

Forbrukeroppfatninger om fôringredienser til laks



Illustrasjon: Helge Skodvin (Nofima)

Nofima er et ledende matforskningsinstitutt som driver med forskning og utvikling for akvakulturnæringen, fiskerinæringen og matindustrien. Vi leverer internasjonal anerkjent forskning og løsninger som gir næringslivet konkurransefortrinn langs hele verdikjeden.

"Bærekraftig mat til alle" er vår visjon.

Kontaktinformasjon

Telefon: 77 62 90 00

post@nofima.no

www.nofima.no

NO 989 278 835 MVA



Hovedkontor Tromsø

Muninbakken 9–13

Postboks 6122

NO-9291 Tromsø



Stavanger

Måltidets hus

Richard Johnsen gate 4

Postboks 8034

NO-4068 Stavanger



Sunnalsøra

Sjølsengvegen 22

NO-6600 Sunndalsøra



Ås

Osloveien 1

Postboks 210

NO-1433 ÅS



Bergen

Kjerreidviken 16

Postboks 1425 Oasen

NO-5844 Bergen

Rapport

<i>Rapportnummer:</i> 10/2026	<i>ISBN:</i> 978-82-8296-860-7	<i>ISSN:</i> 1890-579X
<i>Dato:</i> 18. februar 2026	<i>Antall sider + sider vedlegg:</i> 16 + 4	<i>Prosjektnummer:</i> 14377
<i>Tittel:</i> Forbrukeroppfatninger om fôringredienser til laks		
<i>Title:</i> Consumer perceptions of feed ingredients for salmon		
<i>Forfatter(e):</i> Florent Govaerts & Morten Heide		
<i>Avdeling:</i> Markedsforskning		
<i>Oppdragsgiver:</i> Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfinansiering (FHF)		
<i>Eksternt prosjektnummer/Oppdragsgivers ref.:</i> 901967		
<i>Stikkord:</i> Forbrukeroppfatninger, kyllingmel, insektmel, alger, laks, Frankrike, Storbritannia		
<i>Sammendrag/anbefalinger:</i> Studien ser på hvordan forbrukere oppfatter laksefôr og hvordan ulike ingredienser påvirker holdninger, aksept og vilje til å spise laks. Undersøkelsen ble gjort i Frankrike og Storbritannia med over 1 000 deltakere. Resultatene viser at mange har en viss idé om hva laks spiser, men mangler kunnskap om den faktiske fôrsammensetningen, spesielt den store andelen plantebaserte råvarer. Misoppfatninger om antibiotika vedvarer, selv om bruken er minimal. Når fôringredienser ikke oppgis, vurderes laksen mer positivt, mens spesifikke ingredienser ofte gir mer negative reaksjoner. Fisk, alger og planter oppfattes som naturlige og sunne, insekter gir blandede reaksjoner, og kylling vekker sterk skepsis og assosieres med unaturlighet og avsky. Studien viser at åpenhet om fôr er viktig, men må kombineres med god og tillitsskapende kommunikasjon. Nye ingredienser som kyllingmel krever særlig oppmerksomhet for å redusere skepsis og øke aksept.		
<i>English summary/recommendation:</i> The study examines how consumers perceive salmon feed and how different ingredients influence attitudes, acceptance, and willingness to eat salmon. The survey was conducted in France and the United Kingdom with over 1,000 participants. The results show that many consumers have a general idea of what salmon eats but lack knowledge about the actual feed composition, especially the large proportion of plant-based ingredients. Misconceptions about antibiotics persist, despite their limited use. When feed ingredients are not disclosed, salmon is evaluated more positively, whereas specific ingredients often trigger negative reactions. Fish, algae, and plants are seen as natural and healthy; insects receive mixed reactions, particularly in France; and chicken elicits strong scepticism, associated with unnaturalness and disgust. The study highlights that transparency about feed is important, but must be combined with clear and trust-building communication. New ingredients such as poultry meal require special attention to reduce scepticism and increase acceptance.		

Forord

Prosjektet ble finansiert av Fiskeri- og havbruksnæringens forskningsfinansiering (FHF) og hadde et totalbudsjett på 18,1 millioner kroner. Av dette ble 14,6 millioner dekket av FHF, mens resten var egeninnsats fra MOWI og Nutrimar. Prosjektet startet i oktober 2024 og er planlagt avsluttet i september 2027. Det er forskerstyrt og gjennomføres som et samarbeid mellom Nofima, Land møter hav, MOWI og Nutrimar.

Innhold

1	Bakgrunn	1
2	Metode	2
2.1	Valg av markedet	2
2.2	Forbrukerundersøkelse	2
2.3	Spørreskjema	2
2.4	Data-analyse	3
3	Resultater	5
3.1	Hva spiser laksen? Åpent spørsmål	5
3.2	Forbrukernes kvalitative oppfatning av ingredienser i laksefôr	6
3.2.1	Kyllingingredienser	6
3.2.2	Fiskeingredienser	7
3.2.3	Algeingredienser	7
3.2.4	Plantebaserte ingredienser	7
3.2.5	Insektingredienser	8
3.3	Forbrukernes kvantitative oppfatninger av ulike ingredienser i laksefôr	8
3.3.1	Opplevd sunnhet, miljøvennlighet og akseptabilitet	8
3.3.2	Forbrukernes holdninger og intensjoner	11
4	Diskusjon og implikasjoner	13
5	Referanser	16
	Vedlegg	i

1 Bakgrunn

Innen 2034 må alt fôr til oppdrettsfisk komme fra bærekraftige kilder. For å øke Norges selvforsyning i lakseproduksjon skal andelen av norskproduserte råvarer i fôret øke fra 8 % til 25 % (Regjeringen.no, 2024). Derfor utgjør identifisering av bærekraftige proteinkilder produsert i Norge en utfordring for havbruksnæringen.

I 2020 var soyaproteinkonsentrat den primære proteinkilden for norsk oppdrettslaks, hovedsakelig importert fra Sør-Amerika (Brasil). Bruken av soyaprotein i laksefôr kritiseres ofte for sine indirekte miljøpåvirkninger, som avskoging av regnskog. Ulike alternative proteinkilder har blitt vurdert, inkludert alger, insekter, sopp og bearbeidet animalsk protein (PAP). Dette prosjektet fokuserer på bruk av kyllingmel, et restråstoff fra kyllingproduksjon som proteinkilde i fôr. Kyllingmel er et proteinrikt produkt fremstilt av kyllingskrog, altså det som er igjen etter at de mest verdifulle delene, som fileter, er fjernet. Råmaterialet kokes, tørkes og males til et pulver, som brukes som ingrediens iblant annet i fôr til oppdrettsfisk og husdyr. Ved å utnytte hele dyret bidrar man til å redusere matsvinn. Produksjonen av kyllingmel i EU er estimert til 0,5 millioner tonn årlig, hovedsakelig brukt i kjæledyrfôr (Woodgate et al., 2022). Å omdirigere kyllingmel fra kjæledyrfôr til laksefôr kan støtte oppdrettsnæringens arbeid med å utvikle mer bærekraftig, sirkulært og lokalt produsert laksefôr. Bruken av kyllingingredienser i laksefôr møter imidlertid på utfordringer, inkludert forbrukernes aksept.

Forbrukere verdsetter laks høyt for kvalitet, smak og helsemessige fordeler (Onozaka et al., 2023). Men kan deres oppfatning av laks endre seg dersom de oppdager at den har fått fôr som inneholder kyllingingredienser? Så langt er forskning på forbrukeroppfatninger av nye fôringredienser begrenset. De fleste studier har fokusert på forbrukeraksept av insekter som fôringrediens. Studier har vist blandet aksept for insektbasert fôr, fra 90 % positiv til 52 % negativ, påvirket av faktorer som neofobi (frykt for det nye og ukjente), avsky, hvor kjent en fôringrediens er og individuelle trekk (f.eks. kjønn, alder og åpenhet for nye matvarer) (Popoff et al., 2017). Det er et tydelig behov for studier om forbrukeraksept, betalingsvillighet, opplevde fordeler og ulemper, samt psykologiske faktorer som påvirker aksept av ulike nye fôringredienser. For øyeblikket finnes det ingen forskning på hvordan europeiske forbrukere oppfatter kyllingingredienser i laksefôr.

Dette prosjektet har som hovedmål å legge til rette for økt utnyttelse av kyllingrestprodukter i fôr til laks. Dette vil bli oppnådd gjennom følgende delmål:

- 1) Utvikle prosesser og seleksjonskriterier for kyllingmel som sikrer god biologisk kvalitet.
- 2) Kartlegge forbrukerholdninger til laks fôret med kyllingmel og måle effekten av relevant informasjon om laksefôr til forbrukerne.
- 3) Dokumentere eventuelle effekter av langtidsfôring med kyllingmel på fiskens ytelse, helse og slaktekvalitet.

Denne rapporten retter seg inn mot delmål 2 i prosjektet og har som målsetting å kartlegge forbrukerholdninger til ulike fôringredienser til laks, med særlig fokus på kyllingmel. Denne rapporten har følgende målsettinger:

- 1) Å kartlegge forbrukernes oppfatninger om hva oppdrettslaks spiser.
- 2) Undersøke hvilke assosiasjoner forbrukere har til ulike ingredienser som inngår i laksefôr, samt analysere deres meninger, oppfatninger, holdninger og intensjoner knyttet til laks fôret med kyllingingredienser. Videre sammenlignes disse vurderingene med forbrukerresponsen til fire andre fôringredienser: fisk, alger, plantebaserte kilder og insekter.

2 Metode

2.1 Valg av markedet

I samråd med prosjektdeltagerne og referansegruppen ble to europeiske markeder valgt ut, Frankrike og Storbritannia. Frankrike og Storbritannia er to viktige laksemarkeder i Europa. Frankrike representerer det tredje største eksportmarkedet for norsk laks etter Polen og USA. Samtidig er dette det største europeiske konsummarkedet for norsk laks, med en totaleksport på omtrent 100 000 tonn i 2024 (Kilde: Sjømatrådet). Norge har en dominerende posisjon med 68 % markedsandel. Storbritannia er det 8. største eksportmarkedet, med en totaleksport fra Norge på omtrent 60 000 tonn. Storbritannia er et meget interessant marked fordi det både er en stor produsent av atlantisk laks og et viktig konsummarked. Skottland er en av Europas ledende regioner for lakseoppdrett, og hvor laks fortsatt er den mest populære fisken blant britiske forbrukere.

2.2 Forbrukerundersøkelse

Denne studien er basert på et representativt utvalg av franske (n = 542) og britiske forbrukere (n = 548) rekruttert av et internasjonalt datainnsamlings- og analysebyrå (Opinion). Alle deltakerne var over 18 år. Undersøkelsen ble gjennomført ved hjelp av et nettbasert spørreskjema. Det ble anvendt to filtreringsspørsmål; "Har du spist laks minst en gang de siste seks månedene?" og "Er du ansvarlig for minst halvparten av innkjøp av mat til din husholdning?". Respondenter som svarte ja på begge disse spørsmålene, kunne delta i undersøkelsen. Filtreringsspørsmål ble anvendt for å unngå respondenter som ikke har erfaring eller kunnskap om laks, både når det gjelder konsum og innkjøp. På denne måten sikret man seg at man fikk relevante svar av god kvalitet.

Spørreskjemaet ble distribuert i to separate runder for å redusere risikoen for såkalte 'carry-over-effekter' (overføringseffekter), der svar på ett spørsmål kan påvirke responsen på etterfølgende spørsmål. Slike effekter kan oppstå dersom tidligere spørsmål, for eksempel om assosiasjoner til kyllingmel som ingrediens i laksefôr, påvirker senere vurderinger av generelle holdninger til laks. Dette kan redusere studiens validitet og pålitelighet. For å motvirke slike effekter ble det innført et tidsintervall på én måned mellom spørsmålsrundene med potensiell overføringseffekt, slik at påvirkningen fra tidligere spørsmål kunne unngås før neste runde. Det første spørreskjemaet tok 5–7 minutter å fullføre. Det andre tok mellom 8 og 15 minutter å fullføre. Bare data fra deltakere som fullførte begge spørreskjemaene ble analysert og rapportert.

I Frankrike deltok 542 respondenter i alderen 19–83 år (gjennomsnittsalder 53,6 år), med 44 % menn og 56 % kvinner. Franske forbrukere spiste i gjennomsnitt laks 2–3 ganger per måned.

I Storbritannia deltok 548 respondenter i alderen 18–89 år (gjennomsnittsalder 52,29 år), med 45 % menn og 55 % kvinner. Britiske forbrukere spiste laks i gjennomsnitt 2–3 ganger per måned.

2.3 Spørreskjema

Måleinstrumentene ble hentet fra tidligere studier og tilpasset den aktuelle forskningskonteksten. Undersøkelsen inkluderte som tidligere nevnt to spørreskjemaer på ulike tidspunkter. Det første spørreskjemaet inneholdt åpne og lukkede spørsmål med fokus på laksekonsum, holdninger, oppfatninger, og intensjoner. Det andre spørreskjemaet besto av lukkede spørsmål, og inkluderte vurderinger av laks føret med fem ulike ingredienser: kylling, fisk, alger, planter og insekter.

En utforskende tilnærming med åpne spørsmål ble brukt for å undersøke forbrukernes oppfatninger om laksefôr og oppfatning av ingredienser brukt i laksefôr. Åpne spørsmål sikrer at forbrukernes egne tanker og assosiasjoner til temaet fanges opp uten å bli formet av forhåndsdefinerte kriterier. Dette er spesielt

viktig når man forsøker å forstå forbrukerreaksjoner i ukjente situasjoner (Altintzoglou et al., 2018). For denne studien spurte vi forbrukerne: Hva tror du laks spiser? Og hva tror du oppdrettslaks spiser? Vi spurte også hva forbrukerne assosierte med laks som har fått fôr med fem ingredienser: fisk, alger, plante, insekt og kylling.

Holdning til å spise laks fôret med de fem ulike fôringrediensene ble vurdert ved hjelp av tre utsagn, alle innledet med formuleringen "Å spise laks som har fått fôr med fiske-, plante- osv. ingredienser er...". Respondentene ble bedt om å rangere hvert element på en 7-punkts semantisk differensialskala (svært dårlig/svært bra, svært skadelig/svært gunstig, og svært ubehagelig/svært behagelig). Disse elementene er hentet fra Fishbein & Ajzen, (2010). Vi målte også forbrukernes holdning til det å spise laks (uten noe informasjon om fôr) ved hjelp av samme semantiske differensialskala.

På samme måte evaluerte vi forbrukernes oppfatning av sunnhet, miljøpåvirkning og akseptabilitet for laks fôret med hver av fôringrediensene. For å oppnå dette ba vi respondentene rangere hver ingrediens på tre bipolare dimensjoner ved hjelp av en 7-punkts semantisk differensialskala (1 = svært usunt/7 = svært sunt, 1 = svært skadelig for miljøet/7 = svært miljøvennlig, og 1 = svært uakseptabelt/7 = svært akseptabelt). Elementene ble tilpasset fra Govaerts & Olsen (2023). Vi brukte også den samme semantiske differensialskalaen for å måle forbrukernes oppfatning av laksens sunnhet, miljøpåvirkning og aksept til laks (uten informasjon om fôr).

Vi brukte fire elementer tilpasset fra tidligere studier for å måle forbrukernes intensjon om å spise laks som har fått fôr med kylling-, fisk-, alge-, plantebaserte- og insektingredienser (Fishbein & Ajzen, 2010; Govaerts & Altintzoglou, 2024; Honkanen et al., 2005) på en Likert-skala fra 1 (helt uenig) til 7 (helt enig). For hver ingrediens ble intensjonen målt ved hjelp av følgende fire utsagn: "Jeg vurderer å spise laks som har fått fôr med (ingrediens) i løpet av det kommende året", "Jeg forventer å spise laks som har fått fôr med (ingrediens) i løpet av det kommende året", "Jeg planlegger å spise laks som har fått fôr med (ingrediens) i løpet av det kommende året", og "Jeg vil prøve å spise laks som har fått fôr med (ingrediens) i løpet av det kommende året".

For å avdekke eventuelle forskjeller i forbrukernes intensjon om å spise laks uten informasjon om fôret, målte vi også intensjonen om å spise laks ved hjelp av følgende utsagn, tilpasset fra (Fishbein & Ajzen, 2010; Govaerts & Altintzoglou, 2024; Honkanen et al., 2005): "Jeg vurderer å spise laks i løpet av det kommende året", "Jeg forventer å spise laks i løpet av det kommende året", "Jeg planlegger å spise laks i løpet av det kommende året", og "Jeg vil prøve å spise laks i løpet av det kommende året".

2.4 Data-analyse

Analysen av åpne spørsmål ble gjennomført ved å gruppere deltakernes svar gjennom "thematic analysis". Tematisk analyse er en uavhengig kvalitativ beskrivende tilnærming, og er en metode for å identifisere, analysere og rapportere mønstre (temaer) i data. Med hjelp fra Copilot ble de åpne svarene først rensket (ved å fjerne tegnsetting og stavefeil). For begge land ble ordene sortert og kategorisert. Under sorterings- og kategoriseringsprosessen ble uttrykk som "Eeek", "Beik", "Berk" (på fransk) eller "Yuk", "Yuuuk", "Yuky" (på engelsk) og lignende uttrykk alle gruppert under "avsky". Frekvensen av hvert ord ble beregnet og klassifisert i temaer basert på betydning og kontekst. For å sikre at analysen var korrekt, ble flere av uttrykkene som inngikk i sorterings- og kategoriseringsprosessen ved hjelp av Copilot gjennomgått manuelt. Den manuelle kontrollen viste at Copilot sorterte og kategoriserte uttrykkene med tilfredsstillende presisjon.

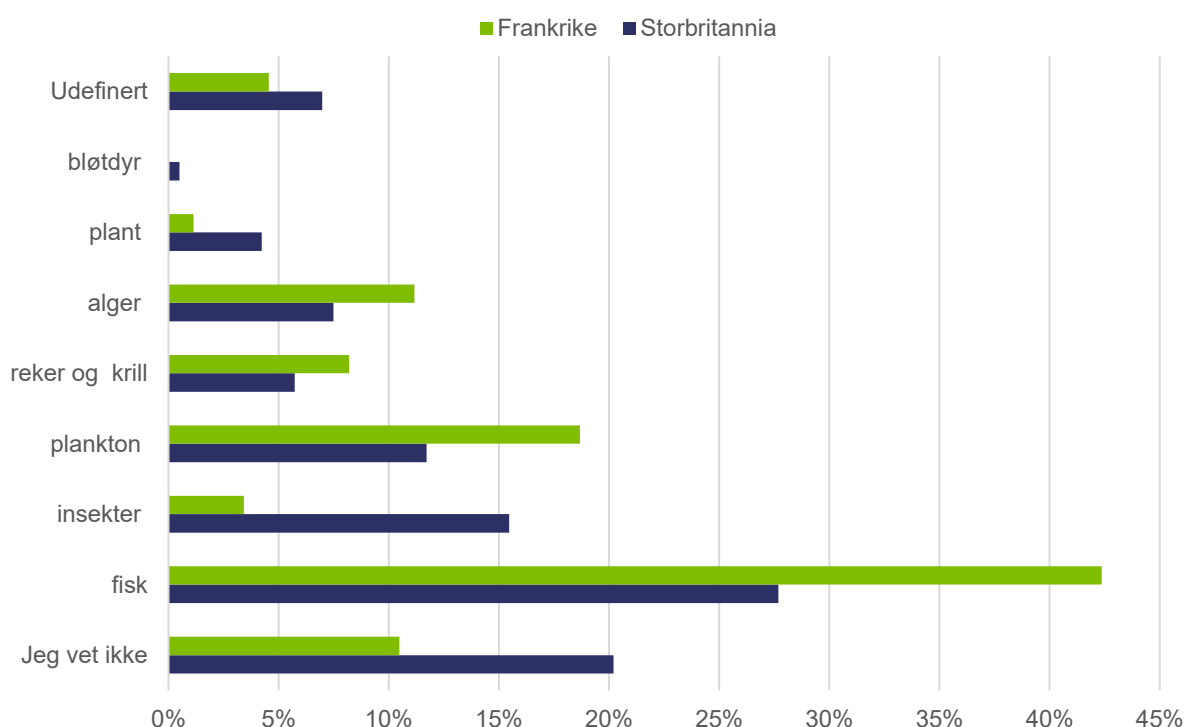
For å analysere lukkede spørsmål brukte vi Shapiro-Wilk-testen og histogrammer for å verifisere normalfordeling. Deretter ble Mann-Whitney-testen, to-utvalgs t-test eller ANOVA utført for å undersøke signifikante forskjeller mellom land og fôrtype. Alle kvantitative analyser ble gjennomført ved hjelp av STATA statistikkprogramvare.

Analyse av holdninger og intensjoner ble gjort ved gjennomsnittet av de tre elementene i skalaen.

3 Resultater

3.1 Hva spiser laksen? Åpent spørsmål

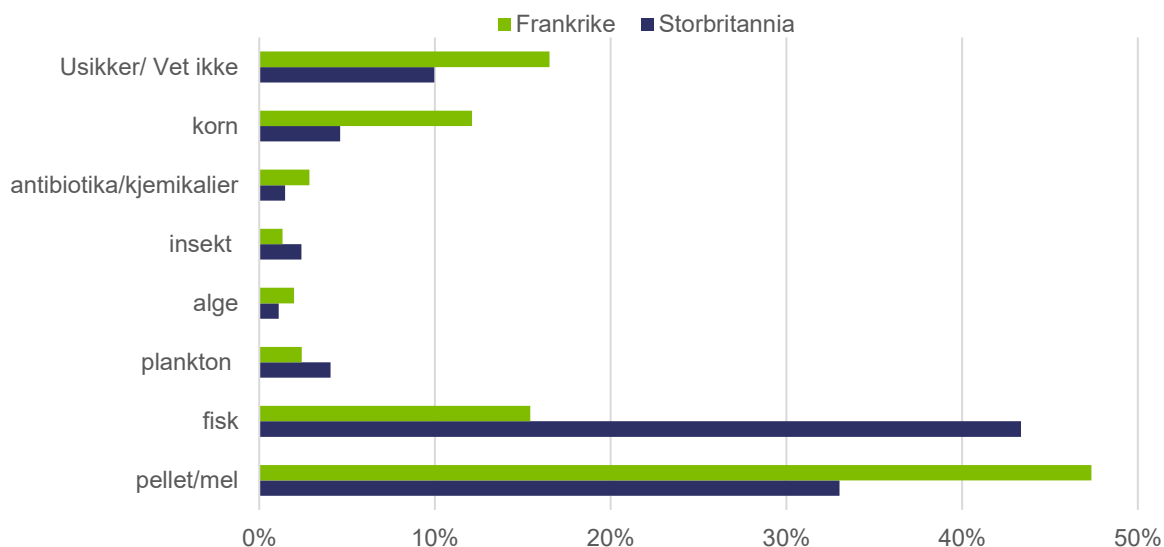
Det første målet med denne rapporten er å utforske forbrukernes oppfatning om hva laksen og oppdrettslaksen spiser. Vi ba forbrukere fra Frankrike og Storbritannia skrive hva de tror en laks spiser. Resultatene viste at de samme næringskildene dukker opp hos forbrukere fra begge land, men frekvensen varierer. I Storbritannia observerer vi at ord som refererer til "fisk" (for eksempel småfisk, fisk, andre fisk) ble nevnt oftest (Storbritannia = 28 % og Frankrike = 42 % av utvalget). I Storbritannia tror 15 % av forbrukerne at laks spiser insekter, noe som gjør insekter til den nest mest nevnte kilden der, mens i Frankrike nevner kun 3 % insekter. Plankton var den nest mest nevnte kilden i Frankrike (19 %) og den tredje mest nevnte i Storbritannia (12 %). Forbrukerne nevnte også alger, planter, reker og bløtdyr, men i mindre grad (Figur 1). En betydelig andel av respondentene svarte at de ikke visste – 20 % av svarene i Storbritannia og 10 % i Frankrike.



Figur 1 Hva tror forbrukerne at laks spiser? Andel av utvalget

Det andre åpne spørsmålet utforsker hva forbrukerne tror oppdrettslaks spiser. Av de franske respondentene svarte 47 % at oppdrettslaks spiser pellets eller mel (inkludert fiskemel), og 15 % sa at oppdrettslaks spiser fisk. I Storbritannia svarte 43 % at oppdrettslaks spiser fisk, og 33 % sa at den spiser pellets eller mel. Korn og kornprodukter ble nevnt oftere i Frankrike (12 %) sammenlignet med 5 % i Storbritannia. Andre typer fôr, som alger, insekter og plankton, ble nevnt i mindre grad (Figur 2).

Interessant nok nevnte en liten andel forbrukere at oppdrettslaks føres med kjemikalier og antibiotika. Mange respondenter svarte at de ikke visste – 10 % av svarene i Storbritannia og 17 % i Frankrike.



Figur 2 Hva tror forbrukerne at oppdrettsfisk spiser? Andel av utvalget

3.2 Forbrukernes kvalitative oppfatning av ingredienser i laksefôr

Det andre målet med denne studien er å kartlegge forbrukernes kvalitative oppfatning av fem ingredienser i laksefôr (kylling, fisk, alger, plantebaserte ingredienser og insektingredienser) ved hjelp av åpne spørsmål. For hver ingrediens spurte vi hva forbrukerne assosierte med laks som har fått fôr med disse fem ingrediensene.

3.2.1 Kyllingingredienser

I Storbritannia reagerte en stor andel av forbrukere negativt på laks som har fått fôr med kyllingredienser, og beskrev det som "unaturlig", "feil" og "merkelig". Mange respondenter uttrykte overraskelse eller bekymring og stilte spørsmål ved om det er passende å føre laks med kylling. En andel på 10 % av respondenter uttrykte avsky og motvilje mot laks føret med kyllingredienser (Vedlegg: Tabell 1). Samtidig uttrykte 38,6 % av forbrukerne overraskelse eller hadde ingen mening. Av de britiske respondenter var 19,4 % positive til kyllingredienser. I Frankrike var forbrukernes reaksjoner mer negative. Hele 43,7 % av forbrukerne så på kyllingredienser som ikke naturlig, og hyppige uttrykk inkluderte "pas naturel" (ikke naturlig), "contre nature" (mot naturen) og "incohérent" (inkonsekvent). En andel på 12,5 % av respondentene beskrev laks føret med kyllingredienser som ikke godt: "pas bon", "pas appétissant" (ikke appetittvekende). Omtrent 8,6 % av franske forbrukere uttrykte avsky eller motvilje og beskrev kylling som "dégoutant" (frastøtende) og "horrible" (avskyelig), noe som indikerer en sterk emosjonell motvilje. En liten andel forbinder det med noe som er usunt (2,8 %) (Vedlegg: Tabell 1). I Frankrike uttrykte 21,1 % av respondentene ingen mening om saken (Vedlegg: Tabell 1). En mindre andel (11,1 %) av de franske respondentene hadde en positiv oppfatning av kyllingredienser og uttrykte aksept, for eksempel "ça ne me dérange pas" (det plager meg ikke) eller "good idea" (god idé), "I don't mind" (jeg har ikke noe imot), med oppfatningen om at fôr med kyllingredienser fortsatt er fôr.

Resultatene viser at franske forbrukere var betydelig mer kritiske til bruk av kyllingredienser i laksefôr enn britiske. Hele 67,6 % av respondentene i Frankrike uttrykte negative holdninger, sammenlignet med 41,9 % i Storbritannia. Dette tyder på at kyllingredienser vekker sterkere reaksjoner i det franske markedet, og at informasjon om kyllingredienser i fôr kan ha større innvirkning på forbrukernes

oppfatning der. Samtidig er det verdt å merke seg at også en stor andel britiske forbrukere uttrykte skepsis.

Mange ser ut til å ha begrenset kunnskap om kylling som føringrediens, og for flere kan det oppleves som uventet eller uvant. Dette kommer til uttrykk gjennom en overvekt av negative reaksjoner, men også enkelte positive tilbakemeldinger.

3.2.2 Fiskeingredienser

I Storbritannia hadde respondentene flest positive assosiasjoner knyttet til laks føret med fiskeingredienser. De mest fremtredende positive assosiasjonene var at det oppleves som naturlig og logisk at laks føres med fiskebaserte ingredienser, dette utgjorde 34,2 % av assosiasjonene. Helse og ernæring ble også trukket frem som positive aspekter ved føret (10 %), mens en mindre andel av forbrukerne assosierte det med god smak og høy kvalitet (4,3 %). En vesentlig andel av respondentene (18,9 %) uttrykte en generell aksept av fiskeingredienser, ofte gjennom ord som "ok" og "jeg har ikke noe imot det". I tillegg svarte en betydelig andel (26,9 %) av deltakerne at de ikke hadde noen klar mening om temaet. Dette tyder på at mange britiske respondenter ikke har en sterk positiv eller negativ reaksjon. Det var en liten andel (5,6 %) av forbrukerne som hadde negative assosiasjoner, som "galt" og "unaturlig" til fiskeingredienser (Vedlegg: Tabell 2). I Frankrike var assosiasjonene enda mer positive. Et flertall (57,8 %) opplevde det som "normalt", "logisk" og "naturlig" at laks ble føret med fiskeingredienser. God smak og kvalitet ble nevnt av 9,3 % av forbrukerne, mens 4,9 % assosierte fiskeingredienser med sunnhet. En liten andel (4,9 %) av forbrukere sa at de aksepterte fiskeingredienser, mens 18,3 % ikke hadde noen mening. Bare 4,9 % var negativ.

Laks føret med fiskebaserte ingredienser utløste hovedsakelig positive assosiasjoner og svært få negative reaksjoner i både Storbritannia og Frankrike. Respondentene fra Frankrike var særlig positive, hele 72 % uttrykte en positiv oppfatning, sammenlignet med nær halvparten (48,5 %) av respondentene i Storbritannia. Negative reaksjoner var sjeldne i begge land, og kun 3 % av deltakerne uttrykte negative assosiasjoner.

3.2.3 Algeingredienser

Alger ble oppfattet som et positivt ingrediensvalg i begge land (Vedlegg: Tabell 3). I Storbritannia var de mest nevnte positive assosiasjonene (42,3 %) at det oppleves som naturlig og logisk at laks føres med algebaserte ingredienser. Sunnhet ble også trukket frem som et positiv aspekt ved føret (7,4 %), mens en liten andel av forbrukerne assosierte det med god smak og høy kvalitet (2,1 %) eller at det var bærekraftig (2,6 %). En ganske stor andel av respondentene (17,9 %) uttrykte en generell aksept av algeingredienser. Videre svarte en betydelig andel (24,6 %) av deltakerne at de ikke hadde noen klar mening om alger som føringrediens. Bare 2,9 % av forbrukerne var negative eller skeptiske. I Frankrike assosierte 46,4 % alger med noe som var naturlig eller logisk. Vanlige beskrivelser inkluderte "naturlig", "normal", eller "logisk" (Vedlegg: Tabell 3). Videre forbinder endel det med god kvalitet og smak (9,7 %), og en liten andel (5,6 %) med sunnhet, 20,6 % aksepterte alger som en ingrediens, mens 13,0 % hadde ingen mening. Få hadde negative assosiasjoner (3,6 %).

Både britiske og franske respondenter oppfattet alger som en naturlig og logisk føringrediens, og respondentene fra begge markedene var svært positive til alger (Storbritannia 54,4 %, Frankrike 62,8 %). Algeingredienser fikk færrest negative reaksjoner av alle ingrediensstypene.

3.2.4 Plantebaserte ingredienser

I Storbritannia var den vanligste positive assosiasjonen til plantebaserte føringredienser at det oppleves som naturlig og logisk (23,6 %). Helse og ernæring ble også fremhevet som positive aspekter av 13,9 % av respondentene. En mindre andel assosierte planteingredienser med bærekraft (4,0 %), god smak og høy kvalitet (2,4 %), eller beskrev dem direkte som bærekraftige (2,6 %). En stor andel av

respondentene (24,8 %) uttrykte generell aksept for plantebaserte ingredienser, mens over halvparten (50,6 %) oppga at de ikke hadde noen klar mening om bruk av planter i fôr. Kun 3,7 % av forbrukerne uttrykte negative eller skeptiske holdninger (Vedlegg: Tabell 4). En ganske stor andel (34,5 %) av de franske forbrukerne syntes planter var en naturlig eller logisk del av kostholdet til laks. God smak og kvalitet ble trukket frem som positive aspekter ved fôret av 10,0 %, mens sunnhet ble nevnt av 6,3 %. En andel av respondentene (18,7 %) uttrykte en generell aksept av planteingredienser, mens 20,5 % av de franske respondentene hadde ingen mening om planter som fôringrediens. En andel på 8,6 % var skeptisk eller negativ til planter (Vedlegg: Tabell 4).

Ved sammenligning mellom landene fremstår franske forbrukere som noe mer positive til plantebaserte fôringredienser enn britiske (52 % vs. 43,9 % positive assosiasjoner). I Storbritannia hadde over halvparten av respondentene ingen assosiasjoner eller meninger, noe som kan tyde på lavere kjennskap til plantebasert fôr, eller at britiske forbrukere ikke er spesielt opptatt av om laksen føres med planter. Samtidig var andelen negative holdninger lav i begge land, men noe høyere blant franskmenn enn briter.

3.2.5 Insektsingredienser

Insekt som fôringrediens til laks var det temaet som vekket størst andel assosiasjoner. I Storbritannia syntes 23,1 % av forbrukerne at det var naturlig eller logisk å bruke insekter i fôr. Et beskrivende utsagn for hvorfor var at "fisk spiser insekt" (Vedlegg: Tabell 5). En liten andel forbandt det med sunnhet (5,5 %) eller bærekraft (2 %), 16,6 % av britene aksepterte at laks ble fôret med insekt. En stor andel (45,6 %) hadde ingen mening. En liten andel reagerte med avsky (5,7 %) eller at det var utrygt (1,1 %).

Blant franskmenn assosierte 25,1 % det med at det var naturlig eller logisk. En liten andel forbandt det med sunnhet (3,1 %), innovasjon (1,8 %) eller bærekraft (1,5 %). En andel franske respondenter aksepterte insekt i fôr (20,9 %), mens 25,7 % hadde ingen mening. En andel syntes det var unaturlig eller ikke logisk (10,9 %), mens en mindre andel syntes det var usunt eller utrygt (7,0 %) eller reagerte med avsky (3,9 %).

Franske og britiske forbrukere hadde omtrent like mange positive assosiasjoner til insekt i laksefôr (31,5 % vs. 30,6 %). Forskjellen var at de franske forbrukerne hadde lagt flere negative reaksjoner (21,8 %) enn britiske (6,8 %).

3.3 Forbrukernes kvantitative oppfatninger av ulike ingredienser i laksefôr

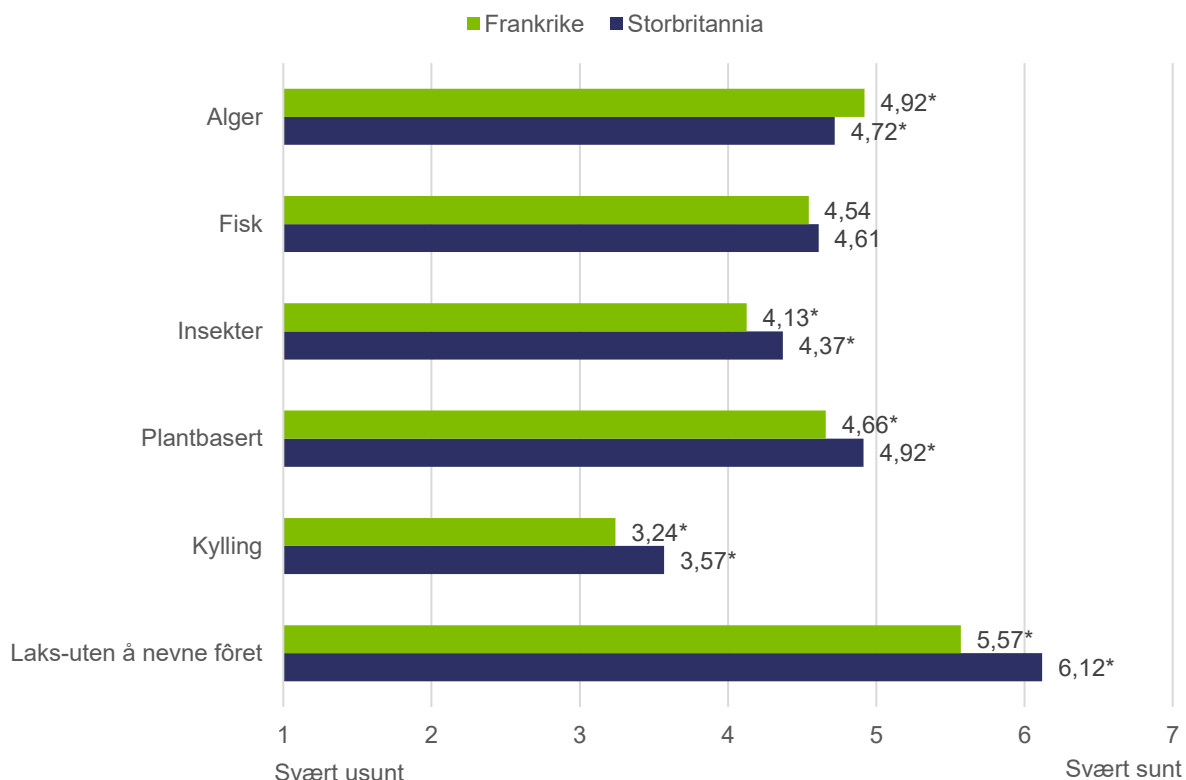
I denne delen målte vi forbrukernes kvantitative oppfatninger, holdninger og intensjoner knyttet til det å spise laks på tvers av ulike fôringredienser og land, ved bruk av spørreskjema.

3.3.1 Opplevd sunnhet, miljøvennlighet og akseptabilitet

Respondentene vurderte hvor sunn, miljøvennlig og akseptabel laks fôret med kylling-, fisk-, alge-, plantebaserte- og insektsingredienser, samt laks uten å nevne fôr, er (målt på en 7-punkts skala der 1 = svært negativ evaluering til 7 = svært positiv evaluering).

Resultatene viser betydelige forskjeller mellom forbrukernes oppfatninger av sunnheten til laksefôringredienser. Når det ikke ble oppgitt hva laksen var fôret med, ble dette oppfattet som det sunneste alternativet. Blant de ulike fôringrediensene ble planter, alger og fisk vurdert som mest sunne, etterfulgt av insekter. Laks fôret med kyllingingredienser fikk den laveste gjennomsnittsvurderingen. En statistisk test (t-test) viste at folk oppfattet laks som var fôret med kylling som betydelig mindre sunn enn laks som var fôret med de andre ingrediensene i studien (se Figur 3). Sammenlignet med franske forbrukere, vurderte britiske forbrukere laks, både når fôret ikke ble nevnt og når det inneholdt planter, insekter eller kylling, som signifikant sunnere ($p < 0,01$). Den eneste fôringrediensen som franske forbrukere vurderte

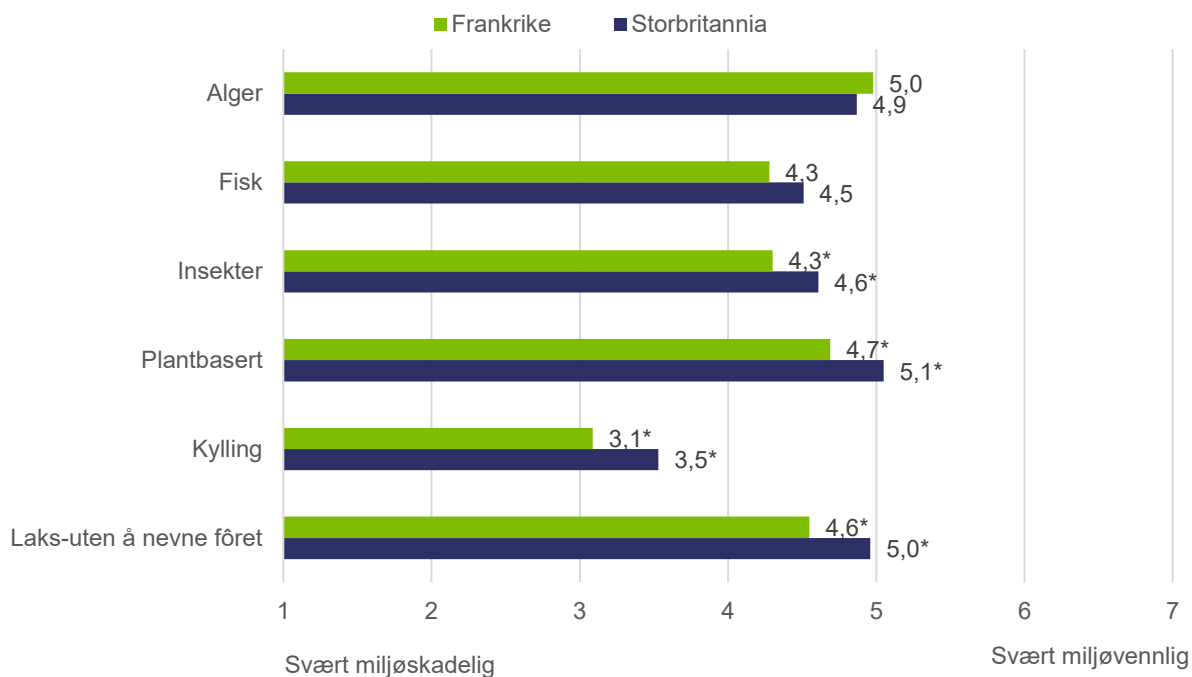
som sunnere enn britiske, var alger. De var ingen signifikant forskjell mellom hvordan forbrukerne vurderte fiskeingredienser.



Figur 3 Forbrukerne vurderer sunnheten til laks fôret med kylling-, insekt-, fisk-, plantebaserte- og algeingredienser.
* Signifikant forskjell mellom Storbritannia og Frankrike

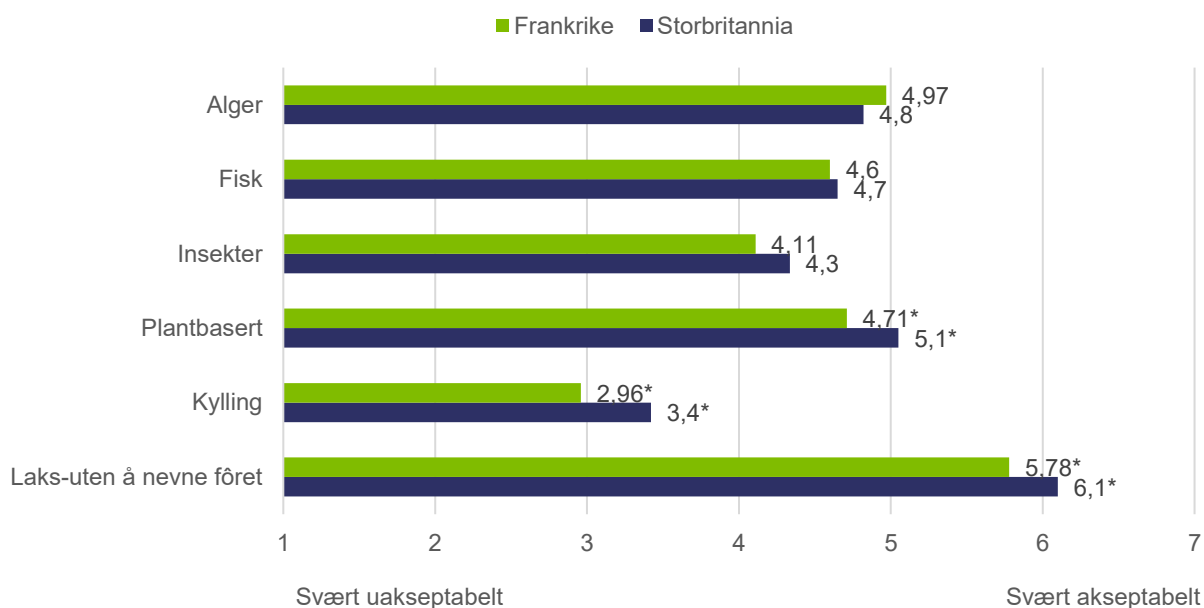
Det var også forskjeller i hvordan de ulike fôringrediensene ble oppfattet med tanke på miljøvennlighet. Laks der fôret ikke ble spesifisert, samt laks fôret med planter eller alger, ble vurdert som mest miljøvennlig. Deretter fulgte fisk og insekter. Kylling ble vurdert som den klart minst miljøvennlige fôringrediensen (se Figur 4).

Sammenlignet med franske forbrukere, vurderte britiske forbrukere laks, både når fôret ikke ble nevnt og når det inneholdt planter og insekter som betydelig mer miljøvennlig ($p < 0,01$). Det var ingen signifikant forskjell mellom hvordan forbrukere fra Storbritannia og Frankrike vurderte alge- og fiskeingredienser i fôret.



Figur 4 Forbrukerne vurderer miljøvennligheten til laks fôret med kylling-, insekt-, fisk-, plantebaserte- og alge- ingredienser. * Signifikant forskjell mellom Storbritannia og Frankrike

Laks der fôret ikke ble spesifisert ble oppfattet som mest akseptabelt av respondentene, etterfulgt av laks fôret med planter, alger og fisk. Deretter fulgte insekter. Laks fôret med kylling var den minst aksepterte fôringrediensen (Figur 5). Britiske forbrukere oppfattet laks, både når fôret ikke ble nevnt og når det inneholdt planter eller kylling, som betydelig mer akseptabelt enn det franske forbrukere gjorde ($p < 0,01$). Det var ingen forskjell mellom hvordan briter og franske forbrukere vurderte alge-, insekt- og fiskeingredienser i fôret.

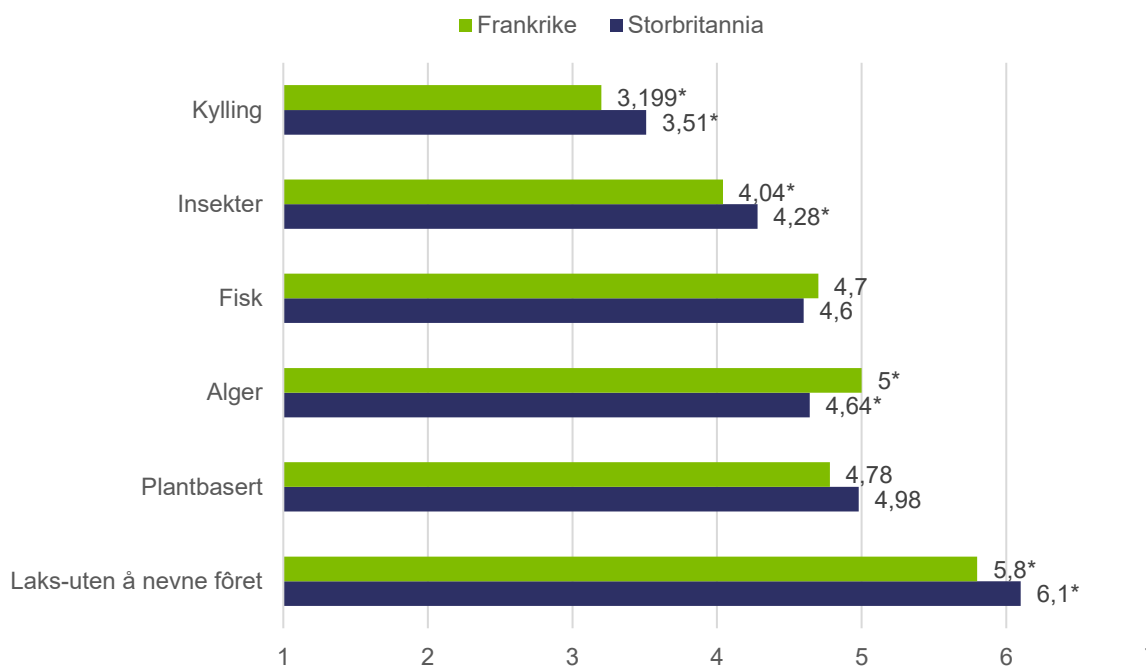


Figur 5 Forbrukerne vurderer akseptabiliteten til laks fôret med kylling-, insekt-, fisk-, plantebaserte- og alge- ingredienser. * Signifikant forskjell mellom Storbritannia og Frankrike.

3.3.2 Forbrukernes holdninger og intensjoner

I denne delen av undersøkelsen ble respondentene bedt om å vurdere sine holdninger og kjøpsintensjoner knyttet til ulike fôringredienser. Resultatene viste at de mest positive holdningene oppsto når fôrtypen ikke ble spesifisert. Blant de oppgitte ingrediensene var planter, alger og fisk mest positivt mottatt, mens insekter fikk noe lavere vurderinger. Kylling ble vurdert mest negativt (Figur 6).

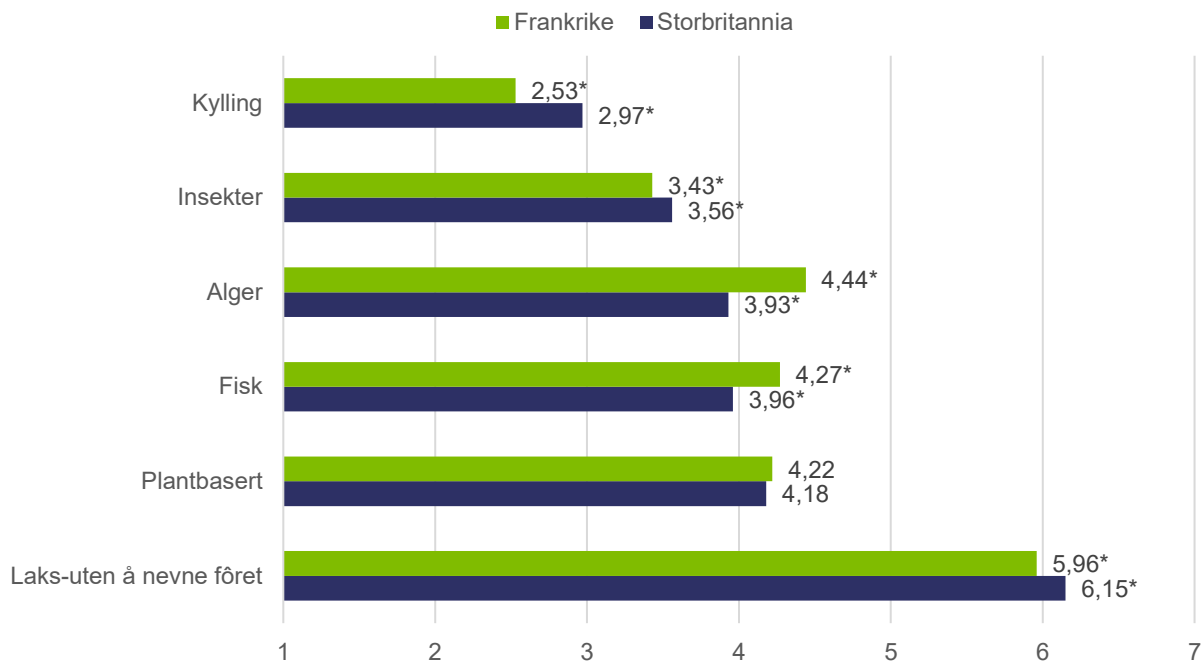
Ved sammenligning mellom landene fremkom signifikante forskjeller for flere av fôrtypene samt når det ikke ble oppgitt hva laksen var fôret med. Forbrukerne i Storbritannia vurderte laks når ikke fôr var spesifisert, samt insekter og kylling betydelig mer positivt enn franske forbrukere ($p < 0,01$). For alger vurderte de franske forbrukerne dette signifikant mer positivt. Det var ingen forskjell mellom hvordan briter og franske forbrukere vurderte plante- og fiskeingredienser i fôret.



Figur 6 Holdninger til det å spise laks fôret med kylling, insekter, alger, fisk og plantebaserte ingredienser. *Signifikant forskjell mellom Storbritannia og Frankrike.

Når det gjelder intensjonen om å spise laks fôret med ulike ingredienser, var forbrukerne mest tilbøyelige til å spise laks når fôret ikke ble spesifisert. Blant de navngitte ingrediensene var intensjonen høyest for laks fôret med alger, fisk og planter. Laks fôret med insekter ble møtt med noe lavere intensjon, mens kyllingbasert fôr ga den laveste intensjon om å spise (Figur 7).

Sammenligningen mellom landene avdekket signifikante forskjeller ($p < 0,01$) for de fleste fôr-ingredienser, samt for alternativet der fôrtypen ikke var oppgitt. Britiske forbrukere hadde signifikant høyere intensjon om å spise laks uten informasjon om fôr, samt laks fôret med insekter og kylling, sammenlignet med franske forbrukere. På den andre siden viste franske forbrukere betydelig høyere intensjon om å spise laks fôret med fisk og alger.



Figur 7 Intensjon om å spise laks fôret med kylling, insekter, alger, fisk og plantebaserte ingredienser. *Signifikant forskjell mellom Storbritannia og Frankrike.

4 Diskusjon og implikasjoner

Det første målet med denne rapporten var å undersøke forbrukernes oppfatning av hva laks og oppdrettslaks spiser. Flertallet av respondentene i begge land oppga at laks, når det ikke ble spesifisert om den var vill eller oppdrettet, spiser fisk. Insekter, reker og krill ble også ofte nevnt, mens andre matkilder som alger og planter, som ikke inngår i laksens naturlige diett, ble nevnt i mindre grad.

Når det gjelder oppdrettslaks, var fisk og pellets de mest nevnte fôrkildene, noe som tyder på at forbrukerne har en viss forståelse av hva oppdrettslaks faktisk fôres med. Insekter, plankton og alger ble også nevnt, men i mindre omfang. Derimot ble vegetabiliske eller plantebaserte ingredienser, som i realiteten utgjør rundt 70 % av fôret, sjelden nevnt. Dette viser at selv om forbrukerne har noe kunnskap om laksefôr, mangler de vesentlig innsikt i dagens fôrsammensetning. Til tross for at bruken av antibiotika i lakseoppdrett er minimal (under 1 %), ser vi at antibiotika og kjemikalier fortsatt forbindes med oppdrettslaks av en liten andel av utvalget i begge land. Denne misoppfatningen kan tilskrives tidligere medieomtale om bruk av antibiotika og kjemikalier i laks, som har blitt delt i sosiale medier. Det viser også at negativ informasjon, som bruk av antibiotika, forblir i forbrukernes bevissthet, selv om omtalen fant sted i 2013–2014 (Govaerts, 2021).

Det andre målet med rapporten var å undersøke hvordan forbrukere oppfatter laksefôr med kylling- ingredienser, sammenlignet med fire andre typer fôringredienser - fisk, alger, planter og insekter - samt når det ikke gis informasjon om fôret. Dette ble gjennomført ved hjelp av både kvalitative og kvantitative metoder.

Et gjennomgående funn er at når forbrukerne ikke får informasjon om fôr fører dette til mer positive reaksjoner enn når spesifikke fôringredienser oppgis. Når fôret ikke ble nevnt, ble laksen vurdert som sunneste, og mest akseptable. Videre fører ingen informasjon til mer positive holdninger og høyere spiseintensjon enn når spesifikke ingredienser oppgis. Dette tyder på at forbrukere blir litt skeptiske når de får mange detaljer om hva fôret inneholder. Hvis denne typen informasjon mangler, antar forbrukere ofte at produktet er helt greit, eller responderer positivt.

Blant de spesifiserte fôringrediensene ble fisk, planter og alger vurdert mest positivt, både med hensyn til sunnhet, aksept, holdninger og intensjon om å spise laksen. Dette ble også bekreftet i de åpne spørsmålene, der forbrukerne fritt kunne uttrykke sine assosiasjoner til de ulike ingrediensene. Negative assosiasjoner var svært sjeldne for disse tre ingrediensene, mens positive assosiasjoner, som at det er logisk og naturlig for laks å spise dem, var utbredt. Fisk, planter og alger ble også koblet til god kvalitet, smak og sunnhet.

Insekter fikk noe lavere vurderinger, med hensyn til sunnhet, aksept, holdninger og intensjon om å spise laksen som hadde fått dette i fôret. Dette var noe som også ble gjenspeilet i assosiasjonene. Det var gjennomgående færre positive assosiasjoner blant franske og britiske til insekt i laksefôr. Videre var det flere negative reaksjoner, spesielt blant de franske forbrukerne. Dette kan tyde på at bruk av insekter i fôr er et noe mer sensitivt tema enn de andre fôringrediensene.

Kyllingrediens i laksefôr ble vurdert klart mest negativt med tanke på sunnhet, aksept, holdninger og intensjon om å spise laksen. Dette indikerer at denne ingrediensen vekker betydelig skepsis blant forbrukere, særlig i Frankrike. Assosiasjonene tyder på at mange oppfatter kylling som en unaturlig fôrkilde for laks, noe som utløser emosjonelle reaksjoner som avsky, motvilje og oppfatninger om dårlig kvalitet eller uappetittlighet. Dette peker på at hovedutfordringen ligger i normative og følelsesmessige vurderinger, altså hva som oppleves som riktig eller naturlig. Samtidig var det en andel (19 % i Storbritannia og 11 % i Frankrike) som hadde positive assosiasjoner. Et interessant funn var at en betydelig andel i begge land uttrykte enten overraskelse eller manglende mening, noe som kan tyde på

et potensial for å påvirke oppfatninger eller holdninger gjennom målrettet informasjon og kommunikasjon.

Når det gjelder miljøvennlighet, ble føringredienser som alger, planter, insekter og fisk vurdert relativt likt, også i tilfeller der forbrukerne ikke fikk informasjon om fôret. I kontrast ble kyllingredienser vurdert betydelig mer negativt på dette området.

Sammenligningen mellom Frankrike og Storbritannia avdekket interessante kulturelle forskjeller. Britiske forbrukere hadde betydelig mer positive holdninger og høyere intensjon om å spise laks fôret med insekter og kylling, samt laks uten informasjon om fôr, sammenlignet med franske forbrukere. Dette gjenspeiles også i oppfatningen av sunnhet, og kan tyde på større åpenhet eller lavere skepsis til alternative fôrtiler i Storbritannia. I kontrast viste franske forbrukere signifikant høyere intensjon, holdninger og sunnhetsoppfatning knyttet til laks fôret med alger, noe som kan indikere en kulturell preferanse for alger som føringrediens.

Når det gjelder fisk som fôrtilde, hadde franske forbrukere betydelig høyere intensjon om å spise slik laks, men det var ingen signifikante forskjeller mellom landene i vurderinger av holdninger, miljøvennlighet, aksept eller sunnhet. Likevel viste de åpne svarene at hele 72 % av de franske respondentene hadde en positiv oppfatning av fisk som føringrediens, ofte begrunnet med at det oppleves som naturlig og logisk for laksen. Denne type faktorer ble ikke fanget opp i den kvantitative undersøkelsen, og kan være en forklaring på resultatene. For å kunne gi sikrere svar på hva som forårsaker dette resultatet kreves imidlertid mer forskning.

Britiske forbrukere vurderte plantebasert fôr som betydelig sunnere, mer miljøvennlig og mer akseptabelt enn franske forbrukere. Likevel var det ingen betydelige forskjeller mellom landene når det gjaldt holdninger og intensjon om å spise laks fôret med planteingredienser. Dette kan tyde på at andre faktorer enn sunnhet, miljø og aksept spiller inn når forbrukerne skal ta stilling til om de faktisk vil spise fôret med planteingredienser.

Denne studien gir flere viktige innsikter med implikasjoner for både næringsaktører, kommunikasjonsstrategier og videre forskning.

- 1) **Begrenset kunnskap om laksefôr.** Selv om mange forbrukere har en viss forståelse av hva laks og oppdrettslaks spiser, særlig når det gjelder fisk og pellets, viser funnene at kunnskapen om dagens fôrsammensetning til oppdrettslaks er mangelfull. Vegetabiliske ingredienser, som i realiteten utgjør rundt 70 % av fôret, ble sjelden nevnt. Dette tyder på at forbrukerne i liten grad er klar over hvor stor andel plantebaserte råvarer som inngår i moderne laksefôr. For næringen representerer dette et behov for bedre og mer målrettet informasjon om fôrets sammensetning og utvikling.
- 2) **Vedvarende misoppfatninger om antibiotika og kjemikalier.** Til tross for at bruken av antibiotika i norsk lakseoppdrett er svært lav (under 1 %), er det fortsatt en andel forbrukere som forbinder oppdrettslaks med antibiotika og kjemikalier. Dette kan med stor sannsynlighet tilskrives tidligere medieomtale og spredning av negativ informasjon i sosiale medier. At slike forestillinger vedvarer over tid, til tross for endringer i praksis, viser hvor sterkt negativ informasjon kan feste seg i forbrukerbevisstheten. Dette understreker viktigheten av å formidle oppdatert og faktabasert informasjon på en tillitsskapende måte.
- 3) **Informasjon om fôr påvirker forbrukerreaksjoner.** Et gjennomgående funn er at fravær av informasjon om fôrsammensetning fører til mer positive vurderinger av laksens sunnhet, aksept og spiseintensjon. Dette antyder at å gi informasjon om føringredienser uten å fremheve hvorfor disse ingrediensene blir brukt (for eksempel med hensyn til bærekraft, fiskehelse eller matvaresikkerhet) kan vekke skepsis, særlig når ingrediensene oppfattes som unaturlige. For næringen innebærer

dette et dilemma: Åpenhet er viktig, men må kombineres med pedagogisk og tillitsskapende kommunikasjon for å unngå utilsiktet negativ effekt.

- 4) **Aksept for ulike føringredienser.** Fisk, planter og alger ble vurdert mest positivt, både i kvantitative vurderinger og åpne assosiasjoner. Disse ingrediensene ble sett på som naturlige, logiske og sunne for laksen. Insekter ble vurdert noe mer negativt, særlig blant franske forbrukere, noe som tyder på at dette er en mer sensitiv ingrediens som krever nøye kommunikasjon. Kyllingredienser ble vurdert klart mest negativt, og assosieres med unaturlighet, avsky og dårlig kvalitet. Dette peker på sterke normative og emosjonelle barrierer, særlig i Frankrike, og antyder at slike ingredienser kan møte betydelig motstand i markedet.
- 5) **Kulturelle forskjeller mellom Frankrike og Storbritannia.** Studien avdekket tydelige kulturelle forskjeller. Britiske forbrukere viste større åpenhet for alternative førkilder som insekter og kylling, og hadde mer positive vurderinger av laks uten førinformasjon. Franske forbrukere viste derimot sterkere preferanser for alger og fisk, og uttrykte mer skepsis til nye ingredienser. Dette indikerer at kommunikasjonsstrategier og produktutvikling bør tilpasses nasjonale kontekster og kulturelle preferanser.
- 6) **Informasjonens rolle i oppfattelse av kyllingredienser i laksefôr.** Til tross for skepsis til enkelte ingredienser, og da særlig kylling, viste en betydelig andel av forbrukerne overraskelse eller manglende mening når de ble presentert for nye førkilder. Dette antyder at det finnes et potensial for holdningsendring gjennom målrettet og tillitsskapende informasjon. For aktører i sjømatnæringen gir dette et handlingsrom for å forme forbrukeroppfatninger gjennom kunnskapsbasert kommunikasjon. For fremtidig forskning anbefales det derfor på dette området å jobbe med kommunikasjonsstrategier og informasjonsdesign. Det bør undersøkes hvordan ulike former for informasjon, for eksempel bruk av forskningsbasert kunnskap, narrativer, eller ekspertuttalelse, påvirker forbrukernes vurderinger av føringredienser. Spesielt relevant er hvordan informasjon om kylling kan formidles på en måte som reduserer skepsis og bygger tillit.

5 Referanser

- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). Predicting and changing behavior: The reasoned action approach. Psychology Press.
- Govaerts, F. (2021). Media representation of salmon aquaculture in France. *Aquaculture*, **540** (May 2019), 736679. <https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2021.736679>
- Govaerts, F., & Altintzoglou, T. (2024). Consumer intention to buy products containing fish with better welfare : the role of empathy in an extended value – belief – norm model. *British Food Journal*. <https://doi.org/10.1108/BFJ-02-2024-0125>
- Govaerts, F., & Olsen, S.O. (2023). Consumers' values, attitudes and behaviours towards consuming seaweed food products: The effects of perceived naturalness, uniqueness, and behavioural control. *Food Research International*, **165**, 112417. <https://doi.org/10.1016/j.foodres.2022.112417>
- Honkanen, P., Olsen, S.O., & Verplanken, B. (2005). Intention to consume seafood—the importance of habit. *Appetite*, **45**:2, 161–168. <https://doi.org/10.1016/j.appet.2005.04.005>
- Onozaka, Y., Honkanen, P., & Altintzoglou, T. (2023). Sustainability, perceived quality and country of origin of farmed salmon: Impact on consumer choices in the USA, France and Japan. *Food Policy*, **117**, 102452. <https://doi.org/10.1016/j.foodpol.2023.102452>
- Popoff, M., MacLeod, M., & Leschen, W. (2017). Attitudes towards the use of insect-derived materials in Scottish salmon feeds. *Journal of Insects as Food and Feed*, **3**:2,131–138. ISSN 2352- Copyright © Wageningen Academic Publishers 2017. <https://doi.org/10.3920/JIFF2016.0032>
- Regjeringen.no. (2024, March 15). Mere norske råvarer i fôr til oppdrettsfisk og husdyr i framtida. <https://www.regjeringen.no/No/No/Aktuelt/Mere-Norske-Ravarer-i-for-Til-Oppdrettsfisk-Og-Husdyr-i-Framtida/Id3029864>.
- Woodgate, S.L., Wan, A.H.L., Hartnett, F., Wilkinson, R.G., & Davies, S.J. (2022). The utilisation of European processed animal proteins as safe, sustainable and circular ingredients for global aquafeeds. *Reviews in Aquaculture*, **14**:3, 1572–1596. <https://doi.org/10.1111/raq.12663>

Vedlegg

Tabell 1: Hva tenker du på når du hører om laks føret med kyllingingredienser?

Temaer	Storbritannia		Frankrike	
	Eksempel	Andel av utvalget	Eksempel	Andel av utvalget
ikke naturlig / ulogisk	Unnatural, wrong, not right, not a natural diet/food for salmon	22,52%	Pas naturel, contre nature, anormal, illogique, incohérent.	43,7%
Smak og kvalitet	Not nice, bad quality, unappetising, may taste different	6,47%	Pas bon, mauvais, pas appétissant, qualité altérée.	12,5%
Avsky / sjokk / sinne	“Yuk,” disgusting, gross, horrified.	10,3%	“Berk”, dégoûtant, horrible, quelle horreur, choquant.	8,55%
Usunt og utrygt	Unhealthy, hormones, chemical additives	2,6%	Malsain, nocif, maladie, hormones, pollution	2,8%
Overraskelse / Vet ikke	Unsure, don't know, no idea, never heard of it, surprised, confused, “really?”, “Is this true?”	38,6%	“Ah bon”, je ne sais pas, rien	21,1%
Positiv	Good/OK/Fine, healthy/Very healthy, protein/high protein”, I don't mind, good idea	19,4%	“Pourquoi pas”, “bien/bon” (sans ‘pas’), “sain”, “protéines”, “ça ne me dérange pas”	11,1%

Tabell 2: Hva tenker du på når du hører om laks som er føret med fiskebaserte ingredienser?

Temaer	Storbritannia		Frankrike	
	Eksempel	Andel av utvalget	Eksempel	Andel av utvalget
naturlig / logisk / normalt	“Natural”; “Expected”; “Makes sense”; “Part of their natural diet”; “Fish eat fish”	34,2%	“Naturel”; “Logique”; “Normal”; “Plus naturel” “Chaîne alimentaire”; “Vivant dans l’eau c’est logique”; “Proche de sa nourriture”.	57,8%
Generell aksept	“ok” “fine,” “acceptable” “I don’t mind”	18,9%	“okay” “bien”	4,6%
Smak og kvalitet	“Fresh,” “Tasty,” “Better flavour and texture.” “may taste different”	4,3%	“Bon”; “Gouteux”; “Qualité”; “meilleur goût”; “saumon de bonne qualité	9,3%
Helse / ernæring	“Healthy,” “High protein,” “Good for you” “Good for them.”	9,97%	“Sain”; “Bon pour la santé”; “Omega3, source de vitamines”; “Plus sain”	4,9%
Ingen mening	“Nothing,” “Don’t know” “No idea,” “No opinion.”	26,85%	“je ne sais pas”; “Aucune idée”; “Rien”; “Nsp”	18,3%
Negativ / unaturlig	“Unnatural,” “Wrong” “Cannibalism,” “Not good” “Unhealthy.”	5,6%	“Contre nature” ; “Illogique”; “Malsain”; “Très peu naturelle”	4,9%

Tabell 3: Hva tenker du på når du hører om laks som er føret med algebaserede ingredienser?

Temaer	Storbritannia		Frankrike	
	Eksempel	Andel av utvalget	Eksempel	Andel av utvalget
naturlig / logisk / normalt	“Natural”; “Expected”; “Makes sense”; “Part of their natural diet”; “Fish eat fish”	42,3%	“naturel”, “Normal”, “logique”, “plus naturel”	46,4%
Generell aksept	“Ok,” “Fine,” “Acceptable,” “That’s fine,” “I don’t mind.”	17,9%	“Pourquoi pas”, “je trouve ça bien”, “très bien”, “parfait	20,6%
Smak og kvalitet	“Fresh” “Tasty,” “Better flavour and texture” “may taste different”	2,1%	“Bon”; “Gouteux”	9,7%

Helse / ernæring	“Healthy,” “High protein,” “Good for you,” “Good for them.”	7,4%	“Sain” ; “Bon pour la santé” ; “Omega3, source de vitamines” ; “Plus sain”	5,6%
Bærekraftig	Eco-friendly” “Sustainable” “Lower environmental impact.”	2,6%	“respect environnement”, “biodiversité”	1%
Ingen mening	“Nothing,” “Don’t know,” “No idea,” “No opinion.”	24,6%	” je ne sais pas” ; “Aucune idée” ; “Rien” ; “Nsp”	13,0%
Negativ / unaturlig	“Unnatural,” “Wrong,” “Cannibalism”, “Not good” “Unhealthy”	2,9%	“Contre nature” ; “Illogique” ; “Malsain” ; “Très peu naturelle”	3,55%

Tabell 4: Hva tenker du på når du hører om laks som er føret med plantebaserte ingredienser?

Temaer	Storbritannia		Frankrike	
	Eksempel	Andel av utvalget	Eksempel	Andel av utvalget
naturlig / logisk / normalt	“Natural”; “Expected”; “Makes sense”; “Part of their natural diet”; “Fish eat fish”	23,6%	“naturel”, “Normal”, “logique”, “plus naturel”	34,5%
Generell aksept	“Ok,” “Fine,” “Acceptable,” “That’s fine,” “I don’t mind.”	24,8%	“Pourquoi pas”, “je trouve ça bien”, “très bien”, “parfait	18,7%
Smak og kvalitet	“Fresh,” “Tasty,” “Better flavour and texture.” “may taste different”	2,4%	“Bon” ; “Gouteux”	10%
Helse / ernæring	“Healthy,” “High protein,” “Good for you,” “Good for them.”	13,9%	“Sain” ; “Bon pour la santé” ; “Omega3, source de vitamines” ; “Plus sain”	6,3%
Bærekraftig	Eco-friendly”, “Sustainable”, “Lower environmental impact.”	4,0%	“durable”, “écologique”, “biodiversité”	1,2%
Ingen mening	“Nothing,” “Don’t know”, “No idea”, “No opinion.”	50,6%	” je ne sais pas” ; “Aucune idée” ; “Rien” ; “Nsp”	20,5%
Negativ / ikke naturlig	“Unnatural,” “Wrong,” “Cannibalism”, “Not good,” “Unhealthy.”	3,7%	“Contre nature” ; “Illogique” ; “Malsain” ; “Très peu naturelle”	8,6%

Tabell 5: Hva tenker du på når du hører om laks som er fôret med insektbaserte ingredienser?

Temaer	Storbritannia		Frankrike	
	Eksempel	Andel av utvalget	Eksempel	Andel av utvalget
naturlig / logisk / normalt	“Natural”; “Expected”; “Makes sense”; “Part of their natural diet”; “Fish eat fish”	23,1%	“naturel”, “Normal”, “logique”, “plus naturel”	25,1%
Generell aksept	“Ok,” “Fine,” “Acceptable,” “That’s fine,” “I don’t mind.”	16,6%	“Pourquoi pas”, “je trouve ça bien”, “très bien”, “parfait	20,9%
Smak og kvalitet	/	0%	/	0%
Helse / ernæring	“Healthy,” “High protein,” “Good for you,” “Good for them.”	5,5%	“Sain” ; “Bon pour la santé” ; “Omega3, source de vitamines” ; “Plus sain”	3,1%
Bærekraftig	Eco-friendly,” “Sustainable,” “Lower environmental impact.”	2%	“durable”, “écologique”, “biodiversité”	1,5%
Innovasjon	/	0	“Le futur” ;“C’est l’avenir” ; “C’est nouveau”	1,8%
Ingen mening	“Nothing,” “Don’t know,” “No idea,” “No opinion.”	45,6%	” je ne sais pas” ; “Aucune idée” ; “Rien” ; “Nsp”	25,7%
Negativ/unaturlig	/		“Contre nature” ; “Illogique” ; “Malsain” ; “Très peu naturelle”	10,4%
Avsky / sjokk / sinne	“Disgusting,” “Gross,” “Yuk,” “Not appealing.”	5,7%	“Écœurant” / “Dégoûtant” / “Beurk” / “Repoussant”	3,9%
Usunt og utrygt	Unsafe	1,1%	Mauvais” / “Nocif” / “Pas sain”	7,0%