

Kan pantbar emballasje være løsningen på matsvinn?

Krav til merking av økologiske varer, høy kvalitet på varene og bærekraftig emballasje gir minimalt med matsvinn, men er ikke forenelig med at forbrukerne foretrekker økologiske epler i løsvekt

PUBLISERT 11. APR. 2023



Norskproduserte økologiske epler i ulik emballasje testes på forbrukerne

Forskningsprosjektet NYBE vil utvikle et nytt bærekraftig konseptdesign på emballasje av økologisk frukt basert på samhandling og ny innsikt om oss forbrukere.

Først ute internasjonalt med å teste pantbar matemballasje

Som først i verden testet prosjektet ut pantbar matemballasje mot forbruker. Norge er best i verden på panting av drikkeemballasje, men overgangen til å teste panting og gjenbruk av andre emballasjer er utfordrende. Prosjektgruppa hadde stor tro på panting av matemballasje, men samtlige eksperimenter med sluttbrukere viste at dette ikke var ønskelig.

Prosjektet har testet ulike forbrukergruppers holdninger til emballasje på epler. For å få ny innsikt i forbrukernes ønsker og behov er det samhandlet med forbrukere på ulike måter: demonstrasjoner, idemyldring, segmenterte fokusgrupper, testsalg, web-baserte spøringer samt kombinasjoner av disse.

Forbrukere har gjennom flere år blitt segmentert i spøringer der det ble skilt mellom tradisjonelle og endringsvillige. Disse segmentene av forbrukere har vært enige om at de ikke vil ha plastemballerte økologiske epler – men, av forskjellige grunner. De endringsvillige forbrukerne har vært overbeviste om at papp er bedre for miljøet uansett, mens de tradisjonelle synes plast er vanskelig å håndtere.

Ny emballasjestandard

I 2022 ble ny emballasjestandard i butikk fastsatt for økologiske epler fra Økofrukt. Denne fungerer bra i salget siden forbrukere har blitt hørt og forstått og distributør (Coop Norge) har eierskap til prosessen og sluttproduktet.

De økologiske eplene presenteres nå i ny pappemballasje, som er klart foretrukket fremfor plastemballerte epler. Funn ble bekreftet der forbrukerne oppfatter at økologisk frukt og grønt har uønskelig mye emballasje. Forbruker opplever det som et paradoks at de økologiske alternativene er emballerte, mens en rekke konvensjonelle epler selges i løsvekt.

Utfordringen er at forbrukeren egentlig ikke vil ha emballasje i det hele tatt, noe våre funn har bekreftet gjentatte ganger, i hvert fall ikke på økologiske varer, sier forsker Sveinung Grimsby. Dette er vanskelig å få til i praksis av flere grunner. Emballasjen sikrer at økologisk og konvensjonell vare ikke vil kunne forveksles og regelverket rundt dette forvaltes av Debio. Videre er frukt og grønt ofte avhengig av emballasje for å opprettholde kvaliteten og holdbarheten som kunden krever, noe løsvekt ikke klarer å oppnå i like stor grad.

Potensiale for omsetningsvekst for norske økologiske epler

Det er et stort potensial for omsetningsvekst på norske økologiske epler. Under 10% av totalt solgte eplene er norske sier Alf Kigen fra Økofrukt. Sesongen for norske epler vil kunne strekkes og preferanser på norsk mat ser ut til å være styrket etter pandemi og krig.

Fotografier i artikkelen: Sveinung Grimsby, Nofima

Bildetekst: Alf Kigen og Olav Jønsi fra Økofrukt med ny emballasje for økologiske epler til butikk



Meldinger ved utskriftstidspunkt 29. april 2026, kl. 10.31 CEST

Det ble ikke vist noen globale meldinger eller andre viktige meldinger da dette dokumentet ble skrevet ut.