

SVENSKT EKOINDEX

KVARTAL 3/2023

**”EKO-
MARKNADEN
STABILISERAS, OCH
EKOÄGGEN TAR
ANDELAR AV DEN
TOTALA FÖR-
SÄLJNINGEN”**

EKOLOGISKA LANTBRUKARNA 2023

 Ekologiska
Lantbrukarna

KVARTAL 3: Nedgången i försäljningsvärde för ekologiskt bromsar in men volymerna minskar

Fokus på lågpris påverkar försäljningen av ekologiska livsmedel. Kvartal tre bättre än kvartal ett och två.

Försäljningsvärdet för ekologisk mat i svenska livsmedelsbutiker minskade med marginella 0,5 procent under det tredje kvartalet 2023 jämfört med samma period året innan. Utfallet är ett nettoresultat av högre priser och mindre sålda volymer. Under årets första och andra kvartal minskade dock försäljningsvärdet med 5,9 respektive 1,8 procent, vilket innebär att takten i nedgången dämpats under året.

Utvecklingen i ekoförsäljningen under kvartal 3 2023 jämfört med samma kvartal 2022 skiljer sig något mellan kategorier. För mejeriprodukter sjönk försäljningsvärdet med 8,4 procent, varav en nedgång i volym stod för 7,3 procent. De ekologiska äggen fortsatte att gå bra. Försäljningsvärdet ökade med hela 13 procent, varav 4,7 procent berodde på ökade volymer. För frukt och grönt minskade försäljningsvärdet med 0,6 procent. Volymerna minskade med 4,1 procent.

En förändring under tredje kvartalet är att de

ekologiska sortimenten bara minskade marginellt samtidigt som tillväxttakten i den konventionella försäljningen var lägre än tidigare. Skillnaden i försäljningsutveckling mellan ekologiskt och konventionellt är därmed inte lika stor som tidigare, även om konventionellt fortfarande har en bättre utveckling än ekologiskt.

De senaste två åren har inflationen i Sverige varit den högsta på flera decennier och till det har prisuppgångar på livsmedel bidragit starkt. Men under det tredje kvartalet 2023 jämfört med kvartalet närmast före har priserna på den ekologiska maten inte längre ökat. För vissa kategorier har de tvärtom sjunkit. Detta gäller för mejeri, kött och frukt- och grönt. Samma mönster kan skönjas för konventionella livsmedel, men inte lika tydligt som för de ekologiska. Under hela perioden med hög inflation (2022 och 2023) har priset på ekologiska livsmedel ökat markant mindre än för konventionella.

**”UNDER
TREDJE KVARTALET
SJÖNK PRISERNA PÅ
EKOMAT JÄMFÖRT
MED KVARTALET
INNAN”**

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.

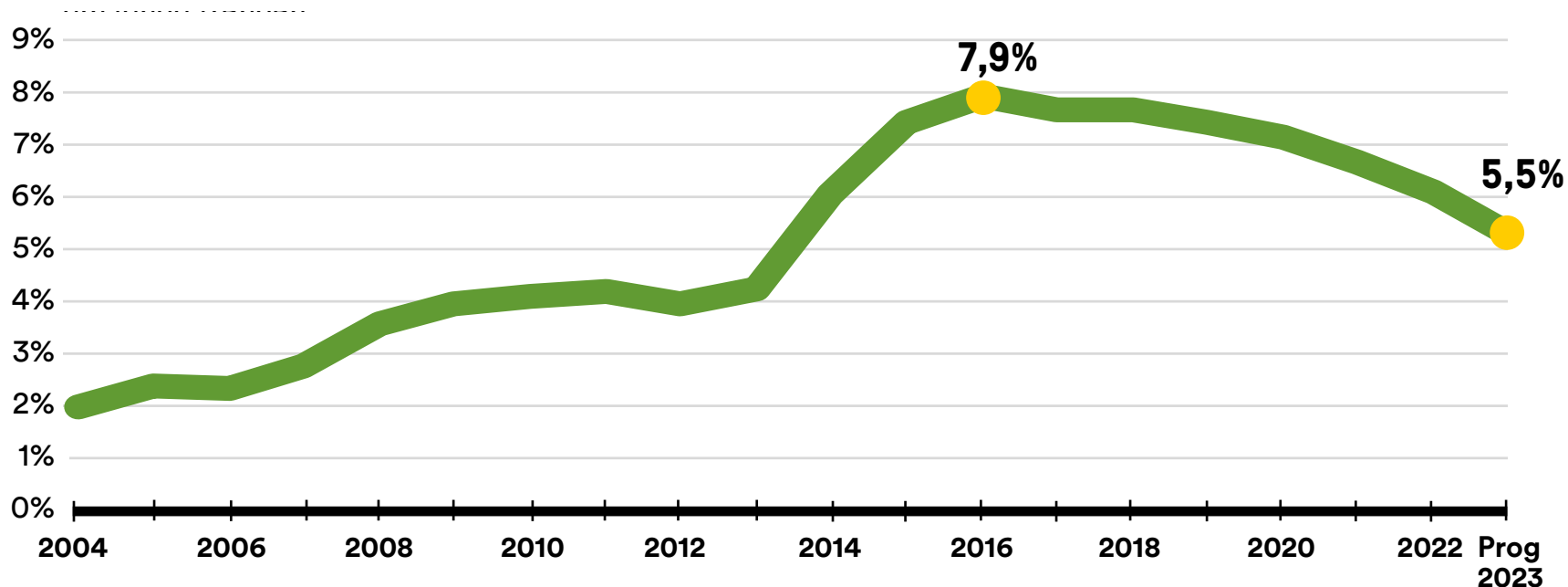
Möjligt svenskt särredovisas

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.

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 2004–2023



KURVAN VISAR andelen ekologiskt av försäljningsvärdet för alla livsmedel som säljs i svensk handel 2004 till och med 2023 (prognos). Som högst var andelen 2016 med 7,9 %.

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

Ekoförsäljningen minskade marginellt – konventionellt ökade markant

Den sammanlagda livsmedelsförsäljningen i dagligvaruhandeln under det tredje kvartalet 2023 ökade kraftigt i värde som en följd av fortsatt höga priser. Ekologiskt minskade något, men väsentligt mindre än föregående kvartal under 2023.

Siffrorna över försäljningsutvecklingen under tredje kvartalet jämfört med samma kvartal 2022 påverkas starkt av att maten nu är dyrare. För både ekologiskt och konventionellt gäller att priserna är högre, men volymerna har minskat. För den ekologiska maten har de högre priserna inte förmått

matcha kraftigt minskade sålda volymer, vilket resulterar i att det sammanlagda försäljningsvärdet har minskat med 0,5 procent. De sålda volymerna av ekologisk mat bedöms ha minskat med mellan 7 och 14 procent, för alla kategorier utom ägg där den under tredje kvartalet istället ökade något.

FÖRSÄLJNINGSVÄRDETS förändring i svensk handel. Kvartal 3 2023 jämfört med kvartal 3 2022. Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

+6,7%

Alla livsmedel

-0,5%

Ekologiska livsmedel

+7,1%

Konventionella livsmedel

KVARTAL 3: Dämpad nedgång för ekologiskt – långa trenden negativ

Försäljningen av ekologisk mat i svenska livsmedelsbutiker minskade tredje kvartalet 2023 i värde med 0,5 % jämfört med samma period 2022. Jämfört med för fem år sedan ligger den ekologiska försäljningen nu på en lägre nivå.

	Alla livsmedel	Ekologiska	Konventionella
Kvartal 3	+6,7%	-0,5%	+7,1%
Hittills 2023	+8,6%	-2,7%	+9,4%
Senaste 5 åren	+33,4%	-3,7%	+36,4%

PROCENTTALEN VISAR förändring i försäljningsvärde i handeln. De två översta raderna visar förändringen jämfört med samma period 2022. Femårstillväxten visar förändringen mot ett genomsnitt för åren 2017 till 2019.

Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

Ekoprodukter som kan produceras i Sverige gick något sämre än övrigt eko

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

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.

De flesta ekologiska livsmedel minskar i försäljningsvärde, men importerade ekoprodukter ökar något under tredje kvartalet. Att ekologiska livsmedel som inte kan produceras i Sverige säljer bättre än de som kan produceras i Sverige är en trend som har pågått en längre tid.

FÖRSÄLJNINGSVÄRDETS förändring i svensk handel. Kvartal 3 2023 jämfört med kvartal 3 2022. Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

-0,5%

Alla ekologiska livsmedel

-1,4%

Ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige

+0,6%

Ekologiska livsmedel som inte kan produceras i Sverige

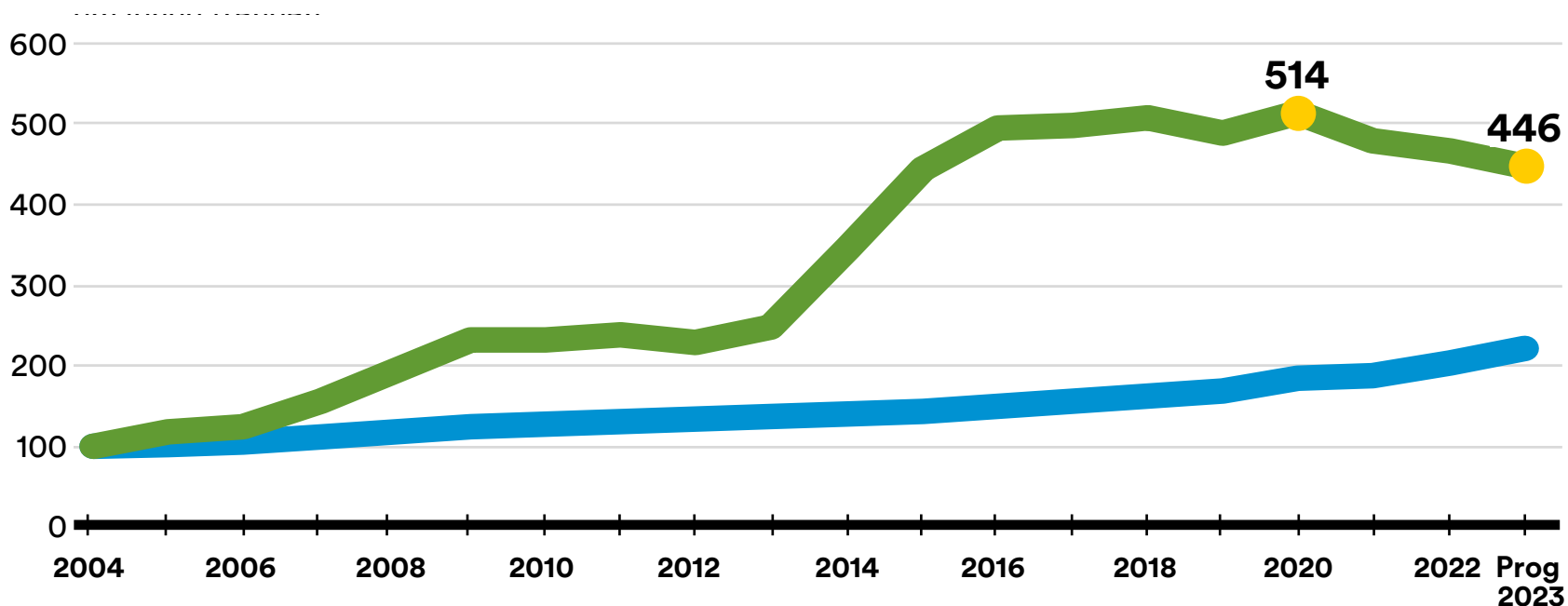
5-ÅRSPERSPEKTIV: Bättre siffror för ekomat som måste importeras

Ekoförsäljningen totalt minskade **MARGINELLT** under kvartalet. Produkter som inte kan produceras i svenskt lantbruk, till exempel fryst fisk ökade dock något.

	Alla ekologiska livsmedel	Ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige	Ekologiska livsmedel som <u>inte</u> kan produceras i Sverige
Kvartal 3	-0,5%	-1,4%	+0,6%
Hittills 2023	-2,7%	-5,6%	+1,0%
Senaste 5 åren	-3,7%	-10,1%	+5,6%

TABELLEN VISAR förändring i försäljningsvärde i handeln. De två översta raderna visar förändringen jämfört med samma period året före. Femårstillväxten jämför 2023 års utfall med ett genomsnitt för åren 2017 till 2019. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

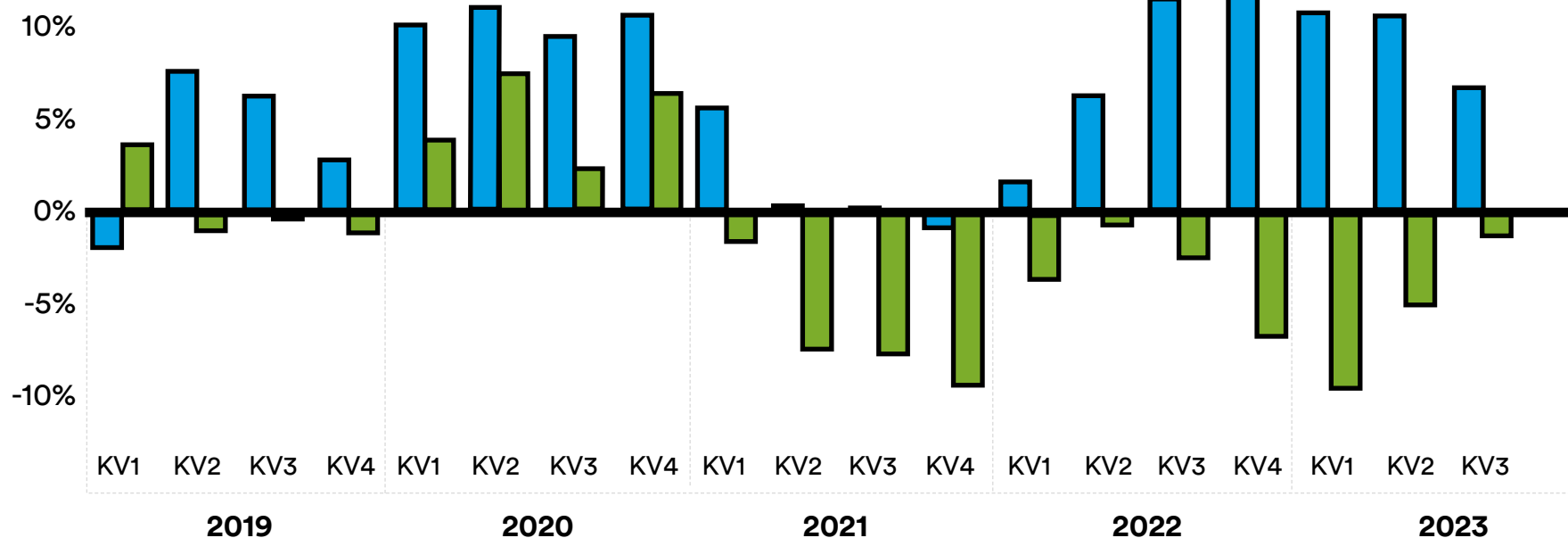
EKOMATENS TILLVÄXT I SVERIGE 2004–2023



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 under 2021 till 2023 minskat. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

● Ekologiskt
● Konventionellt

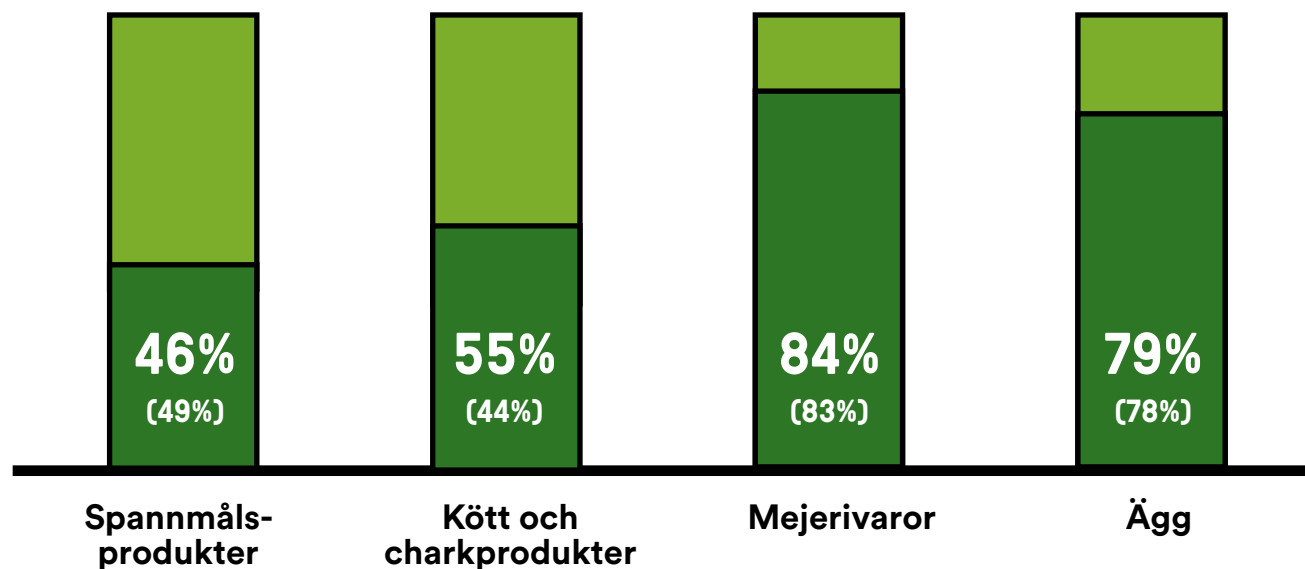
KRAFTIG PRISUPPGÅNG PÅ MAT GER STORT UTSLAG PÅ FÖRSÄLJNINGEN



FÖRÄNDRING i ekologisk respektive konventionell försäljning av livsmedel som kan produceras i Sverige kvartalsvis sedan 2019. 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

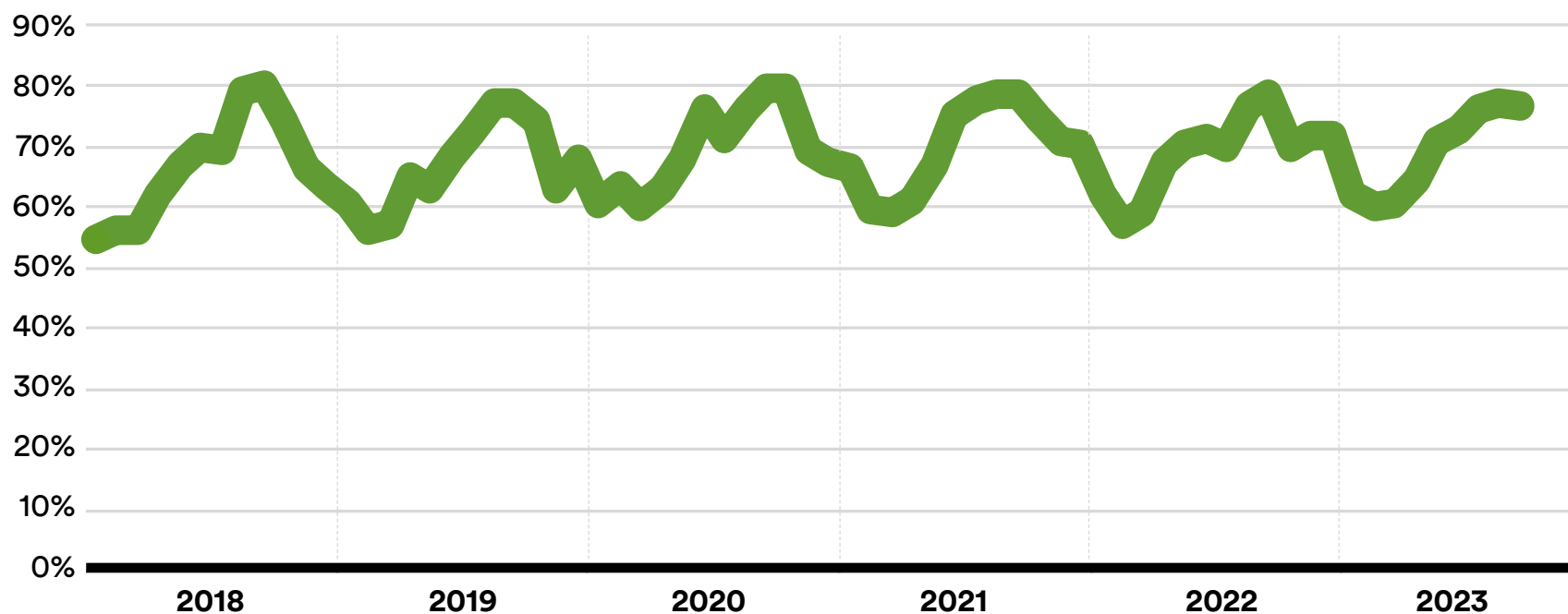
ANDEL KRAVMÄRKT ÖKAR I TRE AV FYRA KATEGORIER UNDER KVARTAL 3/2023



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. Siffra inom parentes avser kv 3 2022. Källor: Egen bearbetning av data från Nielsen.

● Andel KRAV av eko
● EU-ekologiskt

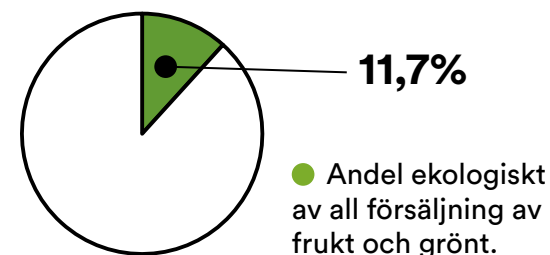
ANDEL SVENSKT FÖR VISS FRUKT- OCH GRÖNT MÅNADSVIS 2018-2023



KURVAN VISAR andelen svensktodlat 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 något sämre än konventionellt. Andelen ekologiskt av försäljningsvärdet sjönk från 12,1 % till 11,7 %.

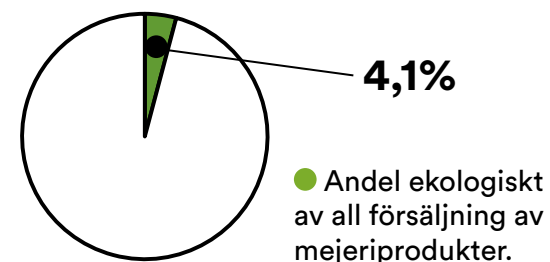


	Kvartal 3 2023	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2022	Ändring i procent sedan kvartal 3 2022
Ekologiskt försäljningsvärde	1 537 milj kr	-10 milj kr	-0,6%
Konventionellt försäljningsvärde	11 556 milj kr	+291 milj kr	+2,6%
Merpris eko (potatis i butik)	3,25 kr/kg	+0,13 kr/kg	+4,2%

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 3. Merparten berodde minskade sålda volymer. Ekoandelen sjönk från 4,7 % till 4,1 %.



	Kvartal 3 2023	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2022	Ändring i procent sedan kvartal 3 2022
Ekologiskt försäljningsvärde	531 milj kr	-49 milj kr	-8,4%
Konventionellt försäljningsvärde	12 330 milj kr	+638 milj kr	+5,5%
Merpris eko (konsumtionsmjölk)	1,51 kr/kg	-0,55 kr/kg	-26,6%

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 3. Konventionellt kött ökade och andelen eko minskade därför något, från 1,7 till 1,6 %.



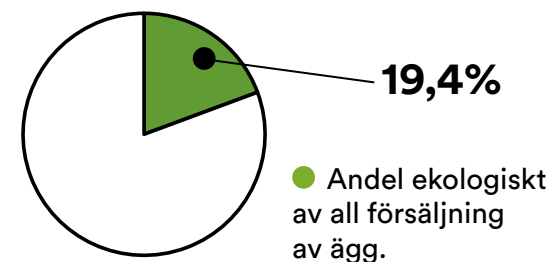
	Kvartal 3 2023	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2022	Ändring i procent sedan kvartal 3 2022
Ekologiskt försäljningsvärde	212 milj kr	-13 milj kr	-5,7%
Konventionellt försäljningsvärde	13 306 milj kr	+668 milj kr	+5,3%
Merpris eko (nötkött)	31,87 kr/kg	+3,13 kr/kg	+10,9%

TABELLEN VISAR handelns försäljning av kött. Försäljningen av ekologisk kyckling har under 2022 och 2023 minskat något, medan lamm, gris och nöt har stått stilla.

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

ÄGG

Försäljningen av ekologiska ägg steg i såväl värde som andel då de konventionella ökade något mindre. Värdeandelen för eko steg från 19,1 % till 19,4 %.

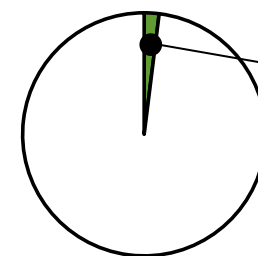


	Kvartal 3 2023	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2022	Ändring i procent sedan kvartal 3 2022
Ekologiskt försäljningsvärde	252 milj kr	+29 milj kr	+13,0%
Konventionellt försäljningsvärde	1 051 milj kr	+103 milj kr	+10,9%
Merpris eko (kr/styck)	1,04 kr/st	-0,13 kr/st	-11,1%

TABELLEN VISAR handelns försäljning av ägg. Försäljningen av ekologiska ägg har tidigare under 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 spannmålsbaserade ekoprodukt
stod stilla samtidigt som de konventionella ökade.
Under kvartal 3 sjönk andelen från 2,1 % till 2,0 %.



2,0%

● Andel ekologiskt av all försäljning av spannmålsbaserade livsmedel.

	Kvartal 3 2023	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2022	Ändring i procent sedan kvartal 3 2022
Ekologiskt försäljningsvärde	244 milj kr	0 milj kr	0,0%
Konventionellt försäljningsvärde	12 134 milj kr	+946 milj kr	+8,5%
Merpris eko (matbröd)	20,26 kr/kg	+0,56 kr/kg	+2,8%

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 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



FOTO: JOHANNA KASSEL

SVENSKT EKOINDEX

KVARTAL 3/2023

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 Ida Lind.

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

EKOLOGISKA LANTBRUKARNA 2023

 Ekologiska
Lantbrukarna