

KVARTAL 3/2021

**EKOMATEN
FORTSÄTTER
ATT TAPPA
MARKNADS-
ANDELAR
I HANDELN**

I KORTHET: EKOMATEN BACKAR PÅ STILLASTÅENDE TOTALMARKNAD

Under det tredje kvartalet i år minskade försäljningen av ekologisk mat i handeln med 7,4 % jämfört med samma kvartal 2020. Motsvarande siffra för konventionella livsmedel var en minskning på 0,1 %.

Försäljningssiffrorna för tredje kvartalet i år visar att nedgången för den ekologiska maten fortsätter i ungefär samma takt som under det andra kvartalet. Då minskade försäljningen med 6,4 % jämfört med samma period 2020. Också under det andra kvartalet minskade försäljningen av konventionell mat bara marginellt. Det innebär att andelen ekologiskt av all livsmedelsförsäljning under 2021 har minskat.

Mejeriprodukter och ägg minskar mest

Procentuellt minskade försäljningen av ekologiskt mest för mejeriprodukter och ägg, där nedgången var cirka 12 % för båda. Bäst klarade sig ekologisk fruk- och grönt som bara minskade med 4 procent. Här minskade den konventionella försäljningen väsentligt mer vilket innebär att ekologiskt ökade sin andel av försäljningen i just denna kategori.

Kött och spannmålsprodukter minskade under kvartal 3 med 6,5 % respektive 7,8 % jämfört med kvartal 3 2020.

Delar vi upp ekomarknaden i produkter som kan produceras i Sverige och produkter som inte kan produceras i Sverige visar det sig att produkter som kan produceras i Sverige under kvartal 3 minskade mera i försäljning (-9,7 %) än produkter som inte kan produceras i Sverige (-4,9 %).

Ekoandelen sjunker i handeln

Ekoandelen av handelns sammanlagda livsmedelsförsäljning ligger under årets tre första kvartal på 7,0 %. Denna siffra kan jämföras med helåret 2020 då den låg på 7,5 %. Som högst har andelen ekologiskt i handeln legat på 7,9 %, en nivå som uppnåddes 2016. Samtliga mått ovan avser andelar av försäljningsvärden projektet Hållbar livsmedelskedja.

**SVENSKA
EKOPRODUKTER
MINSKAR
SNABBARE ÄN
IMPORTERADE**

DETTA ÄR SVENSKT EKOINDEX

Svenskt Ekoindex följer försäljningsutvecklingen för ekologiska livsmedel i handeln. Rapporter publiceras kvartalsvis och belyser särskilt förutsättningarna för svenska ekologiska livsmedel.

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 kommer från och med 2022 att belysas 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.

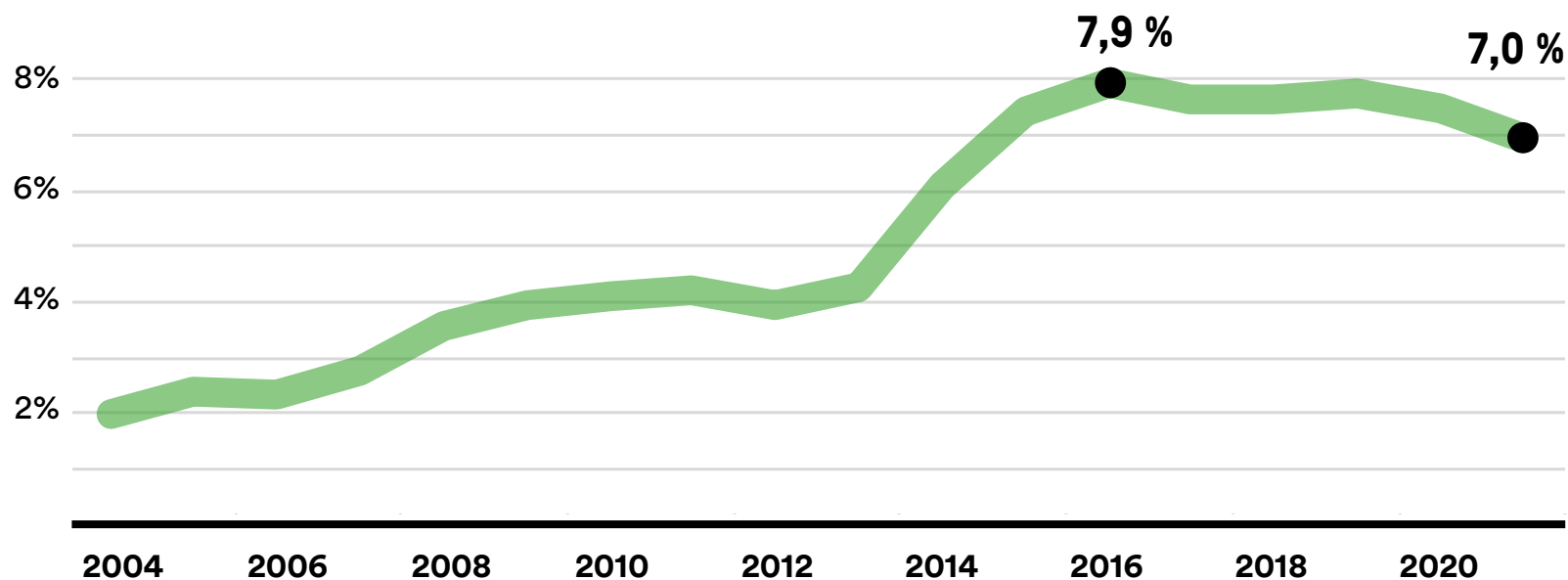
Möjligt svenskt särredovisas

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 cirka 54 procent med denna definition möjliga att producera i Sverige. De värdemässigt största kategorierna är i fallande ordning frukt- och grönt, mejeriprodukter, kött, spannmålsbaserade produkter och ägg. Utvecklingen för dessa grupper särredovisas i kvartalsrapporterna. I slutet av rapporten förklaras vissa begrepp mera utförligt.

I samband med publiceringen av kvartalsrapporten släpps också en tabell- och diagrambilaga med fördjupad information. Båda dokumenten finns att ladda ned på ekolantbruk.se/marknad.

EKOMATENS ANDEL I SVENSK HANDEL 2004–2021



KURVAN VISAR andelen ekologiskt av försäljningsvärdet för alla livsmedel som säljs i svensk handel 2004 till och med kvartal 3 2021. Under de tre första kvartalen 2021 var den 7,0 %. Som högst var andelen 2016 då den låg på 7,9 %. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

DYSTER PANDEMIREKYL – EKOLOGISKT BACKADE 7,4 %

Under kvartal 3/2021 minskade handlens försäljning av ekologiskt markant, samtidigt som konventionellt stod stilla. Pandemin påverkar fortfarande jämförelsetalen.

Siffrorna på denna sida visar hur försäljningen i handeln under kvartal 3/2021 utvecklats jämfört med samma kvartal 2020. Kvartal 3 2021 är precis som kvartal 2 mycket speciellt då årets siffror jämförs med de kvartal under 2020 när Covid-19 påverkade vårt sätt att inhandla livsmedel som mest. Under 2020 ökade våra inköp i handeln kraftigt till följd av pandemin och i år återgår inköpen till mera normala nivåer.

Det är därför väntat att det blir en nedgång i den samlade livsmedelsförsäljningen i handeln

under andra och tredje kvartalet. Försäljningen av ekologiska livsmedel minskade dock väsentligt mer än de konventionella, som i stort sett var oförändrad jämfört med samma kvartal 2020. Det medför att andelen ekologiskt av den totala livsmedelsförsäljningen fortsätter att minska.

Siffrorna avser all ekologisk mat som säljs i svensk handel, både den som produceras i Sverige och den som importerats.

FÖRSÄLJNINGSVÄRDETS förändring i svensk handel. Kvartal 3 2021 jämfört med kvartal 3 2020. Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

-0,6%

Alla livsmedel

-7,4%

Ekologiska livsmedel

-0,1%

Konventionella livsmedel

EKOLOGISKT TAPPAR ANDELAR I HANDELN

Hittills under 2021 har ekomaten minskat i försäljningsvärde med 5,2 procent. Nedgången i försäljningen var större under tredje kvartalet än det andra. Ekologiskt har hittills i år minskat medan konventionellt har ökat.

	Alla livsmedel	Ekologiska	Konventionella
Kvartal 3	-0,6 %	-7,4 %	-0,1 %
Kvartal 1-3	+1,2 %	-5,2 %	+1,7 %
Senaste 5 åren	+25,1%	+ 13,8%	+ 26,1 %

PROCENTTALEN VISAR förändring i försäljningsvärde i handeln. De två översta raderna visar förändringen jämfört med samma period 2020. Femårstillväxten visar förändringen mot ett genomsnitt för de tre första kvartalen 2015 till 2017.

Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

MÖJLIGA SVENSKA EKOPRODUKTER BACKAR SNABBARE

Försäljningen av ekoproducter som kan produceras i Sverige har minskat något snabbare än de som inte kan produceras i Sverige. Det är en trend som har pågått under flera år.

I de här siffrorna skiljer vi på ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige och de som av klimatskäl inte kan produceras här. På sidan 18 finns en mera utförlig beskrivning av vilka produkter som ingår i de respektive grupperna.

Alla ekologiska livsmedel minskar i försäljning, men importerade ekoproducter minskar inte lika mycket som de som kan produceras i Sverige. Denna trend har pågått under flera år och minskar förutsättningarna för ekologisk produktion på svenska gårdar.

FÖRSÄLJNINGSVÄRDETS förändring i svensk handel. Kvartal 3 2021 jämfört med kvartal 3 2020. Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

-7,4%

Alla ekologiska livsmedel

-9,7%

Ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige

-4,9%

Ekologiska livsmedel som inte kan produceras i Sverige

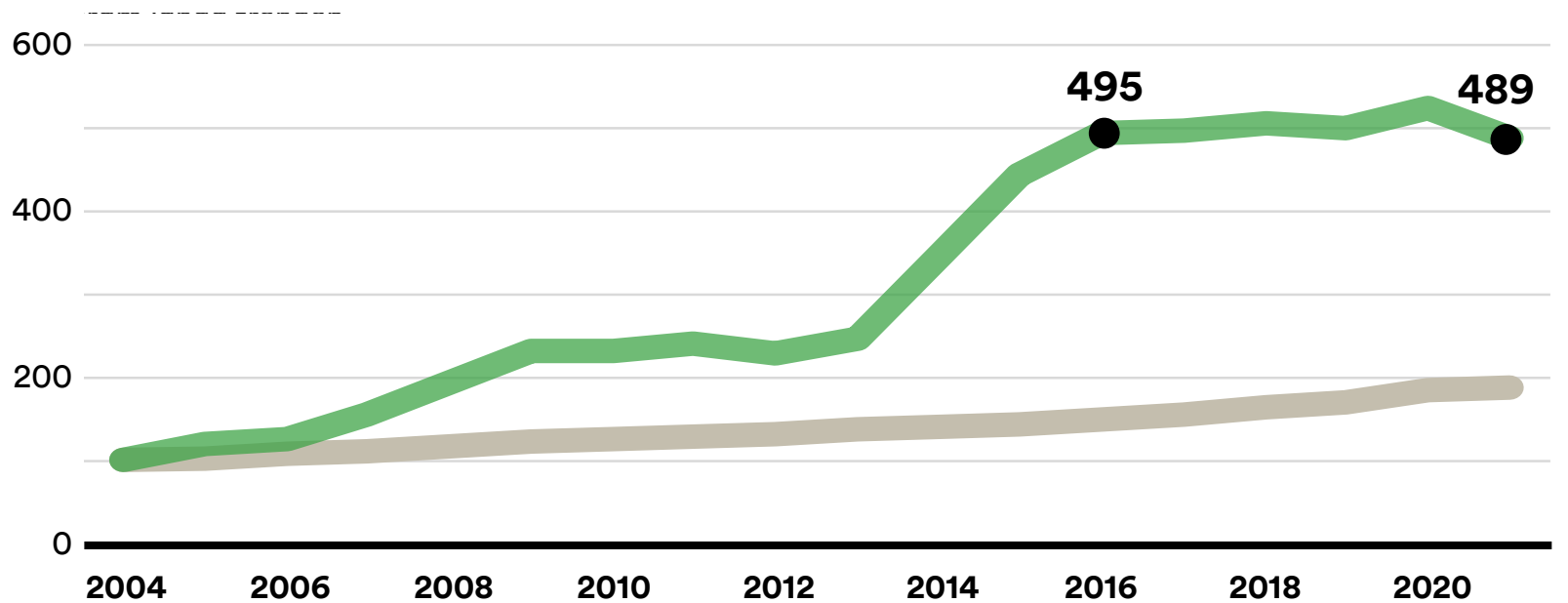
SVENSKT EKO HAR TAPPAT FEM ÅRS TILLVÄXT

Den svaga trenden för ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige har pågått länge. Försäljningen är nu tillbaka på samma nivå som för fem år sedan.

	Alla ekologiska livsmedel	Ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige	Ekologiska livsmedel som <u>inte</u> kan produceras i Sverige
Kvartal 3	- 7,4 %	- 9,7 %	- 4,9 %
Kvartal 1-3	- 5,2 %	- 7,2 %	- 3,0 %
Senaste 5 åren	+ 13,8 %	+ 2,2 %	+ 32,3 %

TABELLEN VISAR förändring i försäljningsvärde i handeln. De två översta raderna visar förändringen jämfört med samma period året före. Femårstillväxten jämför 2021 års tre första kvartal med ett genomsnitt för de tre första kvartalen 2015 till 2017. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

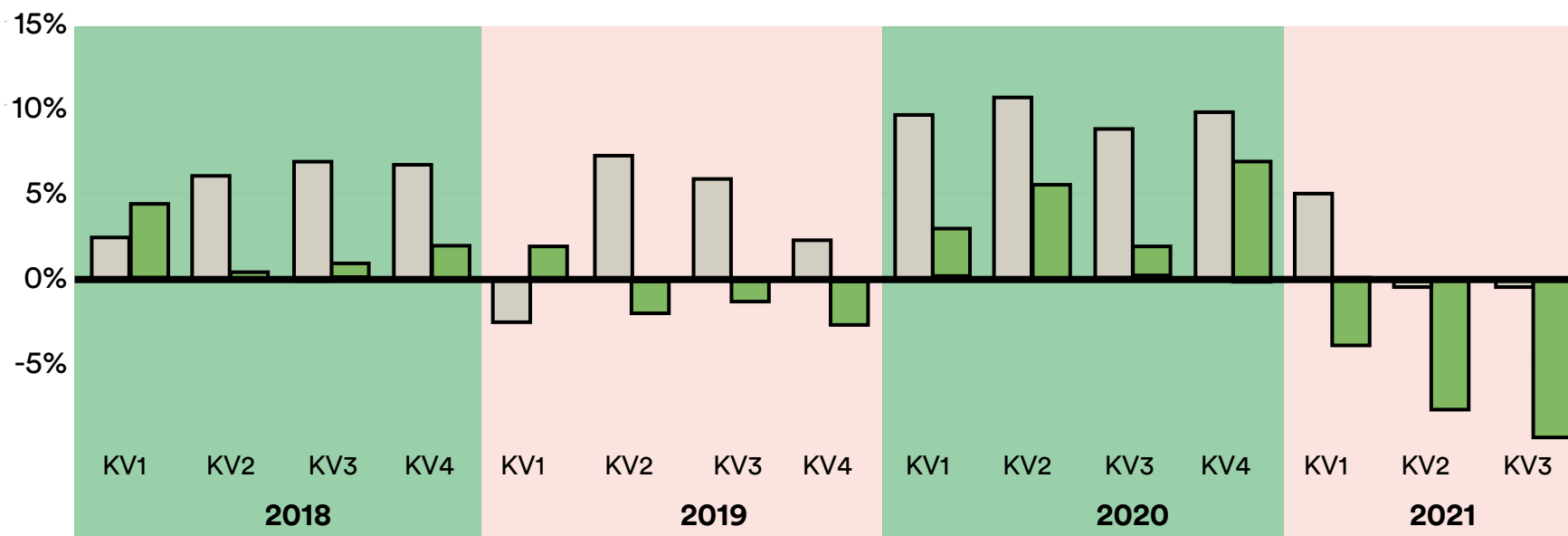
EKOMATENS TILLVÄXT I SVERIGE 2004–2021



KURVAN VISAR INDEX för hur försäljningsvärdet av ekologisk mat som är möjlig att producera i Sverige har utvecklats sedan 2004. Efter en kraftig ökning 2013 till 2016 har tillväxten planat ut och de första tre kvartalen i år minskat något. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

● Ekologiskt
● Konventionellt

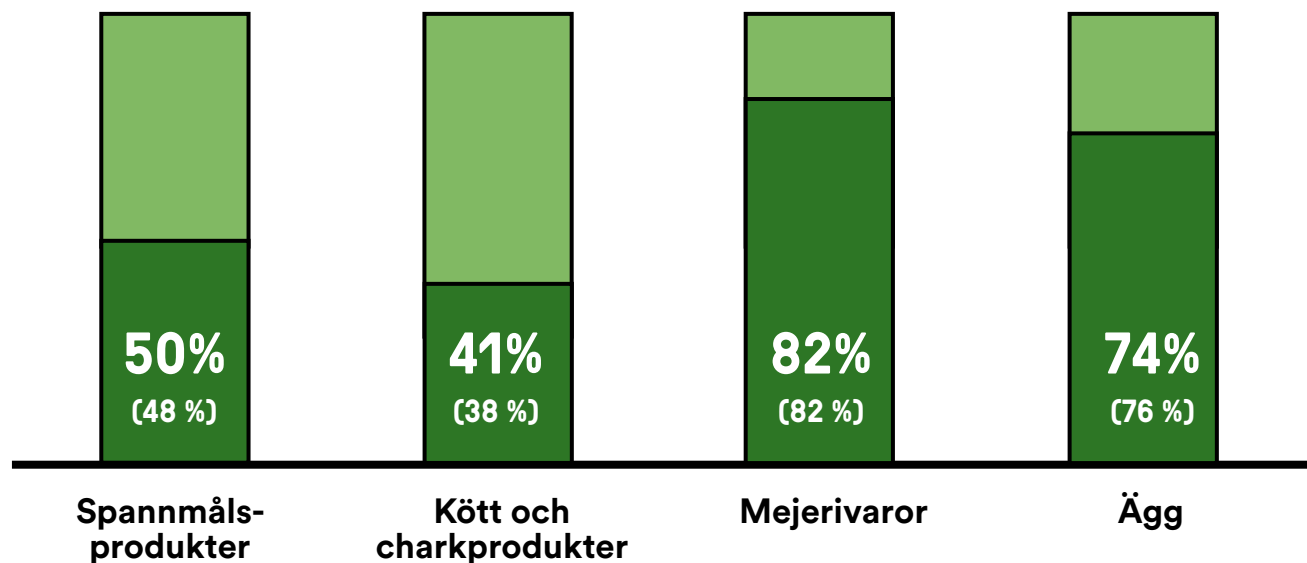
PANDEMIN GER EXTREMA UTFALL 2020 OCH 2021



FÖRÄNDRING i ekologisk respektive konventionell försäljning av livsmedel som kan produceras i Sverige kvartalsvis sedan 2018. Under 2020 och 2021 präglas samtliga staplar av pandemins inverkan på konsumtionen av livsmedel. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

● Ekologiskt
● Konventionellt

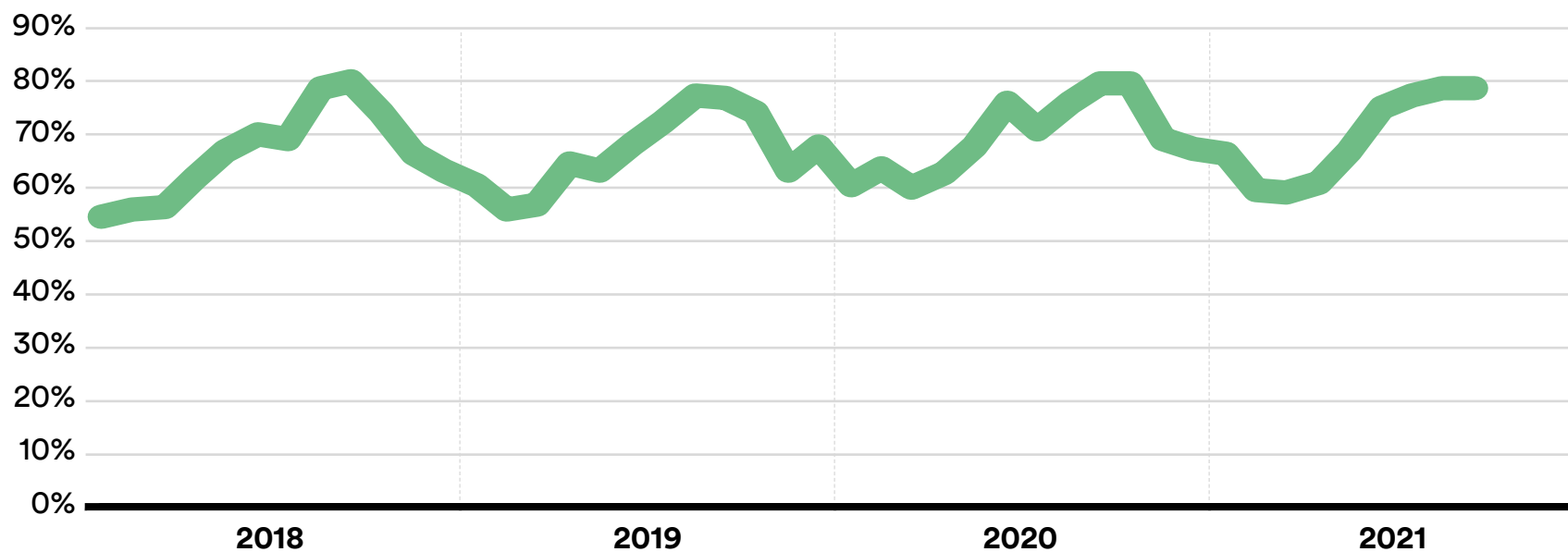
ANDEL AV EKOFÖRSÄLJNINGEN UNDER KVARTAL 3/2021 SOM ÄR KRAV-MÄRKT



STAPLARNAS mörkgröna del visar andel av ekoförsäljningen som är Krav-märkt. Övrig ekologisk försäljning märks enbart med EU:s logotyp för ekologiska livsmedel. För frukt- och grönt saknas data för andel Krav-märkt. Siffror inom parentes avser kv 3 2020. Källor: Egen bearbetning av data från Nielsen.

● Andel KRAV av eko
● EU-ekologiskt

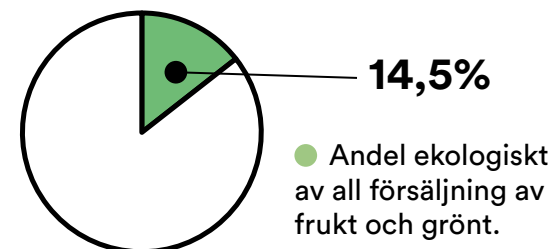
ANDEL SVENSKT FÖR VISS FRUKT- OCH GRÖNT MÅNADSVIS 2018-2021



KURVAN VISAR andelen svenskt månadsvis sammanräknat för privatkonsumtionen av ekologiskt avseende produkterna äpple, morötter, vitkål, blomkål, broccoli, stora tomater, cocktailtomater, gurka, lök, potatis, sallat och färska kryddor. Källa: Egen bearbetning av data från GfK.

FRUKT OCH GRÖNT

Under kvartal 3 sålde ekologiskt frukt- och grönt bättre än konventionellt. Båda minskade men andelen ekologiskt ökade från 13,8 % till 14,5 %.

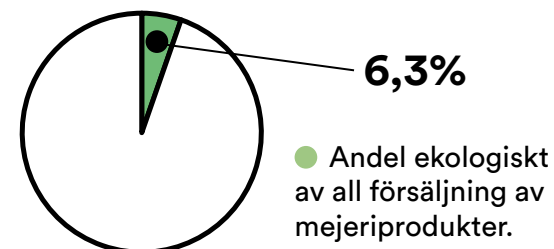


	Kvartal 2 2021	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2020	Ändring i procent sedan kvartal 3 2020
Ekologiskt försäljningsvärde	2 081 milj kr	- 88 milj kr	- 4,0 %
Konventionellt försäljningsvärde	12 304 milj kr	- 1 249 milj kr	- 9,2 %
Merpris eko (potatis)	4,71 kr/kg	-1,18 kr/kg	-20,0 %

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 markant i försäljning och andel under kvartal 3. Andelen ekologiskt sjönk från 7,1 % till 6,3 %.

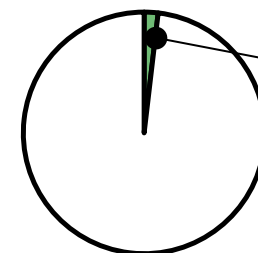


	Kvartal 3 2021	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2020	Ändring i procent sedan kvartal 3 2020
Ekologiskt försäljningsvärde	669 milj kr	- 90 milj kr	- 11,9 %
Konventionellt försäljningsvärde	9 928 milj kr	+ 19 milj kr	+ 0,2 %
Merpris eko (k-mjölk)	2,16 kr/kg	- 0,10 kr/kg	- 4,6 %

TABELLEN VISAR handelns försäljning av mejeriprodukter. De ekologiska mejeriprodukternas försäljning har minskat kontinuerligt sedan 2018, samtidigt som försäljningen av konventionella mejeriprodukter har ökat kraftigt. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

KÖTT

Försäljningen av ekologiskt kött minskade i såväl försäljning och andel. Under kvartal 3 sjönk andelen ekologiskt från 2,0 % till 1,9 %.



1,9%

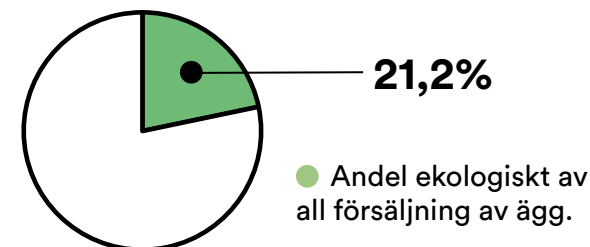
● Andel ekologiskt av all försäljning av kött.

	Kvartal 3 2021	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2020	Ändring i procent sedan kvartal 3 2020
Ekologiskt försäljningsvärde	221 milj kr	- 15 milj kr	- 6,5 %
Konventionellt försäljningsvärde	11 571 milj kr	- 157 milj kr	- 1,3 %
Merpris eko, nötkött	33,54 kr/kg	- 1,87 kr/kg	-5,3 %

TABELLEN VISAR handelns försäljning av kött. Försäljningen av ekologisk kyckling har de senaste åren ökat, medan lamm, gris och nöt har minskat. Mest har försäljningen av ekologiskt lammkött gått ned. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

ÄGG

Försäljningen av ekologiska ägg minskade i såväl värde som andel. Under kvartal 3 sjönk värdeandelen från 23,1 % till 21,1 %.

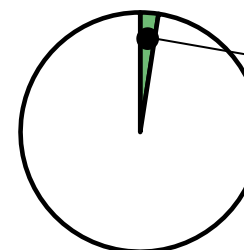


	Kvartal 3 2021	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2020	Ändring i procent sedan kvartal 3 2020
Ekologiskt försäljningsvärde	215 milj kr	- 29 milj kr	- 11,7 %
Konventionellt försäljningsvärde	800 milj kr	- 10 milj kr	- 1,2 %
Merpris eko, kr st	1,04 kr/kg	- 0,15 kr/kg	- 12,4 %

TABELLEN VISAR handelns försäljning av ägg. Försäljningen av ekologiska ägg har de senaste åren varit relativt stabil, samtidigt som försäljningen av konventionella ägg har ökat markant. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

SPANNMÅLSBASERAT

Försäljningen av ekologiska spannmålsbaserade produkter minskade i såväl försäljning som andel. Under kvartal 3 sjönk andelen från 2,7 % till 2,5 %.



2,5%

● Andel ekologiskt av all försäljning av spannmålsbaserade livsmedel.

	Kvartal 3 2021	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2020	Ändring i procent sedan kvartal 3 2020
Ekologiskt försäljningsvärde	253 milj kr	- 21 milj kr	- 7,8 %
Konventionellt försäljningsvärde	9 748 milj kr	+ 248 milj kr	+ 2,6 %
Merpris eko (matbröd)	22,97 kr/kg	- 0,48 kr/kg	- 2,1 %

TABELLEN VISAR handelns försäljning av spannmålsbaserade produkter. Försäljningen av ekologiskt har de senaste åren har 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 ekoinde-
x 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 75 % 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 försäljningsutvecklingen 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 3/2021

Ekologiska Lantbrukarna.

Denna rapport finansieras med hjälp av medel från Jordbruksverket inom ramen för den svenska livsmedelsstrategin. Arbetet styrs av en projektgrupp inom Ekologiska Lantbrukarna bestående av Sofia Emilsson och Gunilla Östangård.

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

Omslagsfoto av Ekologiska Lantbrukarna.