



En enkät om
naturkosmetik, hudvård
och märkning.
Mars 2009

Innehållsförteckning

Sammanfattning/Pressmeddelanden	sid. 3
Bakgrund och syfte	sid. 5
Konsumentenkät i Sundsvall - redovisning av 5 av totalt 10 frågor	sid. 6
Redovisning av samtliga frågor och svar	sid. 11
Kontaktuppgifter Svensk Egenvård	sid. 14
Jämförelsedigram Sundsvall/Stockholm - alla gemensamma frågor	sid. 15
Kontaktuppgifter Konsumentföreningen Stockholm	sid. 25

Pressmeddelande 2009-03-17

Ekokosmetik allt intressantare

Mer än hälften väljer hudvård med miljöhjärtat

Priset är fortfarande viktigare än både nyttan och miljön i valet av kosmetika och hudvård. Men att miljöfrågorna har betydelse framgår i en enkät som har gjorts i samarbete mellan Konsumentföreningen Stockholm och Svensk Egenvård.

Hela världens miljöfokus banar vägen för naturkosmetik. Produkter vars namn och varumärken börjar på ord som bio, eko eller natur har blivit vanligare i butikshyllorna.

”I vår organisation finns medlemmar som arbetar ansvarsfullt med naturkosmetik och de har uppmärksammat oss på företag som rider på hälso- och miljövågen. Vi ville ta ett stickprov på konsumenternas intresse och tilltro till denna marknad”, säger Ingrid Atteryd, vd för organisationen Svensk Egenvård.

Hur många av de som köper naturkosmetiska produkter tror att dessa är bättre för miljön eller huden? Kontrollerar de på varudeklarationen vad produkten innehåller? Det var några av de frågor som ställdes till 500 personer vid ett köpcentrum i Sundsvall samt till 1 200 respondenter i Konsumentföreningen Stockholms medlemspanel.

”Det framgick dock i enkäten att konsumenternas kännedom om miljösymboler är låg när det gäller naturkosmetik och hudvård. Vilka ingredienser kosmetikan innehåller är av intresse för majoriteten av de svarande. Vi kommer senare i år att granska marknadsföringen av sådana här produkter och vad de innehåller”, säger Louise Ungerth, chef för konsumentfrågor, Konsumentföreningen Stockholm.

För mer information kontakta gärna:

Louise Ungerth, chef konsumentfrågor, Konsumentföreningen Stockholm, 070- 341 55 30

Ingrid Atteryd, vd Svensk Egenvård, mob 0705- 12 25 05

Annika Hjerpe, informationschef Svensk Egenvård, mob 070- 42 43 891

Enkäterna finns att hämta på

www.konsumentforeningenstockholm.se samt på www.svenskegenvard.se

Med rätt egenvård lever fler friskare och längre. Det gynnar inte bara individen utan sparar också resurser för samhället. Föreningen Svensk Egenvård organiserar 75 procent av leverantörerna av naturläkemedel, hälsolivsmedel, kosttillskott och naturliga hudvårdsprodukter på den svenska marknaden. Läs mer på www.svenskegenvard.se

Pressmeddelande 2009-03-17

Läser Stockholmare etiketter mer noggrant än folk i Sundsvall?

Fler konsumenter i Stockholm än i Sundsvall påverkas av etiketternas varudeklaration när de köper kosmetika eller andra hudvårdsprodukter. Det framgår i en enkät som har gjorts i samarbete mellan Konsumentföreningen Stockholm och Svensk Egenvård.

Hela världens miljöfokus banar vägen för naturkosmetik. Produkter vars namn och varumärken börjar på ord som bio, eko eller natur har blivit vanligare i butikshyllorna.

”I vår organisation finns medlemmar som arbetar ansvarsfullt med naturkosmetik och de har uppmärksammat oss på företag som rider på hälso- och miljövägen. Vi ville ta ett stickprov på konsumenternas intresse och tilltro till denna marknad”, säger Ingrid Atteryd, vd Svensk Egenvård.

Hur många av de som köper naturkosmetiska produkter tror att dessa är bättre för miljön eller huden? Kontrollerar de på varudeklarationen vad produkten innehåller? Det var några av de frågor som ställdes till 500 personer vid ett köpcentrum i Sundsvall samt till 1 200 respondenter i Konsumentföreningen Stockholms medlemspanel.

Av svaren framgick att 30 procent av de tillfrågade i Stockholm alltid påverkas av etiketternas varudeklaration. I Sundsvall var motsvarande siffra 14 procent. I Stockholm är det produktens skonsamhet mot huden som påverkar valet av kosmetika och hudvård mest. Miljöpåverkan kom på fjärde plats efter pris och effekt. I Sundsvall var priset viktigast följt av skonsamhet mot huden, effekt, känsla och miljöpåverkan i nämnd ordning.

”Det framgick också i enkäten att konsumenternas kännedom om miljösymboler är låg när det gäller naturkosmetik och hudvård. Men vilka ingredienser kosmetikan innehåller är av intresse för majoriteten av de svarande. Vi kommer senare i år att granska marknadsföringen av sådana här produkter och vad de innehåller”, säger Louise Ungerth, Konsumentföreningen Stockholm.

För mer information kontakta gärna:

Louise Ungerth, chef konsumentfrågor, Konsumentföreningen Stockholm, 070- 341 55 30

Ingrid Atteryd, vd Svensk Egenvård, mob 0705- 12 25 05

Annika Hjerpe, informationschef Svensk Egenvård, mob 070- 42 43 891

Enkäterna finns att hämta på

www.konsumentforeningenstockholm.se samt på www.svenskegenmvard.se

Med rätt egenvård lever fler friskare och längre. Det gynnar inte bara individen utan sparar också resurser för samhället. Föreningen Svensk Egenvård organiserar 75 procent av leverantörerna av naturläkemedel, hälsolivsmedel, kosttillskott och naturliga hudvårdsprodukter på den svenska marknaden. Läs mer på www.svenskegenvard.se

Bakgrund och syfte med enkäten

På senare år har marknaden för så kallade naturliga ingredienser i kosmetika och hudvårdsprodukter vuxit. I samma takt har det blivit allt vanligare med produkter som har varumärken och namn som börjar på bio, eko eller natur. Det har även dykt upp allt fler symboler som innebär att olika produkter är certifierade av olika kontrollorgan.

Svensk Egenvård har genomfört en undersökning bland 500 konsumenter i ett köpcentrum i Sundsvall om deras intresse för och kunskap om naturkosmetik, hudvård och märkning. Vi ställde samtidigt också frågor om konsumenternas egna rutiner vad gäller inköp av hudvårdsprodukter. Undersökningen har gjorts i form av en enkät som 500 personer i ett köpcentrum har besvarat och som har samlats in direkt på plats vid två separata tillfällen.

Vårt syfte med denna enkät är att ta ett stickprov på marknaden för att sedan kunna göra en omvärldsanalys. För att få bredare underlag för vår undersökning och för att nå andra grupper bjöd vi också i Konsumentföreningen Stockholm till ett samarbete och de har ställt våra frågor till 1 200 respondenter i sin medlemspanel. Vi är mycket glada för detta samarbete.

För information om Konsumentförening Stockholms medlemspanel, läs www.konsumentforeningenstockholm.se. Du kan också kontakta Svensk Egenvård eller Konsumentföreningen Stockholm för mer information om samarbetet. För kontaktuppgifter, se sidan 25.

Den del av konsumentenkenäten som delades ut via Svensk Egenvårds hudvårdsgrupp fylldes i av kunder på köpcentret Birsta City i Sundsvall lördagen den 25 oktober 2008. 439 personer deltog med korrekt ifyllda enkäter, varav 297 (67,7 procent) var kvinnor och 142 (32,3 procent) var män. Antalet motsvarar ungefär 0,5 procent av Sundsvalls befolkningens mängd men representerar inte ett tvärsnitt av Sundsvalls invånare.

- 15 procent uppger att innehåll (varudeklaration) alltid påverkar valet av produkt. Ytterligare 45 procent uppger att det gör det ibland.
- 64 procent respektive 52 procent tycker att "pris" och "skonsamhet mot huden" är de viktigaste faktorerna när de väljer kosmetika och hudvårdsprodukter.
- Tilltron till påståendet att naturkosmetika är mer skonsam för huden än vanlig kosmetika är relativt stor. 9 procent tror att produkterna alltid är mer skonsamma och 43 procent svarar att de kan vara det ibland. 41 procent svarar nej eller att de inte vet.
- 14 procent tror att naturkosmetik alltid är skonsammare för miljön än vanlig kosmetika och ytterligare 43 procent tror att den är det ibland.

Åldersfördelning i procent. Siffrorna inom parentes anger procent av andelen kvinnor/män.

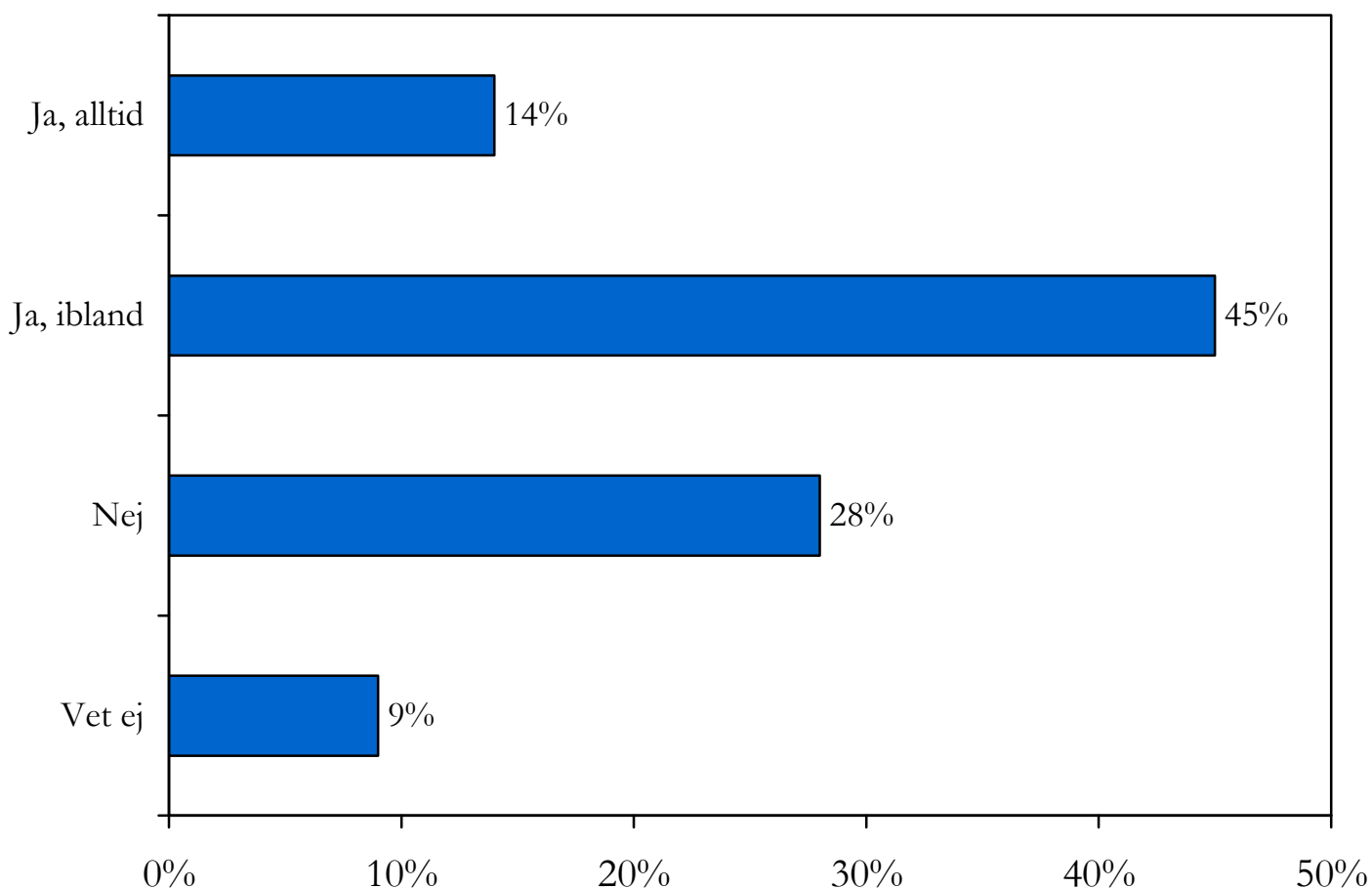
<20 år	9,7	(11/7)
20-30 år	10,9	(11,4/9,8)
31-40 år	26,4	(26,9/25,3)
41-55 år	35	(32/41,5)
56 -70 år	14,4	(16,2/10,6)
> 70 år	3,4	(2,4/5,6)

*Konsumentenkät i Sundsvall om naturkosmetik och hudvård
- redovisning av 5 av totalt 10 frågor*

Konsumenter i Sundsvall vill veta vad produkterna innehåller

15 procent av de som svarade anger att produktens innehåll och varudeklaration alltid påverkar deras inköp av kosmetika och hudvård och ytterligare 45 procent uppger att den gör det ibland. Vilka ingredienser kosmetikan innehåller är således av intresse för en majoritet av de som svarade. 28 procent är inte intresserade och nio procent uppger att de inte vet.

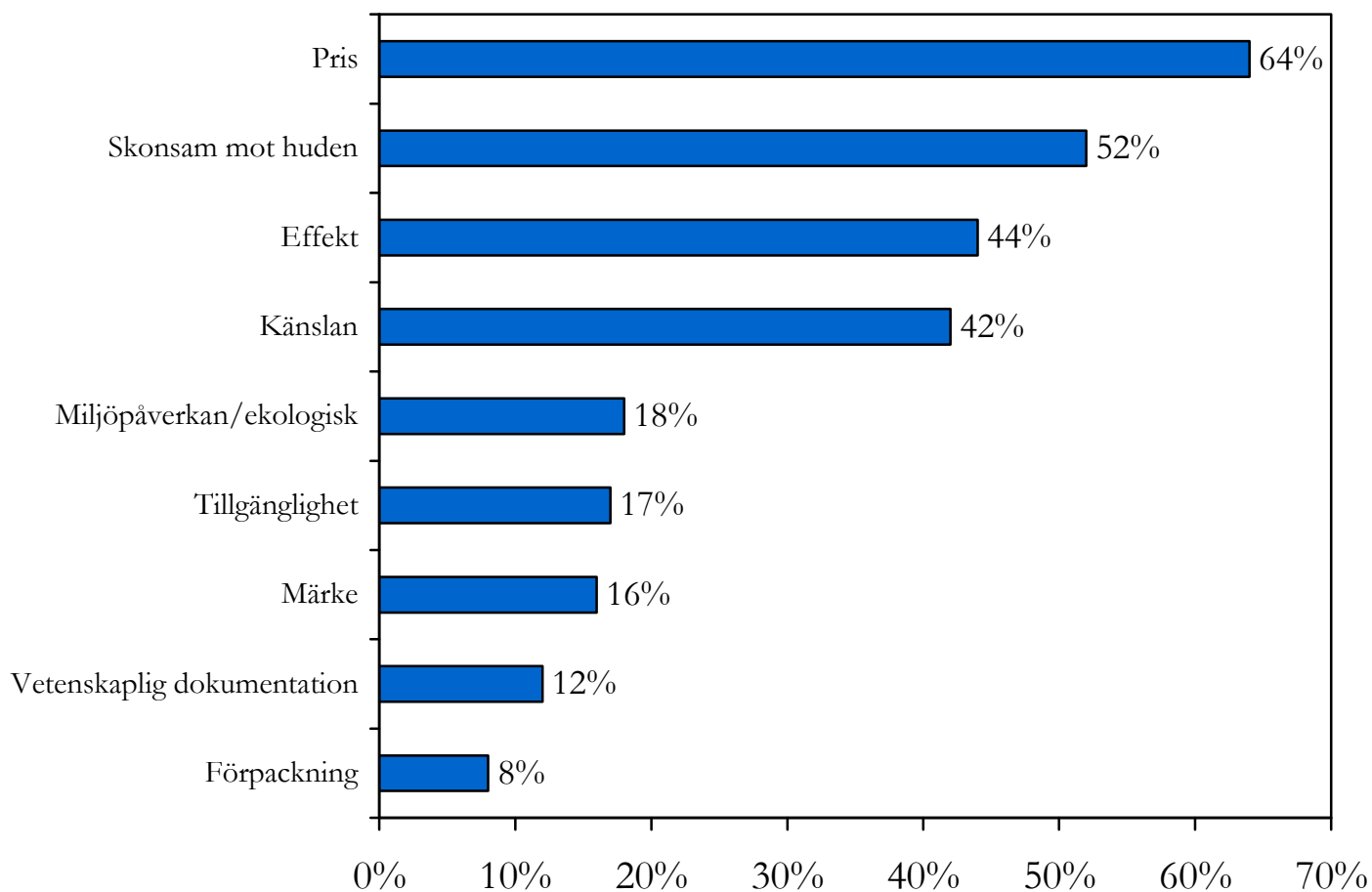
Diagram 1. Påverkar produktens innehåll (varudeklaration) ditt val av kosmetika eller hudvård?



Priset och effekten är viktiga för Sundsvalls konsumenter

Priset är den viktigaste faktorn när konsumenterna väljer kosmetika eller hudvårdsprodukt. Cirka 64 procent anger detta. Att produkten ska vara skonsam mot huden är det näst viktigaste, med 52 procent. Även effekt och känsla är viktiga faktorer (44 procent respektive 42 procent)

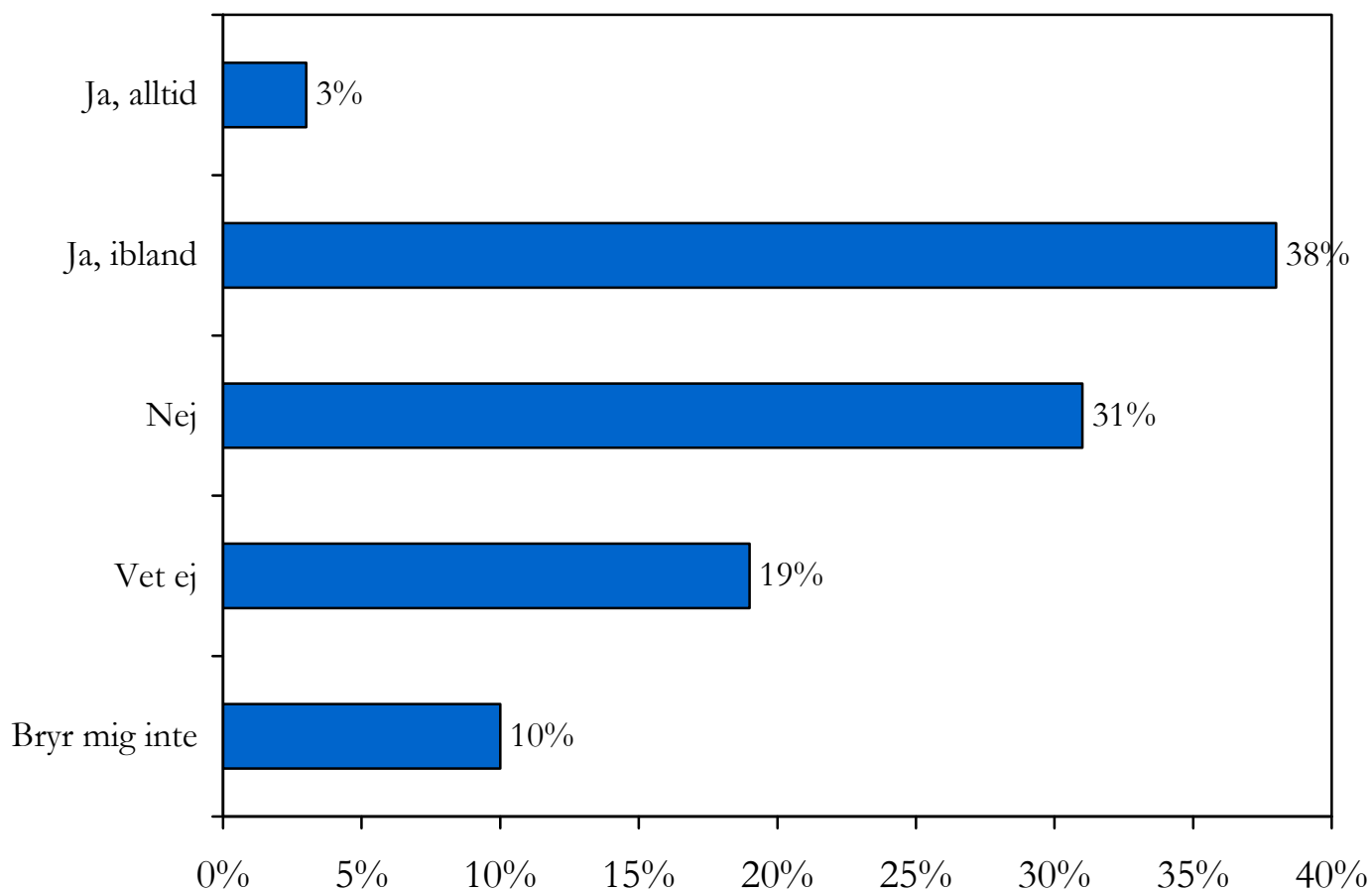
Diagram 2. Vilka (övriga) faktorer är viktiga för dig när du väljer kosmetika/hudvårdsprodukter?



Sundsvalls konsumenter försiktigt positiva till ”naturliga” påståenden.

Mer än 40 procent av de tillfrågade konsumenterna tror på påståenden om naturliga ingredienser i någon grad. Drygt en tredjedel av (31 procent) är skeptisk till hudvårdsprodukter som heter något på ”bio-” ”eko-” eller ”natur-” - de tror inte på märkningen. Nästan lika många (29 procent) har ingen åsikt om frågan.

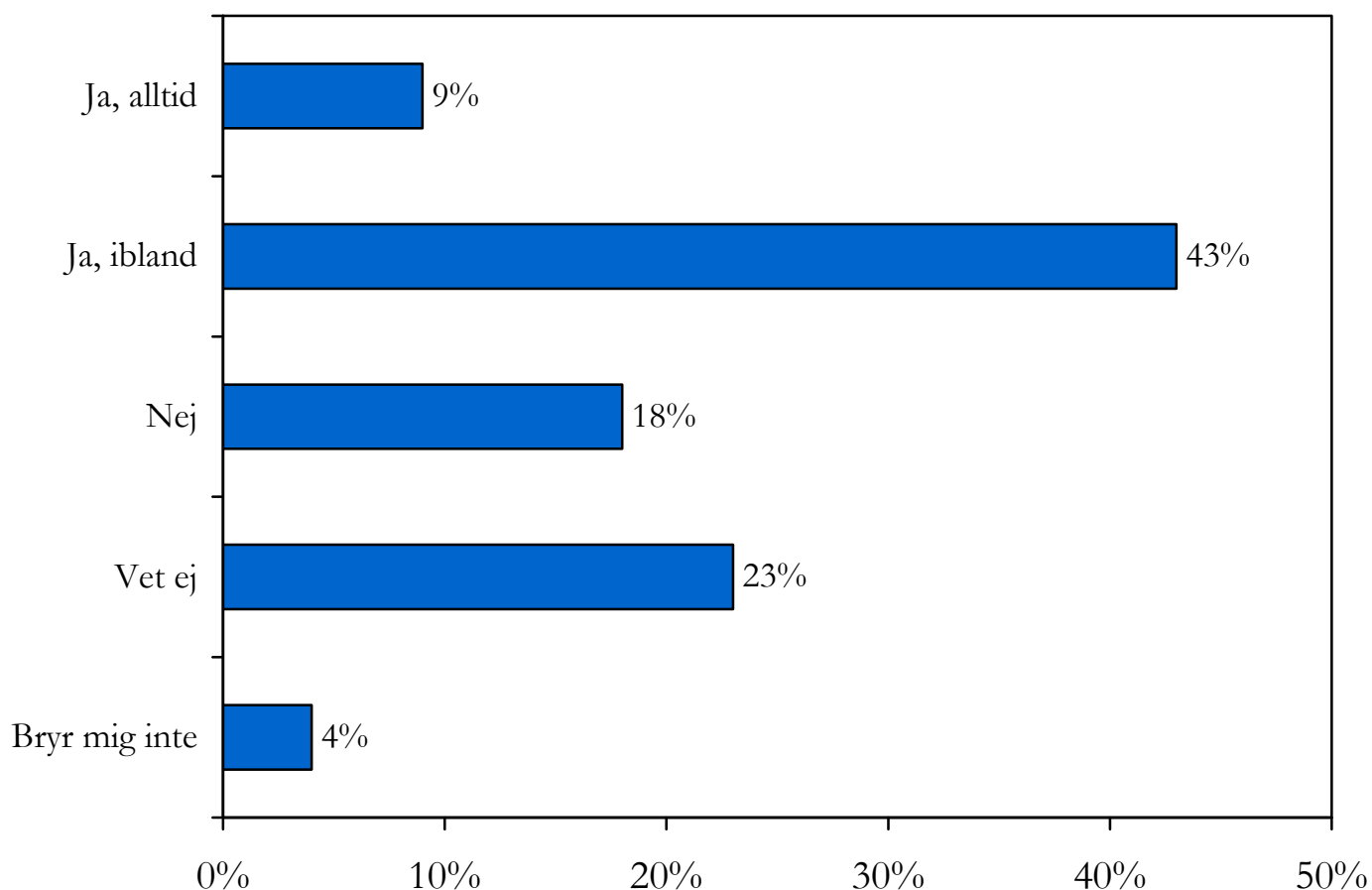
Diagram 3. Många hudvårdsprodukter heter numera något på ”bio-” ”eko-” eller ”natur-”. Tror du på den märkningen?



Osäkerheten är stor huruvida naturkosmetika är mer skonsam

Det är få (9 procent) som är helt övertygade om att naturkosmetiska produkter är skonsammare än vanlig kosmetika. Över 40 procent tror att de är skonsammare ibland. Strax under en femtedel (18 procent) tror inte att naturkosmetik är skonsammare, medan något fler (23 procent) anger att de inte vet. Detta gör fråga 9, tillsammans med fråga 10, till de två frågor i enkäten där deltagarna är mest osäkra.

Diagram 4. Tror du att naturkosmetiska produkter är skonsammare för dig än vanlig kosmetika?

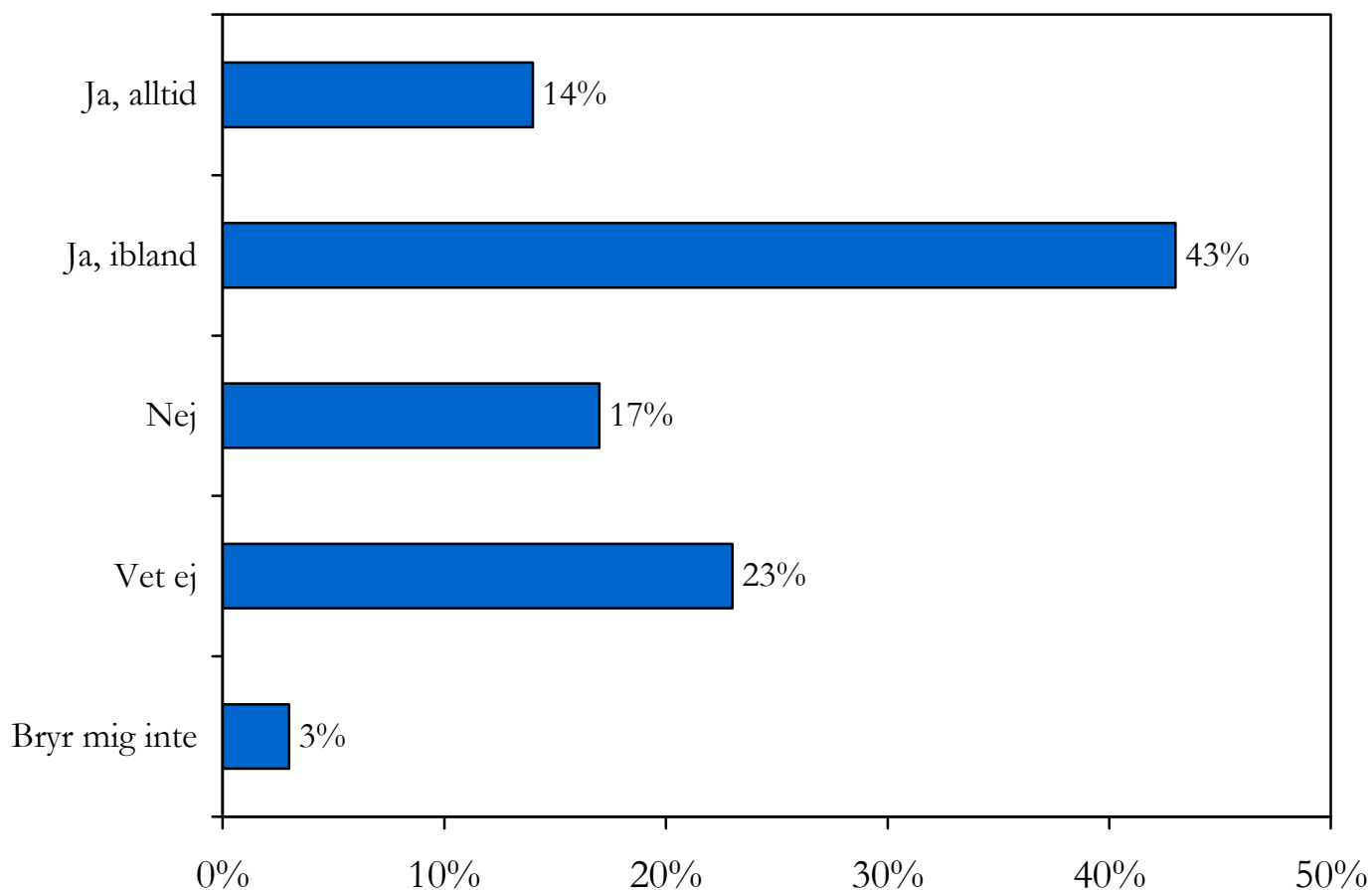


Något större tilltro till skonsam miljöpåverkan

Något mer säker är man på att naturkosmetik är skonsammare för miljön än vanlig kosmetika.

Där är det 14 procent som svarar ”ja alltid” och återigen svarar 43 procent ”ja, ibland”. Ungefär lika många som i förra frågan (17 procent) är negativa till påståendet.

Diagram 5. Tror du att naturkosmetiska produkter är skonsammare för miljön än vanlig kosmetika?



Redovisning av samtliga frågor och svar

Fråga 1 – Ange kön

Kvinna	67,7%	297
Man	32,3%	142

Fråga 2 – Ange din ålder

<20 år	9,7%	43
20-30 år	10,9%	48
31-40 år	26,4%	116
41-55 år	35%	154
56 -70 år	14,4%	63
> 70 år	3,4%	15

Fråga 3 – Vilken typ av hudvårdsprodukter eller kosmetika köper du regelbundet?

Fuktighetsgivare	62,6%	275
Acnebekämpning	6,3%	28
Rengöring	44,4%	195
Antirynkmedel	12,5%	55
Smink	41,5%	182
Annat*	7,7%	34

* Andra populära produkter var bland annat deodorant och after shave.

Fråga 4 – Påverkar produktens innehåll (varudeklaration) ditt val av kosmetika och hudvård?

ja, alltid	14,6%	64
ja, ibland	45,3%	199
nej	28,2%	124
vet ej	9,3%	41

Fråga 5 – Är personlig rådgivning väsentligt när du köper din produkt?

ja, alltid	10,5%	46
ja, ibland	43,7%	192
nej	39,4%	173
vet ej	5,5%	24

Fråga 6 – Vilka övriga faktorer är viktiga för dig när du väljer kosmetika/hudvårdsprodukter?

Känslan	41,7%	183
Pris	63,5%	279
Vetenskaplig dokumentation	12,1%	53
Miljöpåverkan/ekologisk	17,5%	77
Effekt	43,5%	191
Skonsam mot huden	52,2%	229
Förpackning	8,0%	35
Tillgänglighet	17,1%	75
Märke	16,4%	72

Fråga 7 – Var handlar du kosmetika/hudvårdsprodukter?

Apotek	59,0%	259
Hälsofackbutik	18,7%	82
Varuhus eller kedjebutiker	61,3%	269
Internet	3,2%	14
Dagligvaruhandel	24,4%	107
Tax-Free	15,7%	68
Parfymeri	18,9%	83
Annat*	5,0%	22

* Andra populära platser att handla på var postorder och hudterapeuter.

Fråga 8 - Många hudvårdsprodukter heter numera något på "bio-","eko-" eller "natur-". Tror du på den märkningen?

ja, alltid	3,2%	14
ja, ibland	37,6%	165
nej	30,5%	134
vet ej	19,1%	84
bryr mig inte	9,6%	42

Fråga 9 - Tror du att naturkosmetiska produkter är skonsammare för dig än vanlig kosmetika?

ja, alltid	9,3%	41
ja, ibland	43,1%	189
nej	17,8%	78
vet ej	23,0%	101
bryr mig inte	3,9%	17

Fråga 10 – Tror du att naturkosmetiska produkter är skonsammare för miljön än vanlig kosmetika?

ja, alltid	13,7%	60
ja, ibland	42,8%	188
nej	16,9%	74
vet ej	23,0%	101
bryr mig inte	2,7%	12



Enkäten är framtagen av Svensk Egenvårds hudvårdsgrupp under hösten/vintern 2008/2009. Föreningen Svensk Egenvård organiserar 75 procent av leverantörerna av naturlig hudvård, växtbaserade läkemedel, kosttillskott, och hälsolivsmedel på den svenska marknaden. Läs gärna mer på www.svenskegenvard.se.



Box 6356, 102 35 Stockholm
Tel. 08-545 411 60 info@svenskegenvard.se www.svenskegenvard.se

*Konsumentenkät i Sundsvall och till Konsumentföreningen Stockholms
- Jämförelse av samtliga gemensamma frågor*

Diagram 1. Ange kön. Sundsvall anges i blått och Stockholm i grönt.

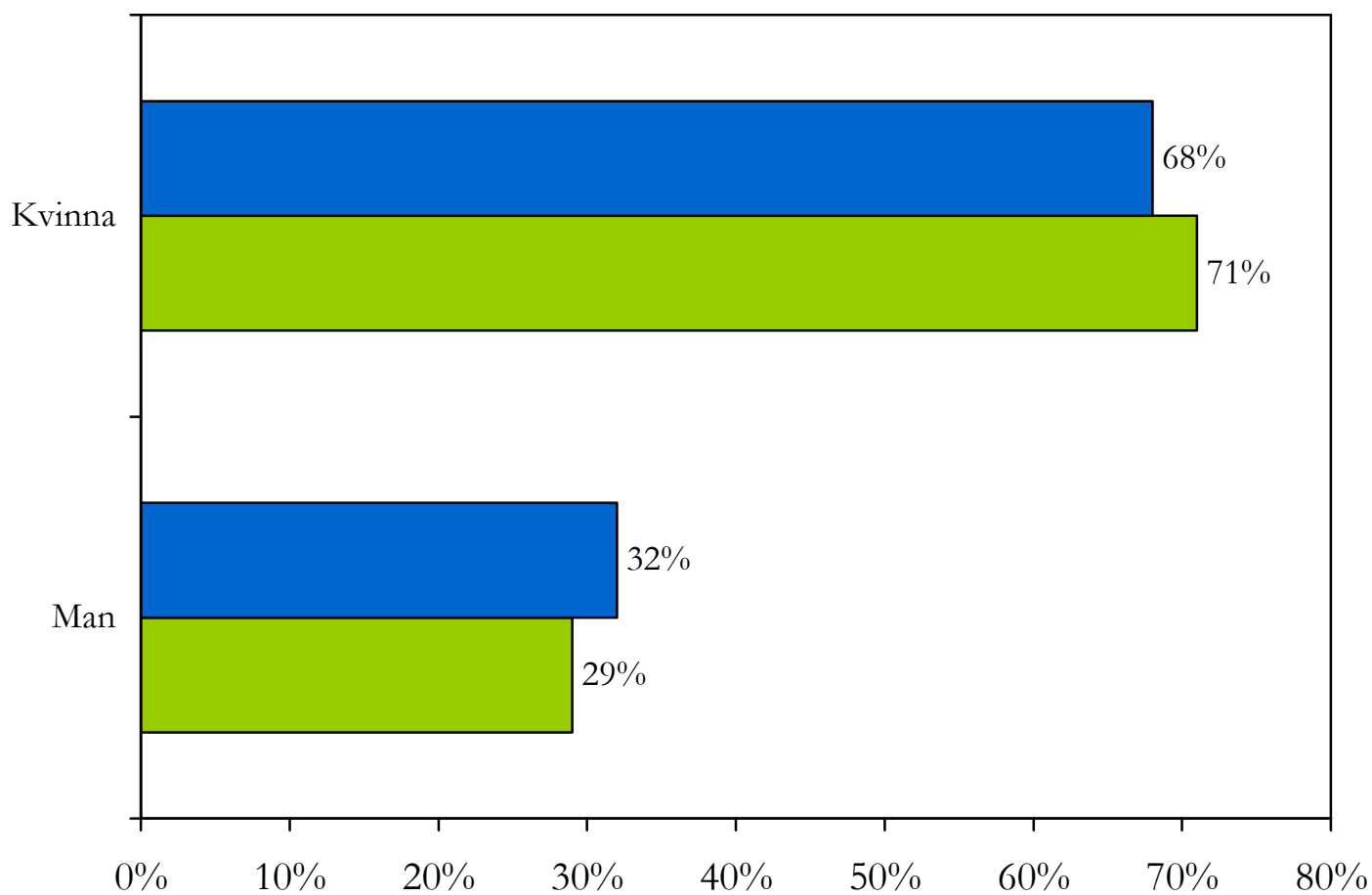


Diagram 2. Ange ålder. Sundsvall anges i blått och Stockholm i grönt.

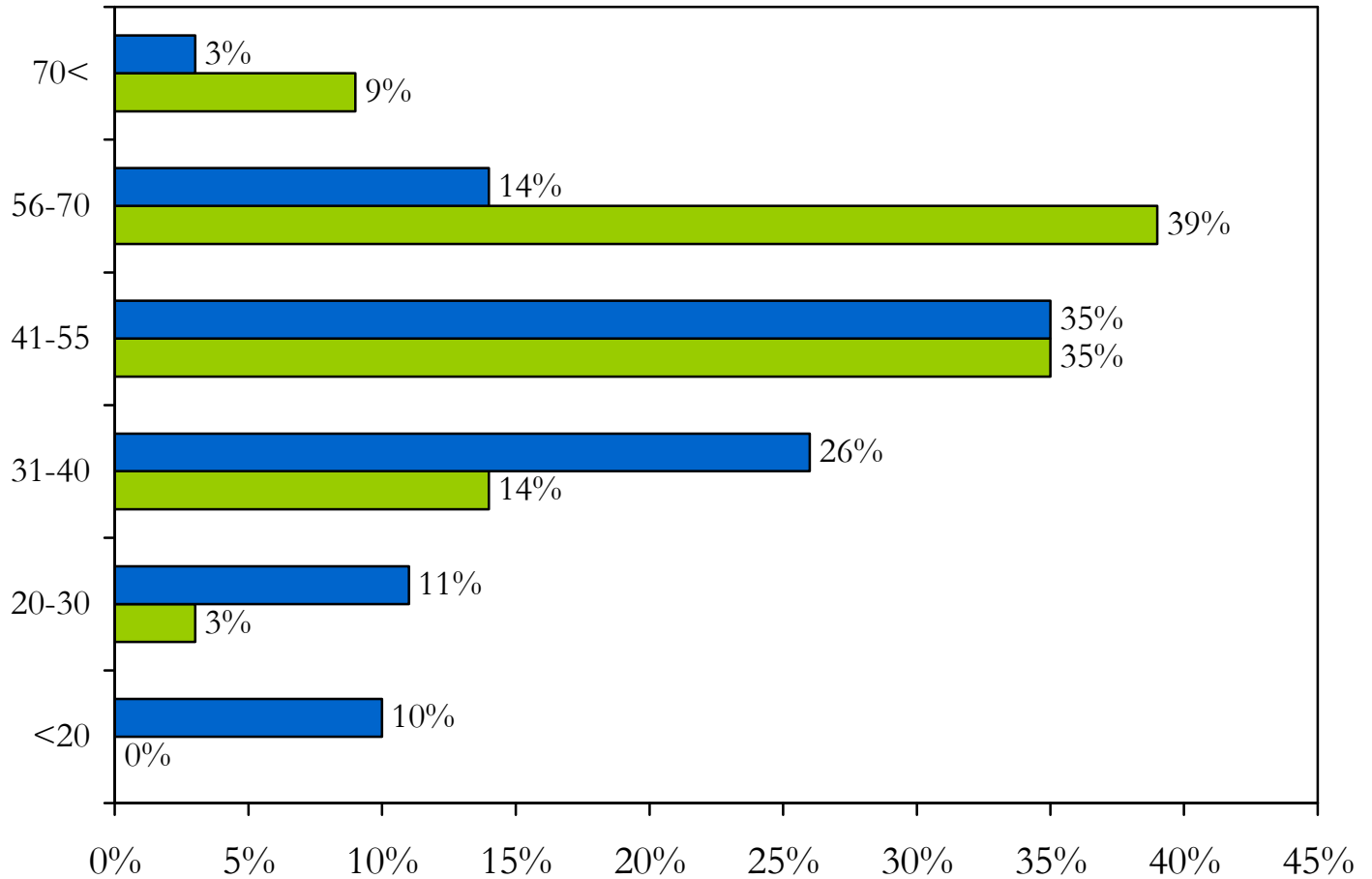
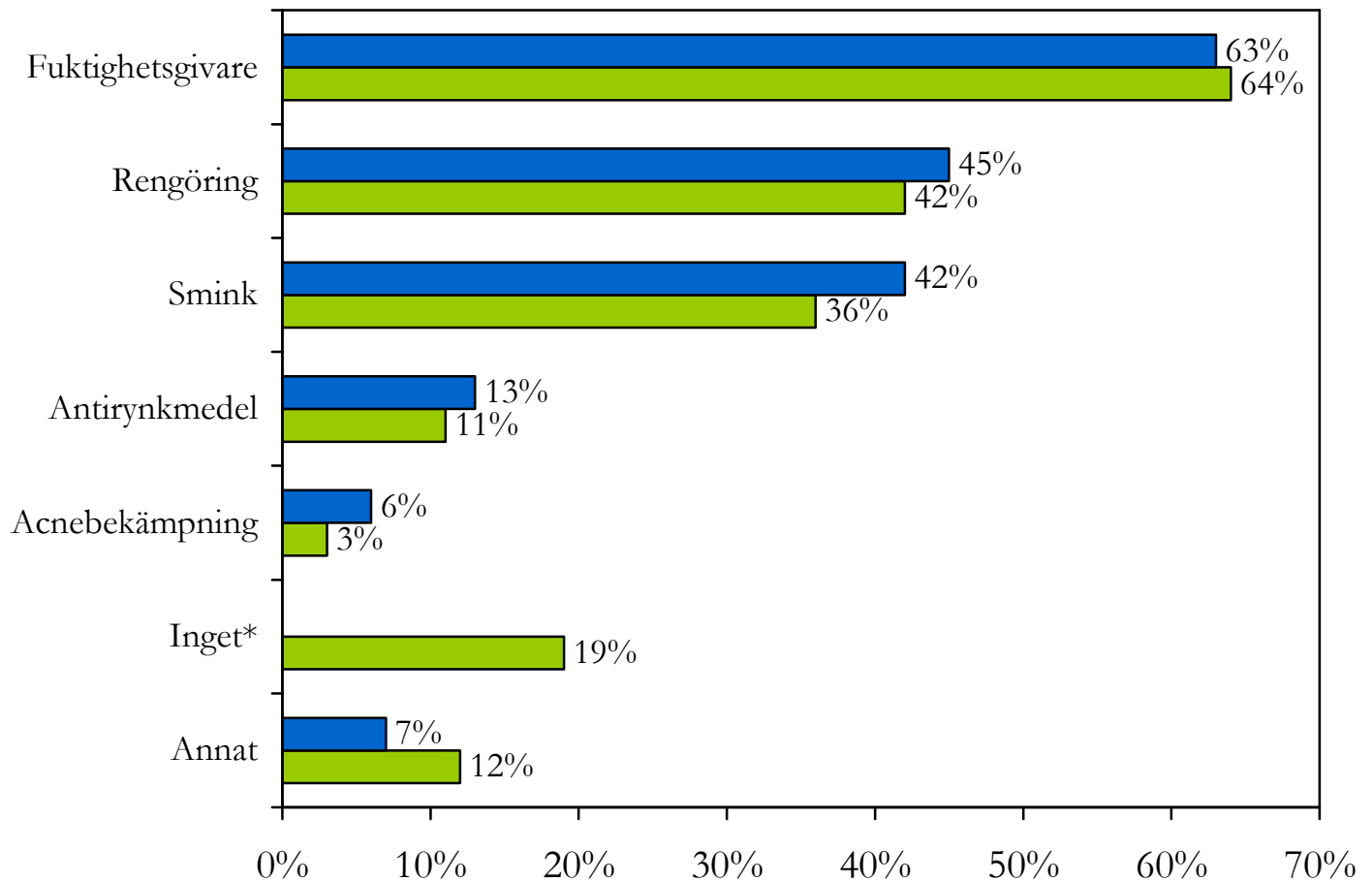


Diagram 3. Vilken typ av hudvårdsprodukter eller kosmetika köper du regelbundet?

Sundsvall anges i blått och Stockholm i grönt.



* Detta alternativ gavs ej till konsumenter i Sundsvall.

Konsumenter i Sundsvall vill veta vad produkterna innehåller (Blå)

15 procent av de som svarade anger att produktens innehåll och varudeklaration alltid påverkar deras inköp av kosmetika och hudvård och ytterligare 45 procent uppger att den gör det ibland. Vilka ingredienser kosmetikan innehåller är således av intresse för en majoritet av de som svarade. 28 procent är inte intresserade och nio procent uppger att de inte vet.

KfS Medlemspanel vill veta vad produkterna innehåller (Grön)

30 procent av de svarande anger att produktens innehåll alltid påverkar deras val av kosmetika eller hudvård och ytterligare 50 procent uppger att det gör det ibland. Vilka ingredienser kosmetikan innehåller är således av intresse för en majoritet av de svarande. 17 procent är inte intresserade och tre procent uppger att de inte vet.

Diagram 4. Påverkar produktens innehåll (varudeklaration) ditt val av kosmetika eller hudvård?

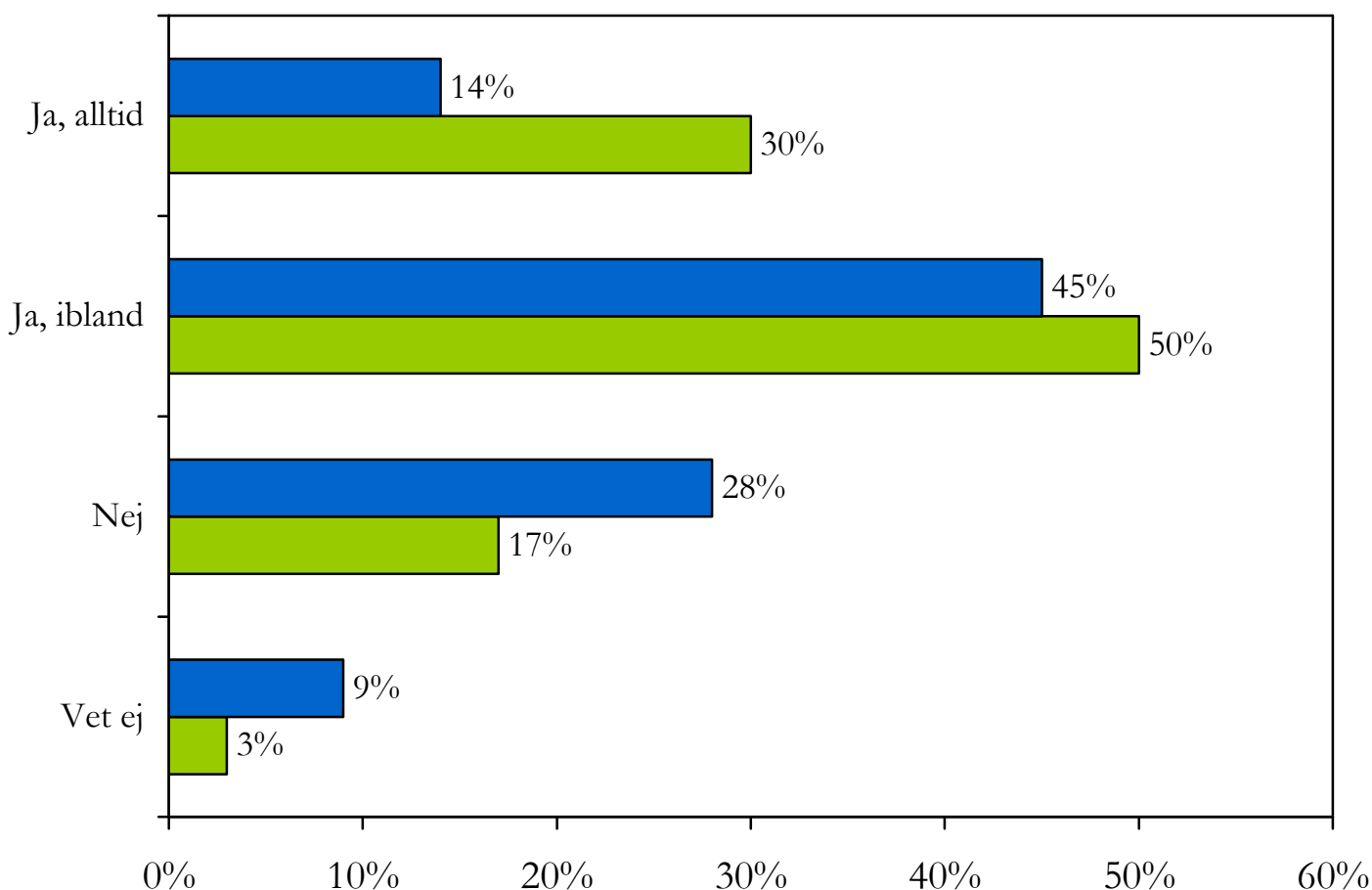
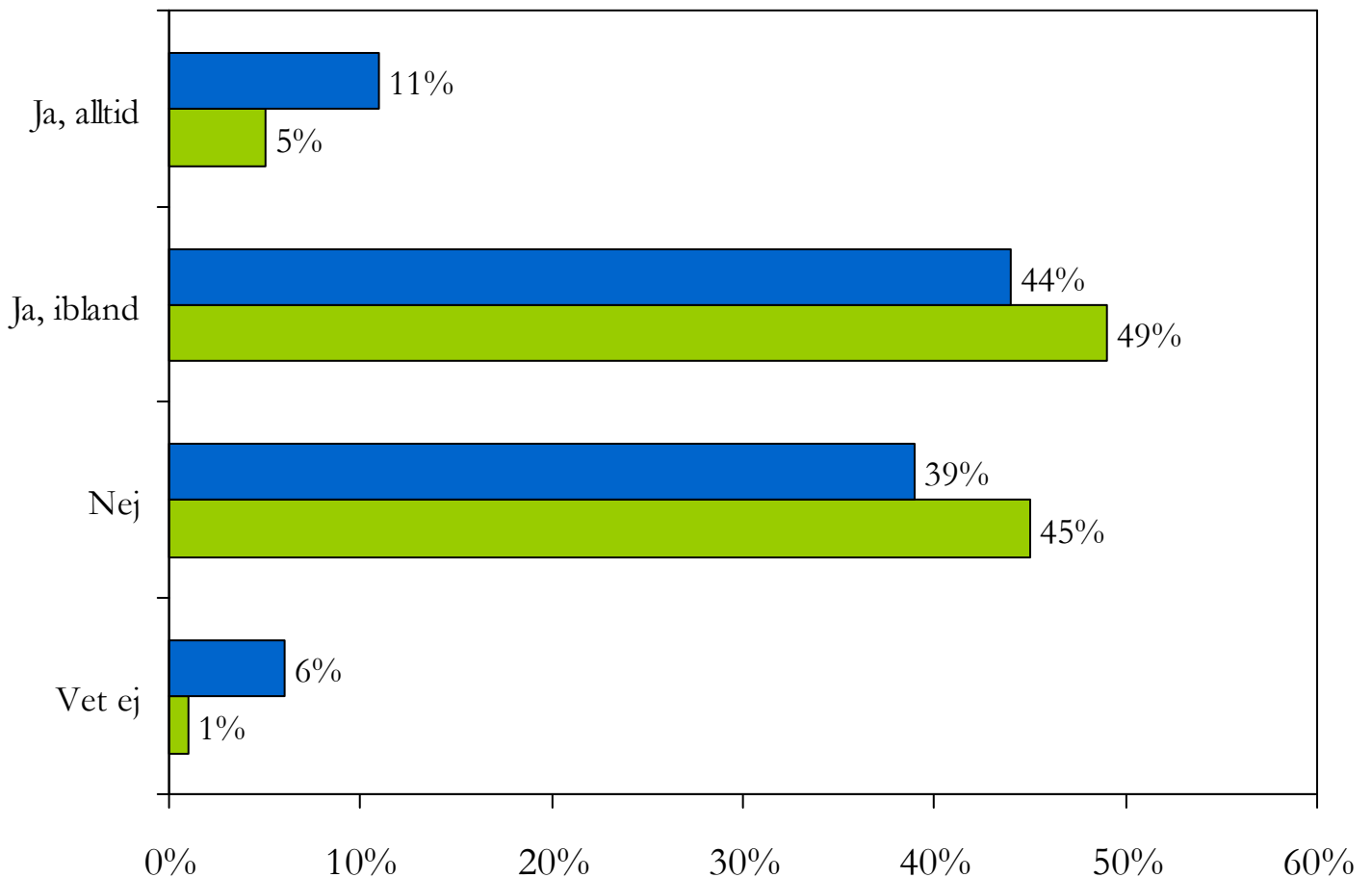


Diagram 5. Är personlig rådgivning väsentlig när du köper din produkt?
Sundsvall anges i blått och Stockholm i grönt.



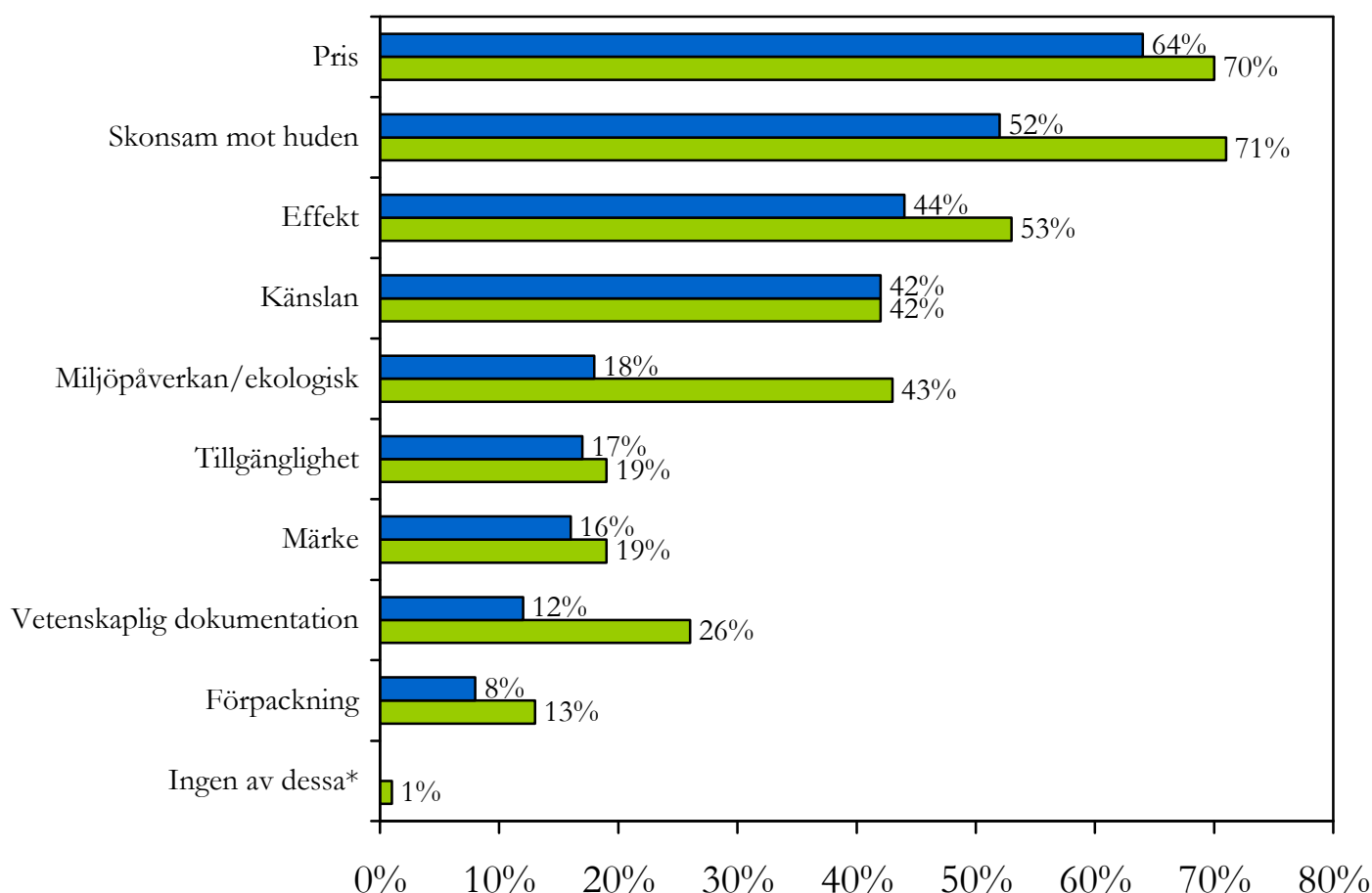
Priset och effekten är viktiga för Sundsvalls konsumenter (Blå)

Priset är den viktigaste faktorn när konsumenterna väljer kosmetika eller hudvårdsprodukt. Cirka 64 procent anger detta. Att produkten ska vara skonsam mot huden är det näst viktigaste, med 52 procent. Även effekt och känsla är viktiga faktorer (44 procent respektive 42 procent)

Priset är viktigt när Medlemspanelen väljer (Grön)

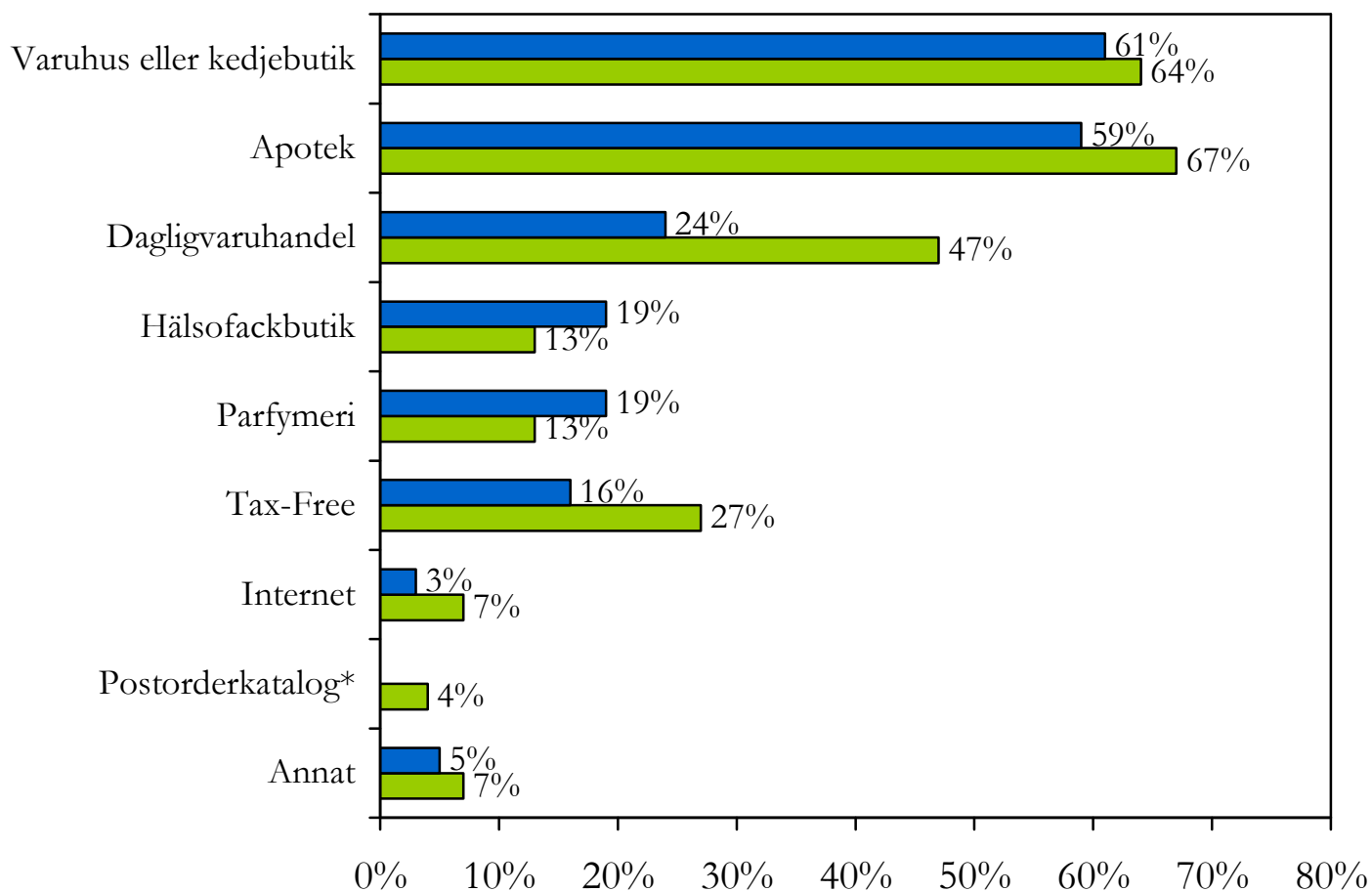
Priset, och att produkten är skonsam för huden, är de viktigaste faktorerna när Medlemspanelen väljer kosmetika eller hudvårdsprodukt. Cirka 70 procent anger detta. Att produkten ska ha effekt kommer på tredje plats (53 procent). Känslan preparatet ger samt miljöpåverkan eller att varan är ekologisk, är viktigt för drygt 40 procent. 26 procent tycker den vetenskapliga dokumentationen är viktig. Tillgänglighet, vilket märke produkten har, och förpackningen anses inte speciellt viktigt.

Diagram 6. Vilka (övriga) faktorer är viktiga för dig när du väljer kosmetika/hudvårdsprodukter?



* Detta alternativ gavs ej till konsumenter i Sundsvall.

Diagram 7. Var handlar du kosmetika/hudvårdsprodukter?
 Sundsvall anges i blått och Stockholm i grönt.



* Detta alternativ gavs ej till konsumenter i Sundsvall.

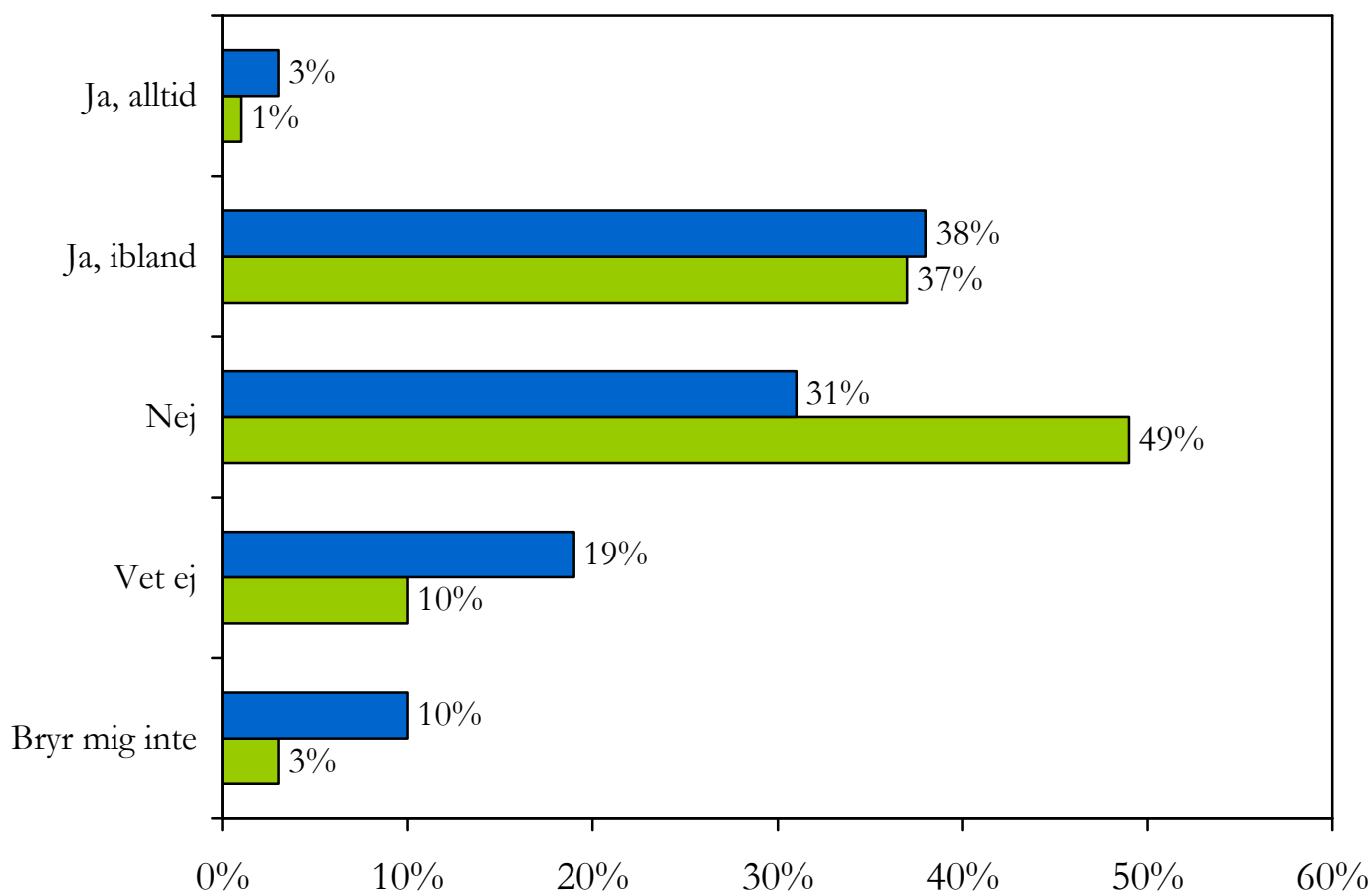
Sundsvalls konsumenter försiktigt positiva till ”naturliga” påståenden. (Blå)

Mer än 40 procent av de tillfrågade konsumenterna tror på påståenden om naturliga ingredienser i någon grad. Drygt en tredjedel av (31 procent) är skeptisk till hudvårdsprodukter som heter något på ”bio-” ”eko-” eller ”natur-” - de tror inte på märkningen. Nästan lika många (29 procent) har ingen åsikt om frågan.

Medlemspanelen är skeptisk till miljöpåståenden och märkning (Grön)

Nästan hälften av Medlemspanelen (49 procent) är skeptisk till hudvårdsprodukter som heter något på ”bio” ”eko” eller ”natur” - de tror inte på märkningen. 37 procent uppger att de tror på märkningen ibland. Endast någon procent har stor tilltro till märkningen.

Diagram 8. Många hudvårdsprodukter heter numera något på ”bio-” ”eko-” eller ”natur-”. Tror du på den märkningen?



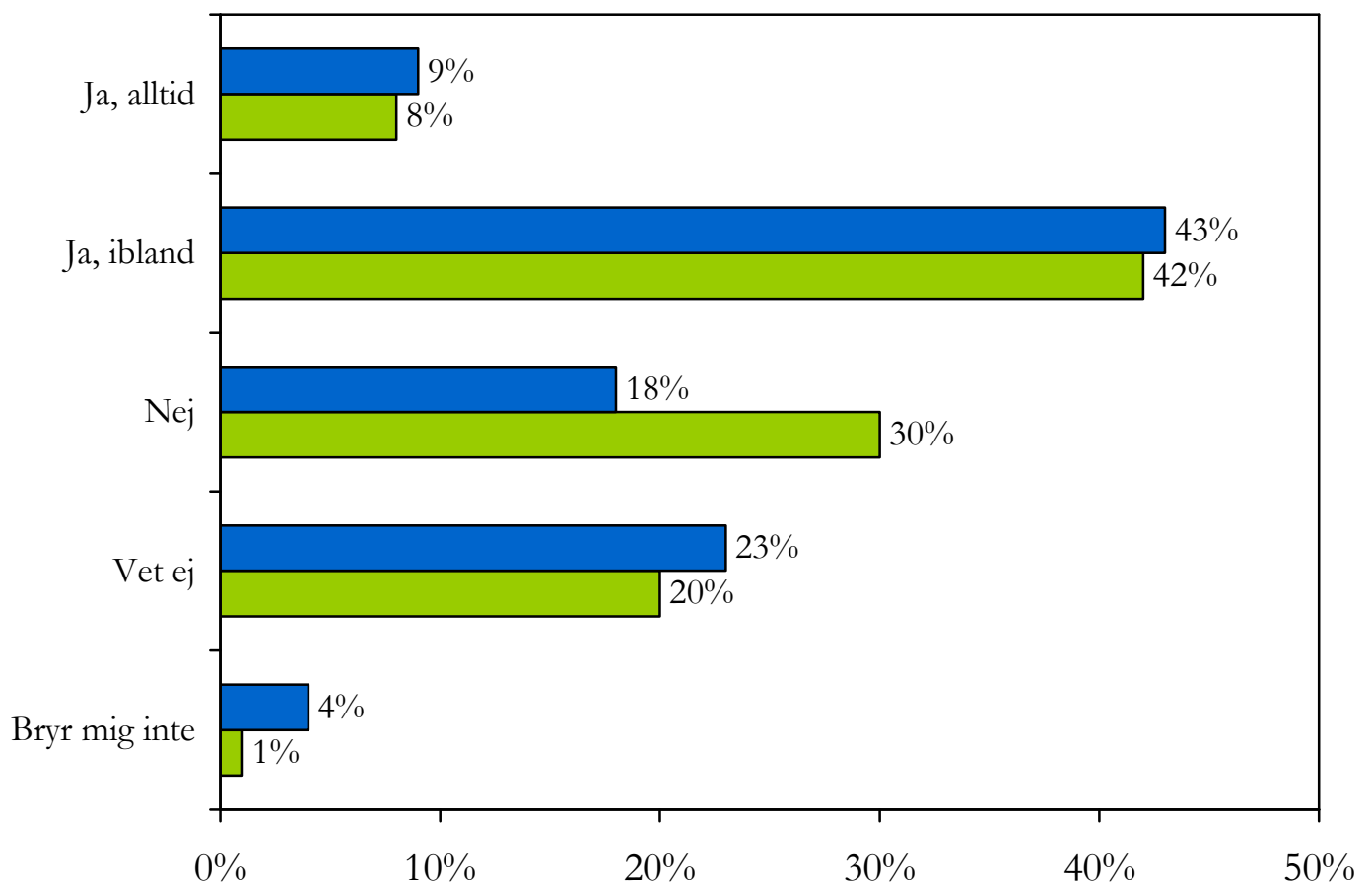
Osäkerheten är stor huruvida naturkosmetika är mer skonsam (Blå)

Det är få (9 procent) som är helt övertygade om att naturkosmetiska produkter är skonsammare än vanlig kosmetika. Över 40 procent tror att de är skonsammare ibland. Strax under en femtedel (18 procent) tror inte att naturkosmetik är skonsammare, medan något fler (23 procent) anger att de inte vet. Detta gör fråga 9, tillsammans med fråga 10, till de två frågor i enkäten där deltagarna är mest osäkra.

Osäkerheten är stor huruvida naturkosmetika är mer skonsam (Grön)

Det är få (8 procent) som är helt övertygade om att naturkosmetiska produkter är skonsammare för dem än vanlig kosmetika. Drygt 40 procent tror att de är skonsammare ibland. Det kan tolkas som om att man tror att vissa varumärken är skonsammare, inte andra. Nästan en tredjedel svarar nej på frågan och en femtedel anger att de inte vet. Osäkerheten är således stor.

Diagram 9. Tror du att naturkosmetiska produkter är skonsammare för dig än vanlig kosmetika?



Något större tilltro till skonsam miljöpåverkan

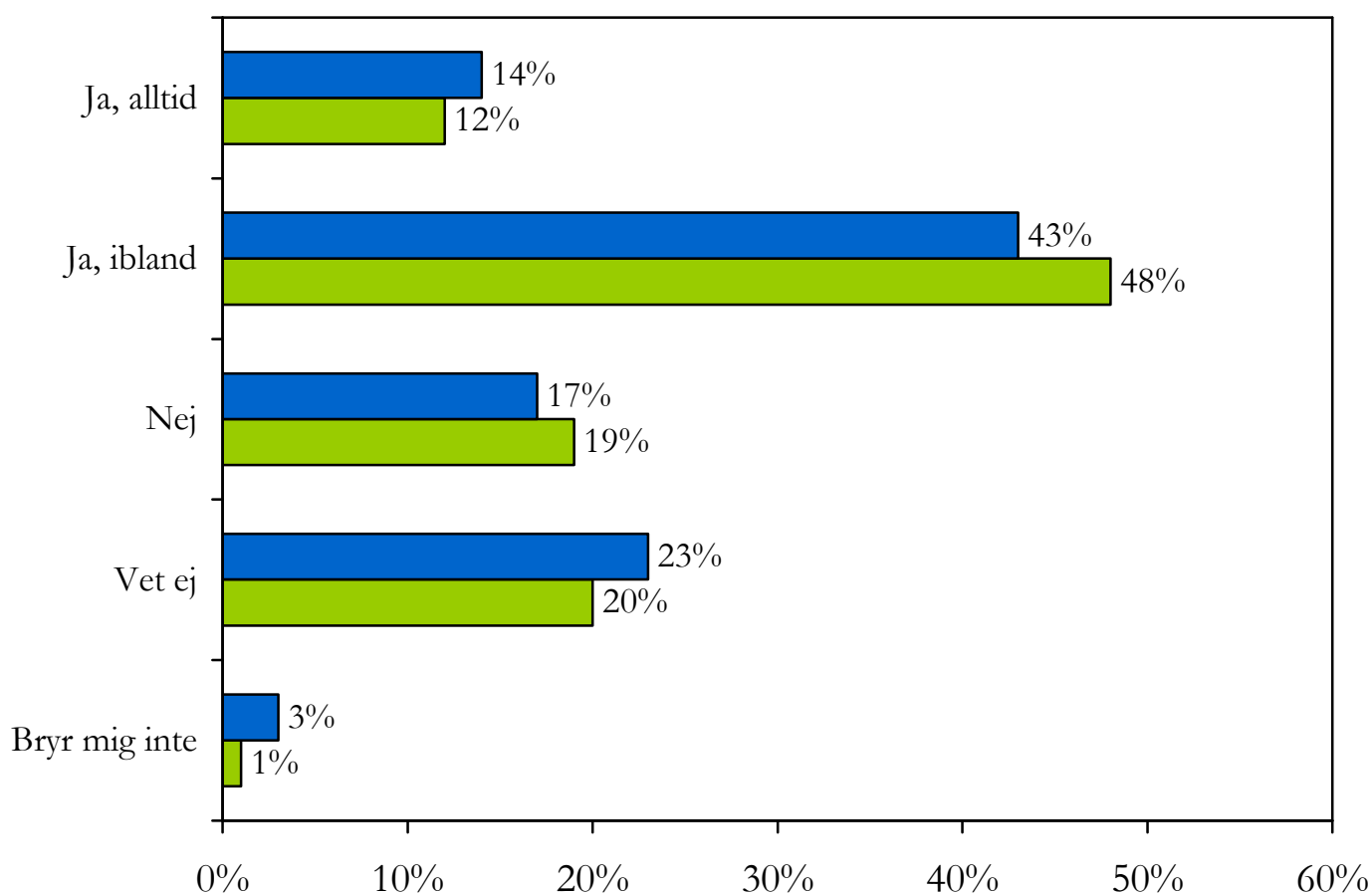
Något mer säker är man på att naturkosmetik är skonsammare för miljön än vanlig kosmetika.

Där är det 14 procent som svarar ”ja alltid” och återigen svarar 43 procent ”ja, ibland”. Ungefär lika många som i förra frågan (17 procent) är negativa till påståendet.

Något större tilltro till positiva miljöeffekter än skonsamhet för huden

Något mer säker är man på att naturkosmetik är skonsammare för miljön än vanlig kosmetika. Där är det 12 procent som svarar ”ja alltid” och ytterligare 48 procent svarar ”ja, ibland”. Cirka 20 procent tror inte att naturkosmetik är skonsammare mot miljön och 20 procent uppger att de inte vet.

Diagram 10. Tror du att naturkosmetiska produkter är skonsammare för miljön än vanlig kosmetika?



Tack till kunder på Birsta City i Sundsvall och till Konsumentföreningen Stockholms medlemspanel.

Mer information om Konsumentföreningen Stockholm kan hittas på www.konsumentforeningenstockholm.se eller fås genom att ringa 08-714 39 60 eller skriva till info@konsumentforeningenstockholm.se