats de senaste 50 åren genom att titta på utvecklingen av energitillförseln per person och år. Som Figur 9 visar finns det en svag ökning av energitillförseln, mätt i näringsvärde, över tiden men förändringen är liten. De sista åren har energitillförseln även minskat något. Det syns alltså inga stora förändringar i hur mycket energi som konsumeras.

Om man istället undersöker mer detaljerad statistik för ett urval av olika typer av livsmedel och hur konsumtionen av dem har förändrats över tiden, vilket görs i Figur 10, framträder flera intressanta mönster. För det första kan det konstateras att ganska stora förändringar har skett i vissa varugrupper. Dessutom skiljer sig utvecklingen mycket åt för olika varugrupper. Varugrupper som sticker ut genom att visa stora öknings över tiden är frukt och bär, grönsaker och kött. Grönsaker är varugruppen där totalkonsumtionen har ökat kraftigast. År 1960 äts knappt 30 kilo grönsaker per person medan man år 2013 var uppe i drygt 80 kilo. Ökningen av grönsakskonsumtionen var snabbast

---

<sup>40</sup> Etilé (2011)

<sup>41</sup> Albisu m.fl. (2011)

<sup>42</sup> Falguera m.fl. (2012)

<sup>43</sup> Jordbruksverket (2015)

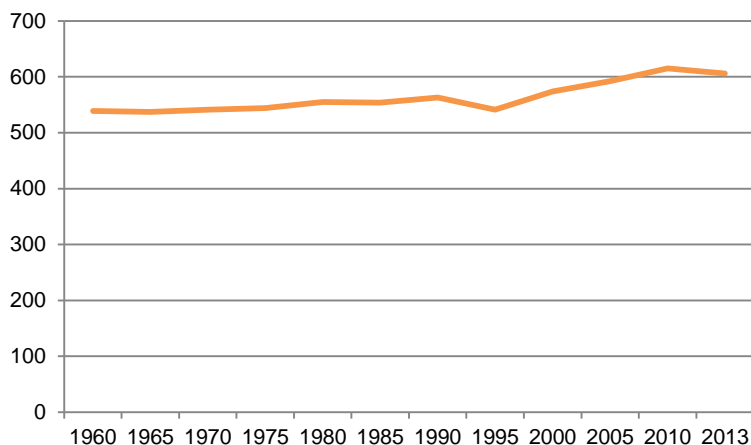
<sup>44</sup> USDA (2015)

<sup>45</sup> Fabiosa (2011)

<sup>46</sup> Stewart (2011)

på 1960- och 1980-talen men fortfarande är grönsaker bland de varugrupper som ökar snabbast. Varugrupper som har sett en tydligt minskad konsumtion under den undersökta perioden är matfett och dryckesmjölk. Mjölkkonsumtionen utmärker sig genom att ha minskat mycket kraftigt. Det syns även en viss minskad konsumtion av mjöl och gryn samt socker.

**Figur 9. Näringsvärde per person och år i gram de senaste 50 åren**



Källa: Jordbruksverket (2015)

Att just dessa grupper har ökat respektive minskat snabbt kan ha flera orsaker. En möjlig orsak till ökningarna är att utbudet har ökat på marknaden. Genom import har man till exempel fått ökad tillgång till frukt och grönt under hela året vilket har inneburit att man inte är lika säsongsberoende som tidigare. Vidare har EU-inträdet påverkat konsumenternas valmöjligheter och priserna på livsmedel.<sup>47</sup> Framför allt den ökade köttkonsumtionen verkar vara korrelerad med EU-inträdet med tanke på att köttkonsumtionen ökade som mest under 1990-talet för att på senare år uppvisa betydligt blygsammare tillväxttakter.<sup>48</sup> Minskningen av mjöl och gryn är konsistent med ovan nämnda fenomen att skifta sin konsumtion bort från spannmål i takt med ökade inkomster.

Minskningen av konsumtion av basvaror som mjöl, mjölk och fett borde även relateras till ökningen av mer förädlade produkter som använder dessa varor som insatsvaror. Konsumenterna väljer i allt större utsträckning en förädlad vara istället för en basvara. Man ser till exempel att brödkonsumtionen har ökat samtidigt som den direkta mjölkonsumtionen har minskat. Liknande exempel kan hittas även för matfett och socker. Direktkonsumtionen av dessa varor har minskat men konsumtionen av bakverk och godis har ökat.<sup>49</sup> Detta kan tolkas som ett tecken på att konsumenterna föredrar en mer bekväm konsumtion. Den kraftiga minskningen av dryckesmjölkkonsumtionen kan även relateras till ökningen av konsumtion av andra mejeriprodukter som använder mjölk som insatsvara, exempelvis yoghurt och ost.<sup>50</sup> Total per capitakonsumtion av mejeriprodukter (omräknat till mjölkkråvara) har därför varit relativt konstant sedan 1980-talet<sup>51</sup> men mycket av den ökande konsumtionen av yoghurt och ost importeras.<sup>52</sup>

<sup>47</sup> Se även Jordbruksverket (2012) för mer information om hur konsumtionsbeteendet påverkades av EU-inträdet.

<sup>48</sup> Tillväxttakten för griskött och nötkött har minskat under 2000-talet. Tillväxten är dock fortsatt relativt snabb för fjäderfäkött.

<sup>49</sup> Jordbruksverket (2015)

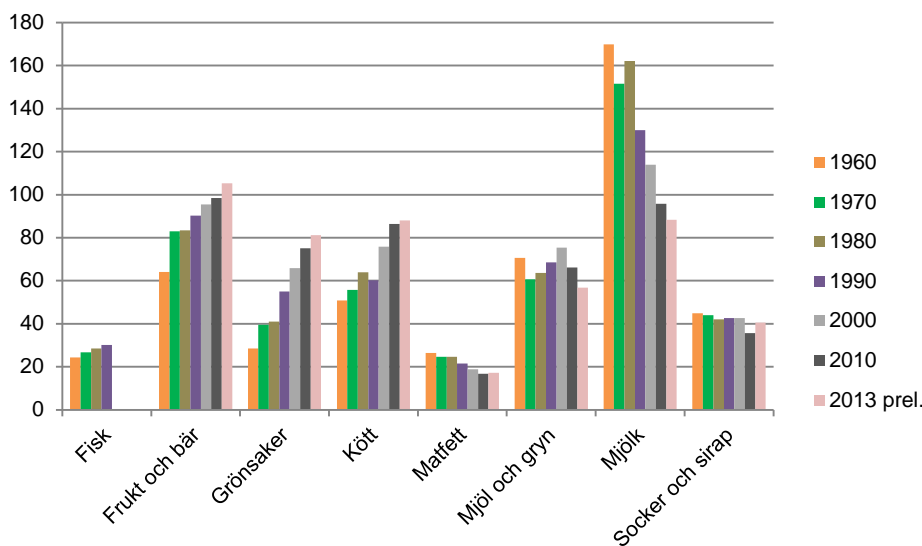
<sup>50</sup> Jordbruksverket (2015)

<sup>51</sup> LRF (2015)

<sup>52</sup> Jordbruksverket (2015)

Konsumenternas ökade intresse för nyttigare mat och ökad internationalisering är andra möjliga anledningar till de ändrade konsumtionsmönstren. Effekter av preferenser mot nyttigare matvanor speglas delvis i den ökande konsumtionen av frukt och grönt men även i minskningen av fett och socker. Notera särskilt att Figur 8 visar totalkonsumtion av socker, det vill säga direktkonsumtion och konsumtion som ingår i andra varor. Inte bara direktkonsumtion utan även totalkonsumtionen av socker visar alltså på en liten minskning på senare tid. Slutligen kan den ökande internationaliseringen, eller globaliseringen, ha påverkat konsumenternas matvanor. Sverige har traditionellt konsumerat lite grönsaker men mycket dryckesmjölk i ett internationellt perspektiv. Att det är just dessa två varugrupper som ökar respektive minskar mest över tiden kan tyda på att matvanorna håller på att bli mer internationella.

**Figur 10. Totalkonsumtion 1960-2013, kilo eller liter (mjölk), per person och år**



Källa: Jordbruksverket (notera att data saknas för fiskkonsumtion efter 1990-talet)

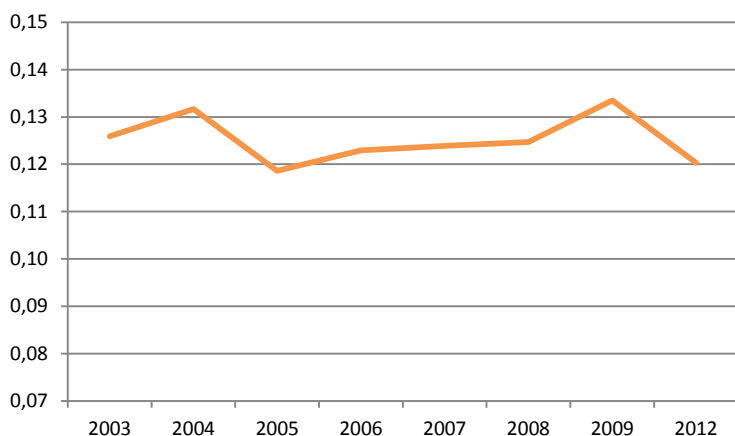
I Figur 11 visas hur andelen av hushållens inkomst som spenderas på livsmedel har förändrats sedan 2003. Vi kan se att denna andel har varit relativt konstant under perioden och att hushållen spenderar 12-13 procent av sina inkomster på livsmedel. Då sättet att mäta hushållens utgifter var annorlunda innan 2003 är det svårt med direkta jämförelser av siffror innan år 2003. Äldre siffror kan trots allt användas som riktlinjer för att se hur den långsiktiga trenden har sett ut. Vi kan därför konstatera att andelen av inkomsten som spenderas på livsmedel har sjunkit över tiden även i Sverige. År 1978 spenderades exempelvis ca 20 procent av hushållsbudgeten på livsmedel exklusive utemåltider.<sup>53</sup>

Figur 11 visar genomsnittet för konsumtion av livsmedel exklusive uteätande för alla typer av hushåll i Sverige. Uteätandet har ökat något över tid men andelen av inkomsten som spenderas på måltider ute har varit relativt konstant under drygt 30 år. År 1978 spenderades 3,2 procent av inkomsten på utemåltider. De senaste siffrorna på uteätande hämtas från år 2012 och då spenderades 3,4 procent av inkomsten på utemåltider. Man kan emellertid se att även om andelen av inkomsten som spenderas på utemåltider inte har ökat över tiden så har antalet kronor, räknat i fasta priser, som spenderas på utemåltider ökat. Denna utveckling har skett samtidigt som antalet kronor som spenderas på livsmedel har minskat vilket gör att uteätandet svarar för en allt större andel av

<sup>53</sup> SCB (1980)

livsmedelskonsumtionen. År 1978 utgjorde uteätandet ca 15 procent av den totala livsmedelskonsumtionen medan uteätandet representerade 22 procent av livsmedelskonsumtionen år 2012. Det finns likväl stora regionala skillnader när det gäller uteätande. I storstäder och förortskommuner representerade uteätandet runt 40 procent av de totala livsmedelsutgifterna år 2009 men det var knappt hälften så stort i landsbygdskommuner.<sup>54</sup>

**Figur 11. Andel av hushållens inkomst som spenderas på livsmedel och alkoholfria drycker**



Källa: SCB Hushållens utgifter (HUT)

Konsumenternas ökade intresse för vilken typ av mat de konsumerar och hur den har blivit producerad har undersökts av Jordbruksverket.<sup>55</sup> Genom enkätundersökningar under perioden 2011-2014 analyseras konsumenternas preferenser för olika typ av kvalitetsattribut och inställning till svensk mat. Generellt visar undersökningen att konsumenter visar allt större intresse för produkter som innehar speciella kvaliteter. Kvaliteter som är särskilt eftertraktade är få tillsatser, ekologisk produktion, god djurhållning och närproducerat. Förtroendet för den svenska maten är mycket högt och så många som 67 procent av konsumenterna uppger att de är villiga att betala extra för att köpa en svensk produkt.<sup>56</sup> Samtidigt är förtroendet för den svenska offentliga maten mycket lågt, särskilt för maten som serveras inom äldreomsorgen, och intresset för svensk matturism är begränsat. Intressant är att det finns stora skillnader mellan olika konsumentgrupper. Undersökningen identifierar fem olika segment av konsumenter med mycket skiftande intresse för mat och kvalitetsattribut: 1. *Familjefäder* som vill ha mätta barn snabbt och tycker att pris är viktigare än diverse kvalitetsattribut, 2. *Matintresserade kvinnor* som bryr sig både om hur maten påverkar den egna hälsan som djur och miljö, 3. *Stadssinglar* med begränsat intresse för mat men som väljer produkter producerade med omtanke för djur och miljö, 4. *Landsortsynglingar* utan intresse för mat som äter för att bli mätta och enbart väljer produkter efter pris, och 5. *Matpassionerade kvinnor i övre medelklass* som liknar segment 2 men har ett djupare engagemang för vad de äter och har råd att i många fall bortse från priset. Under den undersökta perioden, som är relativt kort, har de matintresserade grupperna vuxit medan andelen som kan klassas som ointresserad har sjunkit. Värt att notera är att långt ifrån alla har ett djupare matintresse även om det generella intresset kan anses ha ökat.

<sup>54</sup> Jordbruksverket (2015)

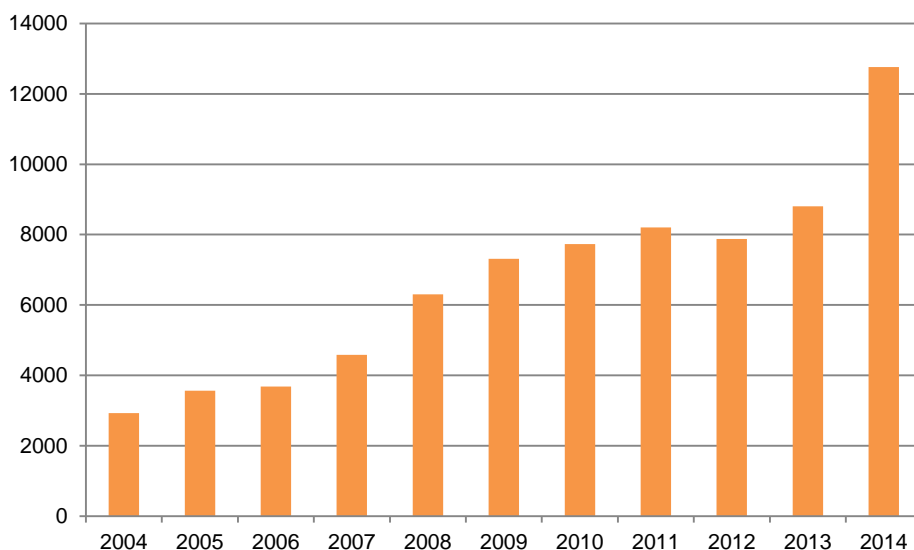
<sup>55</sup> Jordbruksverket (2014)

<sup>56</sup> Undersökningen visar inte att konsumenter faktisk betalar extra för en svensk produkt när de står i affären, endast att de skulle vara villiga att göra det i en hypotetisk situation. Det är inte säkert att konsumenterna handlar på samma sätt som de uppger att de gör.



Intresset för specifika produktionsprocesser kan även ses i försäljningssiffror. Statistiska Centralbyrån har följt den ekologiska försäljningen över tid. Figur 12 visar denna försäljning i miljoner kronor inom handeln under perioden 2004-2014. Under perioden har värdet av den ekologiska försäljningen ökat kraftigt, särskilt år 2014. Trots en stark ökning av den ekologiska försäljningen svarar de ekologiska produkterna fortfarande för en relativt liten andel av den totala livsmedelskonsumtionen. Andelen sålda ekologiska livsmedel har också ökat under perioden, från 2 procent år 2004 till 6 procent år 2014. Det finns dock en stor skillnad mellan olika typer av produkter. Andelen ekologiskt ligger på 20 procent eller mer för färska kryddor, barnmatskonserver, sillkonserver, bananer, ägg och frön.<sup>57</sup>

**Figur 12. Ekologisk försäljning i Sverige i miljoner kronor inom handeln**



Källa: SCB

I en undersökning av Ekoweb jämförs utvecklingen av försäljningen av ekologisk i Sverige med andra länder. Det konstateras att den, på senare åren, snabba svenska ökningen av den ekologiska försäljningen inte är jämförbar med utvecklingen på andra håll i världen. Världsmarknaden för ekologiska livsmedel går visserligen bra men den ökar inte lika snabbt som den svenska. De största marknaderna för ekologiskt i världen sett till försäljningsvärde hittas i de andra höginkomstländerna USA, Tyskland och Frankrike. Både Ryssland och Kina lyfts fram som framtida stora marknader för ekologiska livsmedel. Dessa marknader är i dagsläget beroende av import för att täcka den inhemska efterfrågan på ekologiskt. Även i USA är det brist på en del ekologiska produkter vilket täcks upp av import, till exempel av svensk spannmål.<sup>58</sup>

### Slutsatser

Den globala livsmedelskonsumtionen har ökat kraftigt de senaste 50 åren. Detta gäller både total konsumtion och konsumtion per capita. Den ökande efterfrågan på livsmedel drivs i huvudsak av utvecklingsländerna medan livsmedelskonsumtionen har stagnerat i höginkomstländer. Även i framtiden förväntas marknaden för livsmedel främst växa i utvecklingsländer. Där finns fortfarande potential att öka och diversifiera konsumtionen på grund av befolkningstillväxt och högre inkomster. Generellt minskar skillnaderna mellan livsmedelskonsumtionen i utvecklingsländer och

<sup>57</sup> SCB (2014)

<sup>58</sup> Ekoweb (2015)

höginkomstländer över tiden. Maten inhandlas även på liknande sätt eftersom stormarknader snabbt sprider sig över världen.

I höginkomstländer är marknaden för livsmedel mättad; dock finns ett ökat intresse för matens kvalitet. Det innebär att det har skett en utveckling av nischprodukter som exempelvis erbjuder speciella hälso-, process- eller bekvämlighetsattribut. Även den växande medelklassen i utvecklingsländer har fått ett större intresse för matens kvalitet och marknader för säkra livsmedel och ekologiskt förväntas öka i dessa länder. I Sverige ses en stagnerande total efterfrågan på livsmedel men viss förändring av konsumtionen har skett. Vissa varugrupper sticker ut genom att visa upp särskilt stora förändringar över tiden. Svenska konsumenter har exempelvis kraftigt ökat sin konsumtion av grönsaker medan mjölkkonsumtionen stadigt har minskat. En ökad efterfrågan på bekvämlighet har ökat konsumtionen av förädlade produkter och minskat konsumtionen av basvaror. Samtidigt ses att uteätandet har blivit större även om stor regional variation uppvisas. Intresset för mat och kvalitetsattribut ökar men det finns fortfarande konsumentgrupper med ett begränsat intresse för vad de äter. Generellt är förtroendet för svensk mat högt och försäljningen av nischprodukter som ekologiskt växer.

Det är i utvecklingsländerna som den framtida marknaden för livsmedel finns. För Sveriges del borde det bli lättare att slå sig in på de växande marknaderna i takt med att distributionskanalerna för livsmedel utvecklas, framför allt underlättar den pågående utbyggnaden av stormarknader introduktionen av importerade produkter. Då många av stormarknaderna i utvecklingsländer tillhör internationella kedjor som Walmart och Carrefour kan det även finnas stordriftsfördelar i förhandlingsarbetet om produkter köps in på samma sätt i flera olika länder. Det ökande intresset för säkra livsmedel i utvecklingsländerna kan också vara något som kan utnyttjas då detta är något den svenska livsmedelssektorn borde kunna erbjuda. För att svenska företag ska ha möjlighet att exportera är det dock viktigt att landsgodkännanden finns för potentiella nya marknader.<sup>59</sup>

Svenska konsumenter har ett högt förtroende för svenska livsmedel och ett ökat intresse för närodlad. Detta är positivt för framtida möjligheter att konkurrera med import på den inhemska marknaden men det betyder inte att konsumenter är okänsliga för prisskillnader mellan liknande produkter. Eftersom den svenska konsumtionen av livsmedel har förändrats i riktning mot fler förädlade produkter och ett ökat uteätande blir dessa sektorer allt viktigare att uppmärksamma om man önskar öka den inhemska försäljningen av svenska livsmedel. Poängteras bör att det kan vara svårare att konkurrera med import när det gäller förädlade produkter än basvaror. Ett exempel på detta ses i mejeribranschen där svensk dryckesmjölk står sig relativt bra i konkurrensen gentemot utländska alternativ men mjölk som insatsvara i yoghurt eller ost har betydligt svårare att klara konkurrensen från import.

Möjligheterna till ökad försäljning av svenska produkter i andra höginkomstländer än Sverige är begränsade med tanke på de mättade marknaderna men det kan finnas potential på nischmarknader där det råder produktbrist. Export av vissa ekologiska produkter till den amerikanska marknaden skulle kunna vara ett exempel. Dock hittas den rådande trenden mot närodlad i många höginkomstländer vilket är negativt för de svenska exportmöjligheterna.

---

<sup>59</sup> Se SOU 2015:15

## Referenser

- Albisu, L.M., Gracia, A. och Sanjuán, A.I. (2011). "Demographics and food consumption: Empirical evidence". I Lusk, J.L, Roosen, J. och Shogren, J.F. (red.) *The Oxford Handbook of the Economics of Food Consumption and Policy*, 747-769. Oxford University Press, Oxford.
- Carrefour (2015). <http://www.carrefour.com/content/carrefour-stores-worldwide> 2015-10-15.
- Codron, J-M., Grunert, K., Giraud-Heraud, E., Soler, L-G. och Regmi, A. (2005). "Retail sector responses to changing consumer preferences – The European experience". I Regmi, A. och Gehlhar (red.), M. *New Directions in Global Food Markets*. Agriculture Information Bulletin Number 794, Economic Research Service, USDA, Washington D.C.
- Ekoweb (2015.) *Ekologisk livsmedelsmarknad – Rapport om den ekologiska branschen sammanställd av Ekoweb.nu 29 januari 2015*. Tillgänglig på Ekoweb.nu.
- Etilé, F. (2011). "Food consumption and health". I Lusk, J.L, Roosen, J. och Shogren, J.F. (red.) *The Oxford Handbook of the Economics of Food Consumption and Policy*. Oxford University Press, Oxford.
- Europeiska Kommissionen (2015). "World food consumption patterns – trends and drivers", *EU Agricultural Markets Briefs*, No 6 June 2015.
- Fabiosa, J.F. (2011). "Globalization and trends in world food consumption". I Lusk, J.L, Roosen, J. och Shogren, J.F. (red.) *The Oxford Handbook of the Economics of Food Consumption and Policy*. Oxford University Press, Oxford.
- Falguera, V., Aliguer, N. och Lafguera, M. (2012). "An integrated approach to current trends in food consumption: Moving toward functional and organic products?" *Food Control* 26.
- FAO: <http://faostat3.fao.org/home/E> Databas för food balance. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
- Gerbens-Leenes, P.W., Nonhebel, S. och Krol, M.S. (2010). "Food consumption patterns and economic growth. Increasing affluence and the use of natural resources", *Appetite* 55.
- Jordbruksverket:  
[http://statistik.sjv.se/PXWeb/pxweb/sv/Jordbruksverkets%20statistikdatabas/Jordbruksverkets%20statistikdatabas\\_\\_Konsumtion%20av%20livsmedel/JO1301K2.px/?rxid=5adf4929-f548-4f27-9bc9-78e127837625](http://statistik.sjv.se/PXWeb/pxweb/sv/Jordbruksverkets%20statistikdatabas/Jordbruksverkets%20statistikdatabas__Konsumtion%20av%20livsmedel/JO1301K2.px/?rxid=5adf4929-f548-4f27-9bc9-78e127837625) Statistikdatabas för totalkonsumtion av livsmedel.
- Jordbruksverket (2014). *Sverige – det nya matlandet. En undersökning om svenskarnas matvanor och attityder till mat*. Jordbruksverket, Jönköping.
- Jordbruksverket (2015). *Livsmedelskonsumtionen i siffror. Hur har konsumtionen utvecklats de senaste femtio åren och varför?*, Rapport 2015:15, Jordbruksverket, Jönköping.
- Kearney, J. (2010). "Food consumption trends and drivers", *Philosophical Transactions of the Royal Society B* 365.
- Kharas, H. (2010). The emerging middle class in developing countries, OECD Development Centre Working Paper No. 285, Organisation for Economic Co-operation and Development, Paris.
- LRF (2015). *Handlingsplan för att utveckla svensk mjölkproduktion*. Lantbrukarnas Riksförbund.
- Moormaw, W., Griffin, T., Kurczak, K. och Lomax, J. (2012) *The critical role of global food consumption patterns in achieving sustainable food systems and food for all, A UNEP Discussion Paper*, United Nations Environment Programme, Division of Technology, Industry and Economics, Paris.
- OECD/FAO (2015). *OECD-FAO Agricultural Outlook 2015-2024*, Organisation for Economic Co-operation and Development och Food and Agriculture Organization of the United Nations, OECD Publishing, Paris.
- Pingali, P. (2010). "Westernization of Asian diets and the transformation of food systems: Implications for research and policy", *Food Policy* 32.
- Popkin, B.M. (1993). "Nutritional patterns and transitions", *Population and Development Review*, 19(1).
- Popkin, B.M. (1999). "Urbanization, lifestyle changes and the nutrition transition", *World Development* 27(11).
- Popkin, B.M. (2003). "The nutrition transition in the developing world", *Development Policy Review*, 21(5-6).

- Popkin, B.M., Adair, L.S. och Ng, S.W. (2012). "Global nutrition transition and the pandemic of obesity in developing countries", *Nutrition Reviews* 70(1).
- Rask, K.J och Rask, N. (2011). "Economic development and food production-consumption balance: A growing global challenge", *Food Policy*, 36: 186-196.
- Reardon, T., Timmer, C.P., Barrett, C.B. och Bergegué, J. (2003). "The rise of Supermarkets in Africa, Asia and Latin America". *American Journal of Agricultural Economics* 85(5).
- Regmi, A. och Dyck, J. (2010). "Effects of urbanization on global food demand". I Regmi, A. (red.) *Changing Structure of Global Food Consumption and Trade*. Agriculture and Trade Report WRS-01-1, Market and Trade Economics Division, Economics Research Service, U.S. Department of Agriculture, Washington D.C.
- Regmi, A. och Seale, J.L. (2010). *Cross-price elasticities of demand across 114 countries*, Technical Bulletin Number 1925, Economic Research Service, United States Department of Agriculture, Washington D.C.
- SCB:[http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START\\_\\_HA\\_\\_HA0103/EkoLivs/?rxid=3f9a6fad-2f75-4c07-8bec-9a85d8cb2526#](http://www.statistikdatabasen.scb.se/pxweb/sv/ssd/START__HA__HA0103/EkoLivs/?rxid=3f9a6fad-2f75-4c07-8bec-9a85d8cb2526#) Databas för ekologisk försäljning. Statistiska Centralbyrån.
- SCB Hushållens utgifter (HUT): [http://www.scb.se/sv/\\_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Hushallens-ekonomi/Hushallen-utgifter/Hushallens-utgifter-HUT/](http://www.scb.se/sv/_/Hitta-statistik/Statistik-efter-amne/Hushallens-ekonomi/Hushallen-utgifter/Hushallens-utgifter-HUT/) Databas för hushållens utgifter. Statistiska Centralbyrån.
- SCB (1980). Hushållsbudgetundersökningen 1978, Sveriges Officiella Statistik, Statistiska Centralbyrån, Stockholm.
- SCB (2014). *Allt mer pengar läggs på ekologiska livsmedel*. Statistiska Centralbyrån. Tillgänglig på: [http://www.scb.se/sv/\\_/hitta-statistik/artiklar/okad-forsaljning-av-ekologiska-livsmedel/](http://www.scb.se/sv/_/hitta-statistik/artiklar/okad-forsaljning-av-ekologiska-livsmedel/)
- Seale, J., Regmi, A. och Bernstein, J. (2003). *International evidence on food consumption patterns*. Technical Bulletin Number 1904, U.S. Department of Agriculture, Washington D.C.
- SOU 2015:15. *Attraktiv, innovativ och hållbar – strategi för en konkurrenskraftig jordbruks- och trädgårdsnäring*. Slutbetänkande av Konkurrenskraftsutredningen. Stockholm.
- Stewart (2011). "Food away from home". I Lusk, J.L, Roosen, J. och Shogren, J.F. (red.) *The Oxford Handbook of the Economics of Food Consumption and Policy*. Oxford University Press, Oxford.
- Svensk Digital Handel (2015). D-food Index Q2 2015, Svensk Digital Handel och HUI Research.
- The Guardian (2013). McDonald's 34,492 restaurants: where are they? <http://www.theguardian.com/news/datablog/2013/jul/17/mcdonalds-restaurants-where-are-they> 2015-10-15
- UNFPA (2015). World Population Trends: <http://www.unfpa.org/world-population-trends>, United Nations Population Fund, 2015-09-14.
- UN Population Division (2014). World urbanization prospects: The 2014 revision CD-ROM: <http://esa.un.org/unpd/wup/CD-ROM/>
- UN Population Division (2015). World Population Prospects 2015 DVD: <http://esa.un.org/unpd/wpp/DVD/>
- USDA (2015). Food prices and spending: <http://www.ers.usda.gov/data-products/ag-and-food-statistics-charting-the-essentials/food-prices-and-spending.aspx> 2015-09-04
- Walmart (2015): <http://corporate.walmart.com/our-story/our-locations> 2015-10-15
- Wang, Z. , Mao, Y. och Gale, F. (2008). "Chinese consumer demand for food safety attributes in milk products", *Food Policy* 33.
- WHO (2007). *Globalization, food and nutrition transitions*, Globalization and Health Knowledge Network Research Papers, WHO Commission on Social Determinants of Health and Institute of Population Health Globalization och Health Equity at the University of Ottawa.
- World Development Indicators: <http://data.worldbank.org/data-catalog/world-development-indicators> Databas från Världsbanken.