

GRÄDDFIL

MJÖLK

VISPGRÄDDE

FOTO: AXFOOD

**"FÖRSÄLJNINGEN
AV EKOLOGISKA
MEJERIVAROR
ÖKADE I VOLYM"**

KVARTAL 2: Ekologiska mejeriprodukter ökar i volym – kraftigt tapp för ekologiska ägg

Försäljningsvärdet för ekologiskt minskade något under kvartal 2. Stora skillnader mellan olika kategorier.

Försäljningsvärdet för ekologisk mat i svenska livsmedelsbutiker minskade med 2,2 procent under det andra kvartalet 2024 jämfört med samma period året innan. Utfallet är ett nettoresultat av förändrade priser och förändrade sålda volymer för olika kategorier av livsmedel, utan tydligt mönster mellan kategorierna. Prisskillnaden mellan ekologiska och konventionella produkter i butik fortsatte att minska.

Försäljningen av ekologiska ägg minskade med över 20 procent under andra kvartalet 2024 jämfört med samma kvartal året innan. Nästan hela nedgången beror på att volymen sålda ägg har minskat. Förklaringen är sannolikt att försäljningen av ekologiska ägg under 2023 hölls upp av en brist på konventionella ägg.

För ekologiska mejeriprodukter och ekologiskt frukt och grönt är utvecklingen helt annorlunda. Här har de sålda volymerna ökat under det andra kvartalet 2024 jämfört med samma kvartal 2023. För frukt och grönt har uppgången varit 7,1 procent

och för mejeriprodukter 3,0 procent. Motsvarande siffror för konventionella produkter är plus 4,4 procent och minus 0,5 procent. Det betyder att i kategorierna frukt och grönt och mejeri tog ekologiskt volymandelar av den totala försäljningen. I båda fallen har dock priserna sänkts mer på de ekologiska produkterna än på de konventionella, vilket innebär att värdeandelarna har minskat något. Trenden med minskade prisskillnader mellan ekologiskt och konventionellt tycks därmed ha fortsatt under kvartal 2 2024.

Försäljningen av ekologiskt kött minskade marginellt vad avser värde, men med hela 7,6 procent i volym. Priset steg något och konsumenter tenderade att välja något exklusivare detaljer av det ekologiska, vilket förklarar att försäljningsvärdet hölls upp samtidigt som volymen sjönk.

”EKOLOGISKT FRUKT OCH GRÖNT SAMT MEJERI TOG ANDELAR”

DETTA ÄR SVENSKT EKOINDEX

Svenskt Ekoindex följer kvartalsvis försäljningsutvecklingen för ekologiska livsmedel i handeln.

Ekologiska livsmedel säljs i en rad olika kanaler i Sverige. Förutom handeln är också de offentliga och privata köken, Systembolaget och direktförsäljningen från gård till konsument viktiga marknader. I de kvartalsvisa rapporterna redovisas enbart försäljningen i handeln. Hela marknaden belyses sedan 2022 årsvis i en separat rapport.

Data från Nielsen och GfK

Svenskt ekoindex utgår från den totala försäljningen av ekologiska livsmedel och alkoholfria drycker i handeln som med viss fördröjning redovisas årsvis av SCB. Förändringarna kvartalsvis beräknas med data från Nielsen och GfK. Eftersom varken Nielsen eller GfK fångar all försäljning i handeln räknas de procentuella ändringarna i deras data om till total försäljning enligt SCBs data. Alla försäljningssiffror redovisas inklusive moms.

I rapporten skiljer vi i vissa delar på ekologiska

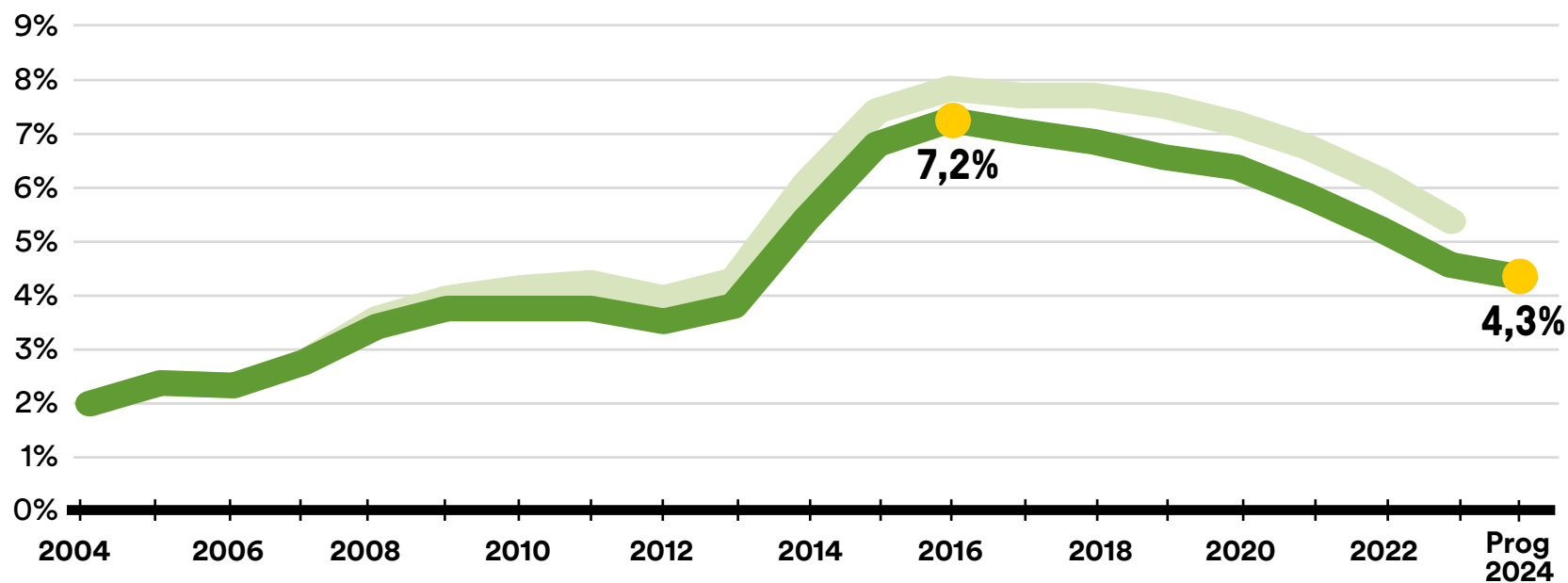
livsmedel som kan produceras respektive inte kan produceras i Sverige.

Möjligt svenskt särredovisas

Till det som kan produceras i Sverige hör allt utom viss frukt (t ex citrusfrukter och bananer), vissa vegetabiliska oljor (t ex olivolja) kaffe, te och fisk.

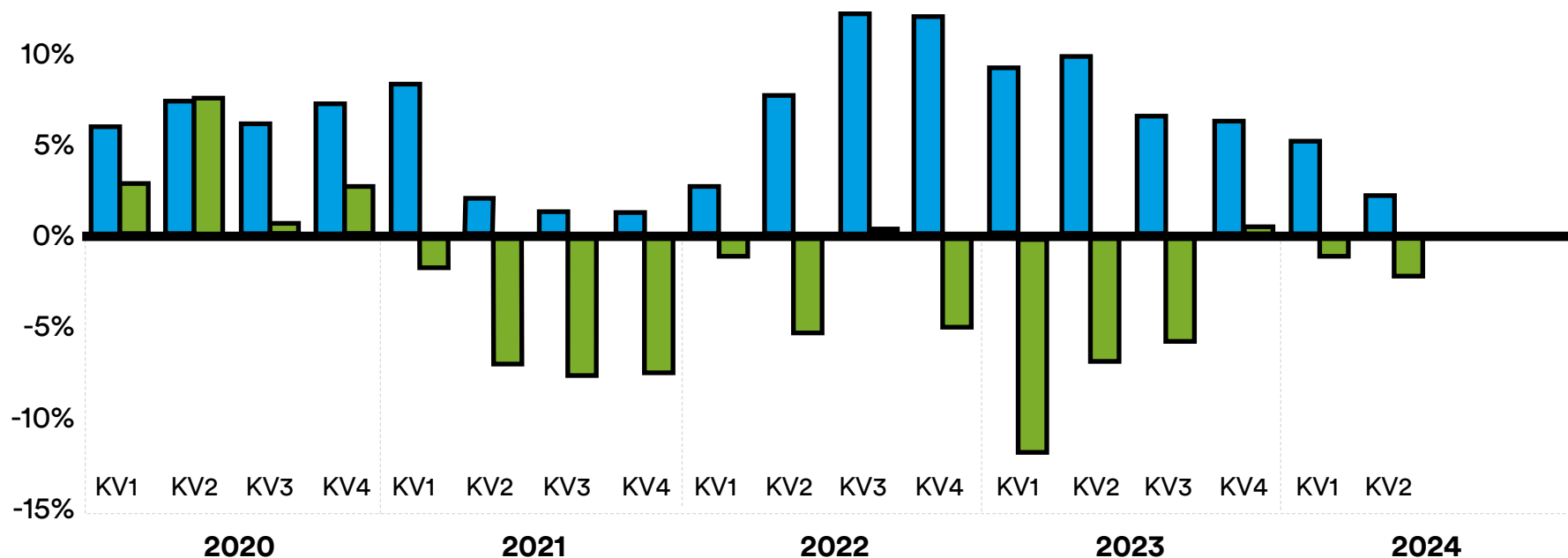
Av alla ekologiska livsmedel som i dag säljs i handeln är drygt hälften med denna definition möjliga att producera i Sverige. De värdemässigt största kategorierna är i fallande ordning frukt- och grönt, mejeriprodukter, ägg, spannmålsbaserade produkter och kött. Utvecklingen för dessa grupper särredovisas i kvartalsrapporterna. I slutet av rapporten förklaras vissa begrepp mera utförligt.

EKOMATENS ANDEL I SVENSK HANDEL 2004–2024



ANDEL EKOLOGISKT av försäljningsvärdet för alla livsmedel i svensk handel 2004 tom 2024 (prognos). Som högst var andelen 2016 med 7,2 %. From 2024 ingår inte MSC-märkt fisk i underlaget för den ekologiska försäljningen (mörkgrön linje). Under en övergångstid redovisas också den ekologiska andelen inklusive MSC-märkt fisk (ljusgrön linje). Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

EKOLOGISKT backar något under kvartal 2/2024



FÖRÄNDRING i ekologisk respektive konventionell försäljning för alla livsmedel i svensk handel kvartalsvis jämfört med samma kvartal ett år tidigare. Från 2020 till 2023 präglas samtliga staplar på olika sätt av pandemi och hög inflation. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

● Ekologiskt
● Konventionellt

Ekoförsäljningen minskade något – konventionellt ökade

Den sammanlagda livsmedelsförsäljningen i dagligvaruhandeln under det andra kvartalet 2024 ökade i värde med 2,1 %. Ekologiskt minskade med 2,2 procent.

Siffrorna över försäljningsutvecklingen under andra kvartalet 2024 jämfört med samma kvartal 2023 visar en sammansatt bild. Konventionella produkter har över lag ökat mer i pris än ekologiska, varför prisskillnaden mellan konventionellt och ekologiskt fortsätter att minska.

Förändringar för de ekologiska livsmedlen skiljer kraftigt mellan kategorier. Mejeriprodukter och frukt och grönt ökar i volym, medan ägg och kött minskar. Priset på ekologiska mejeriprodukter och frukt och grönt minskar, medan det ökar på kött, ägg och spannmålsbaserade produkter.

FÖRSÄLJNINGSVÄRDETS förändring i svensk handel. Kvartal 2 2024 jämfört med kvartal 2 2023. Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

+2,1%

Alla livsmedel

-2,2%

Ekologiska livsmedel

+2,3%

Konventionella livsmedel

KVARTAL 2: Ekologiskt svagt nedåt – försäljningsvärdet sjönk med 2,2 %

Försäljningsvärdet för ekologisk mat i svenska livsmedelsbutiker sjönk under det andra kvartalet 2024 med 2,2 % jämfört med samma period 2023. Jämfört med för fem år sedan ligger den ekologiska försäljningen i dag 14,7 % lägre.

	Alla livsmedel	Ekologiska	Konventionella
Kvartal 2	+2,1%	-2,2%	+2,3%
Hittills 2024	+3,5%	-1,7%	+3,8%
Senaste 5 åren	+29,4%	-14,7%	+32,5%

PROCENTTALEN VISAR förändring i försäljningsvärde i handeln. Den översta raden visar förändringen jämfört med samma period 2023. Femårstillväxten visar förändringen mot ett genomsnitt för åren 2018 till 2020.

Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

Ekoprodukter som kan produceras i Sverige gick sämre än övrigt eko

Försäljningen av produkter baserade på svenska ekologiska råvaror som mjölk, kött och cerealier utvecklades sämre än importerade. I ett längre perspektiv har ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige haft en något starkare utveckling än de som måste importeras.

I siffrorna till höger skiljer vi på ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige och de som av klimatskäl inte kan produceras här. På sidan 18 finns en mer utförlig beskrivning av vilka produkter som ingår i de respektive grupperna. Samtliga ekologiska livsmedel utom frukt och grönt minskar i försäljningsvärde i under andra kvartalet 2024.

Att möjligt svenska ekologiska produkter

under kvartal 2 2024 utvecklades sämre än importerade avviker från vad som gäller för de senaste fem åren. Bilden såg något annorlunda när den MSC-märkta fisken ingick i underlagen (före 2024) för den ekologiska försäljningen. Det gör den inte längre vilket bidragit till att de möjligt svenska produkterna ni istället har haft en något bättre utveckling än de importerade.

FÖRSÄLJNINGSVÄRDETS förändring i svensk handel. Kvartal 2 2024 jämfört med kvartal 2 2023. Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

-2,2%

Alla ekologiska livsmedel

-2,9%

Ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige

-0,8%

Ekologiska livsmedel som inte kan produceras i Sverige

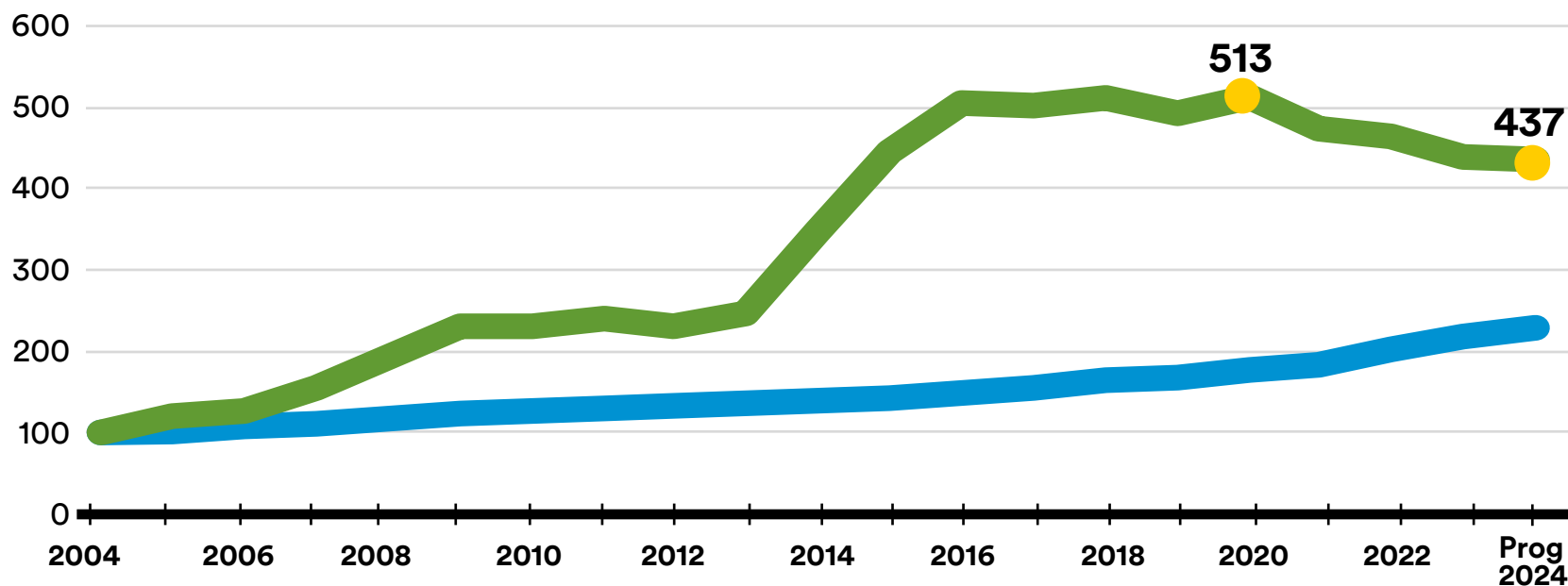
5-ÅRSPERSPEKTIV: Jämförbara siffror för svensk och importerad ekomat

Ekoförsäljningen minskade under kvartalet. Produkter som inte kan produceras i svenskt lantbruk minskade mindre än det som kan produceras i Sverige.

	Alla ekologiska livsmedel	Ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige	Ekologiska livsmedel som inte kan produceras i Sverige
Kvartal 2	-2,2%	-2,9%	-0,8%
Hittills 2024	-1,7%	-2,2%	-0,8%
Senaste 5 åren	-14,7%	-13,6%	-16,9%

TABELLEN VISAR förändring i försäljningsvärde i handeln. Den översta raden visar förändringen jämfört med samma period året före. Femårstillväxten jämför 2024 års utfall med ett genomsnitt för åren 2018 till 2020. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

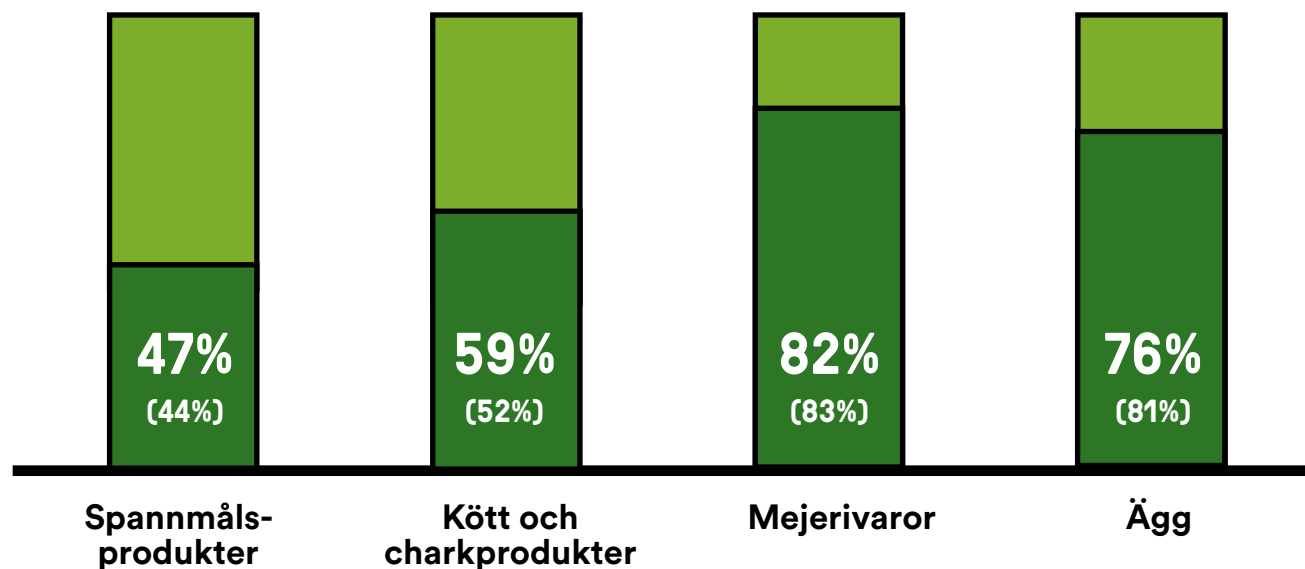
EKOMATENS TILLVÄXT I SVERIGE 2004–2024



KURVAN VISAR INDEX för hur försäljningsvärdet av ekologisk mat möjlig att producera i Sverige har utvecklats sedan 2004. Efter en kraftig ökning 2013 till 2016 planade tillväxten ut. Mellan 2021 till 2023 minskade den för att 2024 åter plana ut. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

● Ekologiskt
● Konventionellt

ANDEL KRAVMÄRKT ÖKAR I TVÅ AV FYRA KATEGORIER UNDER KVARTAL 2/2024

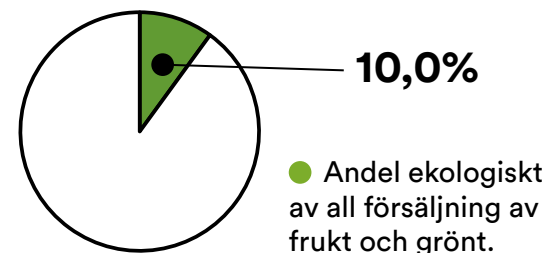


STAPLARNAS mörkgröna del visar andel av ekoförsäljningen som är KRAV-märkt. Övrig ekologisk försäljning märks enbart med EUs logotyp för ekologiska livsmedel. För frukt- och grönt saknas data för andel KRAV-märkt. Siffrorna inom parantes avser kvartal 2 2023. Källor: Egen bearbetning av data från

● Andel KRAV av eko
● EU-ekologiskt

FRUKT OCH GRÖNT

Under kvartal 2 ökade både ekologiskt och konventionellt frukt och grönt. Andelen ekologiskt av försäljningsvärdet sjönk från 10,5 % till 10,0 %.

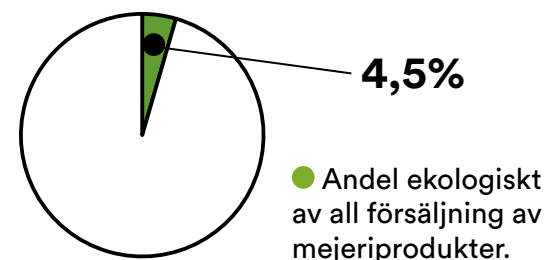


	Kvartal 2 2024	Ändring i kronor sedan kvartal 2 2023	Ändring i procent sedan kvartal 2 2023
Ekologiskt försäljningsvärde	+1 591 milj kr	+3 milj kr	+0,2%
Konventionellt försäljningsvärde	+14 271 milj kr	+700 milj kr	+5,2%
Merpris eko (potatis i butik)	+1,02 kr/kg	-1,71 kr/kg	-62,6%

TABELLEN VISAR handelns försäljningen av all frukt- och grönt. Därmed omfattar siffrorna både sådant som kan produceras i Sverige och sådant som inte kan det. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

MEJERI

Ekologiska mejeriprodukter minskade i försäljningsvärde under kvartal 2. Det berodde på lägre pris då volymen samtidigt ökade. Ekoandelen sjönk från 4,6 % till 4,5 %.



	Kvartal 2 2024	Ändring i kronor sedan kvartal 2 2023	Ändring i procent sedan kvartal 2 2023
Ekologiskt försäljningsvärde	+532 milj kr	-18 milj kr	-3,3%
Konventionellt försäljningsvärde	+11 319 milj kr	-52 milj kr	-0,5%
Merpris eko (konsumtionsmjölk)	+1,00 kr/kg	-0,43 kr/kg	-29,8%

TABELLEN VISAR handelns försäljning av mejeriprodukter. De ekologiska mejeriprodukternas försäljning har minskat kontinuerligt sedan 2016, samtidigt som försäljningen av konventionella mejeriprodukter har ökat kraftigt. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

KÖTT

Försäljningsvärdet för ekologiskt kött minskade under kvartal 2. Konventionellt kött ökade och andelen eko sjönk därför något, från 1,6 till 1,5 %.



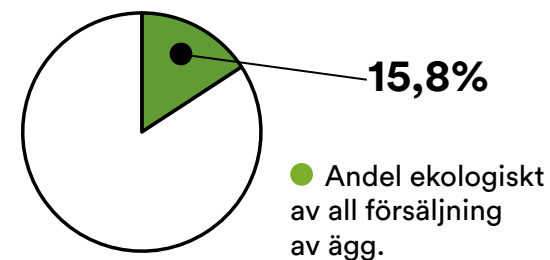
	Kvartal 2 2024	Ändring i kronor sedan kvartal 2 2023	Ändring i procent sedan kvartal 2 2023
Ekologiskt försäljningsvärde	+212 milj kr	-2 milj kr	-0,9%
Konventionellt försäljningsvärde	+13 934 milj kr	+490 milj kr	+3,6%
Merpris eko (nötkött)	+29,58 kr/kg	-1,51 kr/kg	-4,9%

TABELLEN VISAR handelns försäljning av kött. Försäljningen av ekologiskt kött i kvartal 1 och 2 2024 har minskat något efter att i kvartal 4 2023 ha ökat markant.

Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

ÄGG

Försäljningen av ekologiska ägg minskade i såväl värde som andel. Produktionen av konventionella ägg har ökat efter omfattande störningar 2023. Värdeandelen för eko minskade från 20,8 % till 15,8 %.

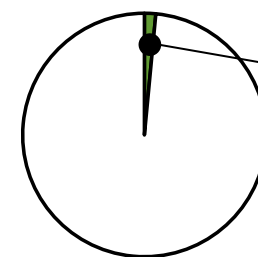


	Kvartal 2 2024	Ändring i kronor sedan kvartal 2 2023	Ändring i procent sedan kvartal 2 2023
Ekologiskt försäljningsvärde	+209 milj kr	-53 milj kr	-20,3%
Konventionellt försäljningsvärde	+1 112 milj kr	+116 milj kr	+11,6%
Merpris eko (kr/styck)	+1,06 kr/st	+0,03 kr/st	+3,2%

TABELLEN VISAR handelns försäljning av ägg. Försäljningen av ekoägg har under en följd av år varit stabil, men störningar i konventionell äggproduktion har de senaste åren gjort siffrorna ryckiga med först en ökning och nu en minskning för ekoäggen. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

SPANNMÅLSBASERAT

Försäljningen av spannmålsbaserade ekoprodakter minskade samtidigt som de konventionella ökade något. Andelen ekologiskt sjönk från 1,6 % till 1,5 %.



1,5%

● Andel ekologiskt av all försäljning av spannmålsbaserade livsmedel.

	Kvartal 2 2024	Ändring i kronor sedan kvartal 2 2023	Ändring i procent sedan kvartal 2 2023
Ekologiskt försäljningsvärde	+189 milj kr	-9 milj kr	-4,6%
Konventionellt försäljningsvärde	+12 413 milj kr	+89 milj kr	+0,7%
Merpris eko (matbröd)	16,90 kr/kg	-0,62 kr/kg	-3,5%

TABELLEN VISAR handelns försäljning av spannmålsbaserade produkter. Försäljningen av ekologiskt har de senaste åren varierat mellan produkter. Havregryn har vuxit kraftig, medan till exempel bröd har utvecklats svagare. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

NÅGRA BEGREPP

Försäljningsvärde

Hur stor försäljningen är i handeln kan mätas på flera sätt. I den här rapporten utgår alla jämförelser från värdet av försäljningen inklusive moms. Grunden för det är att följa försäljningen av olika produkter räknat i kronor. Försäljningsvärde skiljer sig från försäljningsvolym, då man i stället mäter hur många kilo eller liter av en viss vara som har sålt.

Index

I rapporten används på sidan 9 index som ett sätt att sammanfatta försäljningsutvecklingen för ekologisk och konventionell mat från 2004 fram till i dag. Basåret 2004 ges både ekologiskt och konventionellt index 100 och därefter räknas indexet för det ena och det andra upp med den procentuella förändringen år för år. Av indexen i diagrammet framgår att ekologiskt över den här tidsperioden har ökat mer än dubbelt så mycket som konventionellt.

Ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige

Av de livsmedel som säljs i svensk handeln är vissa möjliga att producera i Sverige, medan andra inte är det. Då ett av syftena med svenskt ekoin- dex är att ge en bild av den möjliga marknaden för svenska ekologiska produkter delar vi i vissa beräkningar upp försäljningen i sådant som skulle

kunna produceras i Sverige respektive sådant som aldrig skulle kunna produceras här.

Det är inte alltid lätt att dra gränserna, men av alla livsmedel som säljs i handeln i dag är cirka drygt hälften sådant som skulle kunna produceras här. Exempel på sådant som inte kan produceras i Sverige är kaffe, te, flertalet vegetabiliska oljor, citrusfrukter, bananer och en del exotiska frukter och grönsaker. Till denna grupp har också förts fisk, eftersom huvuddelen av fisken som säljs i Sverige kommer från fiskbestånd där förvaltningen av bestånden ligger på internationell nivå.

Till de produkter som kan produceras i Sverige hör potatis, frukt och grönt som inte är exotiska, mejerivaror, kött, ägg och sådana produkter som baseras på spannmål, oljeväxter, sockerbetor och proteingrödor.

Handeln

I den här rapporten följer vi försäljnings- utvecklingen inom handeln. Med handel avses alla fysiska livsmedelsbutiker, e-handel, servicehandel, matkassar och övrig detaljhandel. Däremot ingår inte restauranger och offentliga kök och inte heller Systembolagets försäljning.

SCB, Nielsen och GfK

De siffror som presenteras kommer från tre olika källor. Den totala försäljningen av olika produk-

ter sammanställs med viss eftersläpning av SCB (Statistiska centralbyrån). Denna ger en relativt heltäckande och väl underbyggd bild av såväl ekologisk som konventionell försäljning uppdelat på olika produktgrupper. För att kunna följa förändringarna kvartalsvis använder vi data från analysföretagen Nielsen respektive GfK, då dessa publicerar försäljningsdata kort efter att ett kvartal har löpt ut. Eftersom varken Nielsen och GfK fångar all försäljning inom handeln, använder vi förändringarna från dessa för att räkna om SCBs siffror till uppdaterade nivåer för helheten.

Merpris ekologiskt

På några sidor redovisas merpriser på ekologiska produkter, det vill säga hur mycket mer en liter eller ett kilo av en viss vara kostar som ekologisk i genomsnitt av all försäljning i svensk handel. Merpriser redovisas på några utvalda exempel på enskilda varor i livsmedelsbutiken, till exempel konsumtionsmjölk, centralpackat nötkött och potatis. Underlaget kommer här från Nielsen för allt utom potatis där siffrorna kommer från GfK.

SVENSKT EKOINDEX

SVENSKT EKOINDEX

KVARTAL 2/2024

Ekologiska Lantbrukarna, KRAV
& Organic Sweden

Denna rapport finansieras med hjälp av medel från Jordbruksverket inom ramen för den svenska livsmedelsstrategin. Arbetet styrs av en projektgrupp bestående av Sofia Emilsson/Ekologiska Lantbrukarna, Charlotte Bladh-André/Organic Sweden och Caroline Hellbacher/KRAV.

Rapportens innehåll har tagits fram av Lantbruksekonomen Lars Jonasson och journalisten Niclas Åkeson/Publishing Farm.

