

# SVENSKT EKOINDEX

KVARTAL 3/2024

FOTO: ISTOCKPHOTO

**”EKOLOGISKT  
KÖTT ÖKAR  
KRAFTIGT – ÖVRIGA  
KATEGORIER  
BACKAR”**



## KVARTAL 3: Försäljningen av ekologiskt kött ökade kraftigt – övriga kategorier backade

**Försäljningsvärdet totalt för ekologiskt minskade något under kvartal 3. Ekoköttet ökade med 31,8 procent.**

Försäljningsvärdet för ekologisk mat i svenska livsmedelsbutiker minskade med 2,0 procent under det tredje 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.

Det stora utropstecknet under kvartalet är den kraftigt ökade försäljningen av ekologiskt kött. Den sålda volymen ökade med hela 46,1 procent. Eftersom en stor del av ökningen utgjordes av ekologisk nötfärs ökade försäljningsvärdet något mindre (+ 31,8 procent). Detta då köttfärs är en av de billigare produkterna i kategorin ekologiskt kött. Som en jämförelse kan nämnas att konventionellt kött ökade med 6,1 procent i värde och 3,5 procent i volym. Det innebär att ekologiskt kött under kvartal 3 2024 ökade sin andel av det totala försäljningsvärdet för kött i dagligvaruhandeln från 1,6 procent till 2,0 procent.

Försäljningen av ekologiska ägg minskade med drygt 18 procent under tredje 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 beroende salmonellautbrott. Ekoäggets minskade sin andel av det totala försäljningsvärdet för ägg i dagligvaruhandeln från 19,3 till 15 procent. Försäljningen av ekologiska mejeriprodukter och ekologiska spannmålsprodukter minskade något i såväl värde som volym.

Den värdemässigt tunga kategorin ekologiskt frukt och grönt minskade med 2,5 procent i värde, men ökade med 6,4 procent i volym. Förändringen drevs av en ökad försäljning av produkter med ett för kategorin relativt lågt kilopris, bland annat potatis, vilket förklarar hur volymen kunde öka samtidigt som försäljningsvärdet totalt minskade något.

**”NEDGÅNG  
FÖR EKOÄGGEN –  
KONVENTIONELLA  
ÖKAR IGEN EFTER  
SMITTKRIS”**

## 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

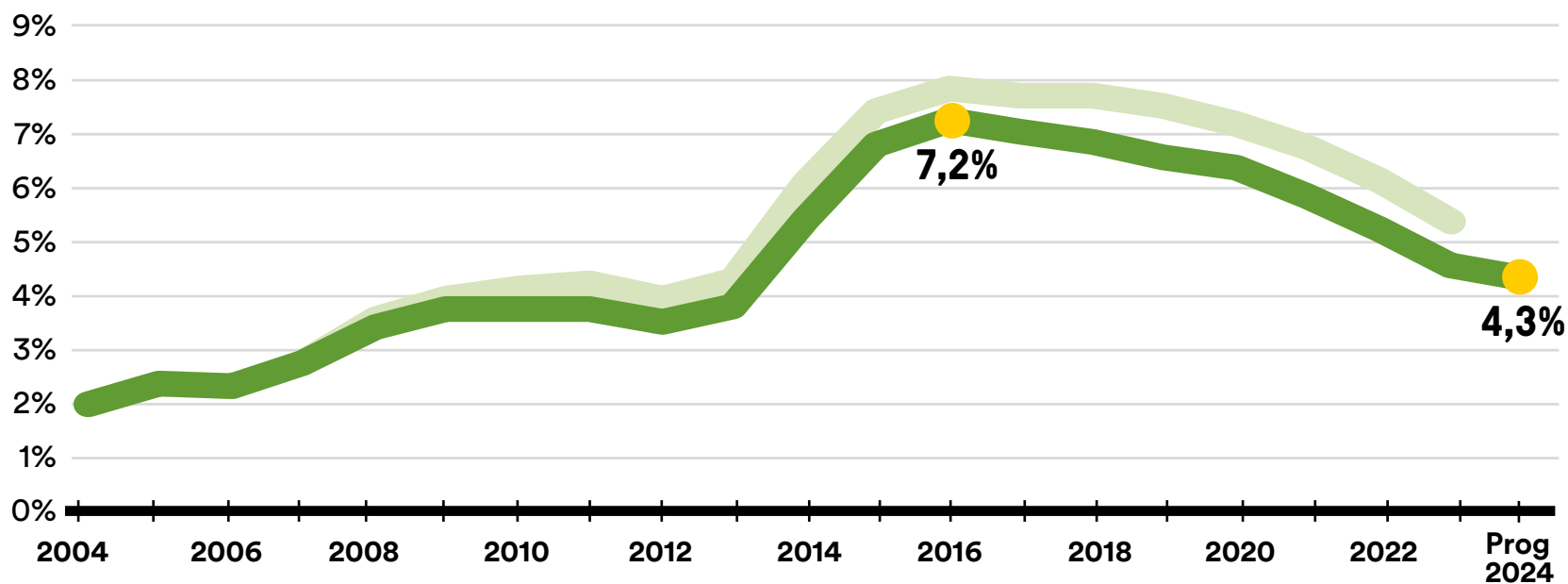
livsmedel som kan produceras respektive inte kan produceras i Sverige.

#### 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.

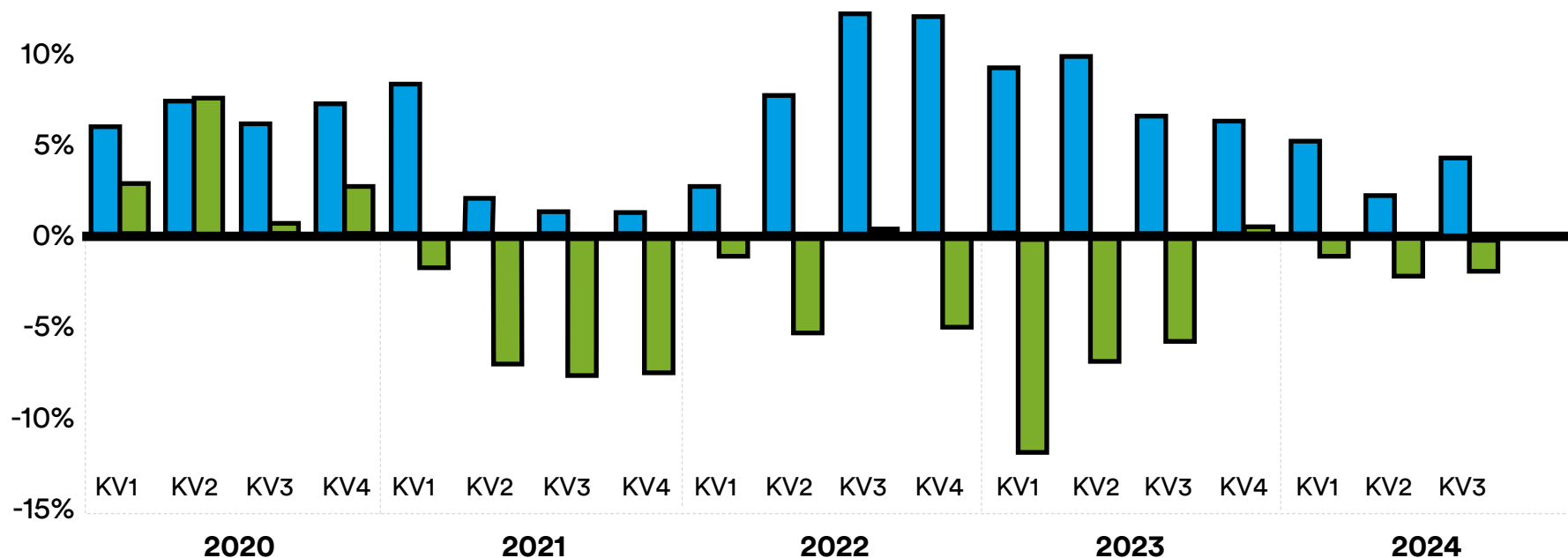
Av alla ekologiska livsmedel som i dag säljs i handeln är drygt hälften med denna definition möjliga att producera i Sverige. De värdemässigt största kategorierna är i fallande ordning frukt- och grönt, mejeriprodukter, ägg, spannmålsbaserade produkter och kött. Utvecklingen för dessa grupper särredovisas 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 3/2024



FÖRÄNDRING i ekologiskt respektive konventionellt försäljningsvärde 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 tredje kvartalet 2024 ökade i värde med 4,1 %. Ekologiskt minskade med 2,0 procent.

Siffrorna över försäljningsutvecklingen under tredje kvartalet 2024 jämfört med samma kvartal 2023 visar att konventionella produkter över lag har ökat i volym, medan det är mera blandat för de ekologiska. Prisskillnaden mellan konventionellt och ekologiskt fortsätter att minska. I de

ekologiska sortimenten väljer kunderna i större utsträckning produkter med lägre kilopris. Ekologisk köttfärs och ekologisk potatis är två exempel på produkter där den sålda volymen har ökat under det tredje kvartalet.

FÖRSÄLJNINGSVÄRDETS förändring i svensk handel. Kvartal 3 2024 jämfört med kvartal 3 2023. Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

**+4,1%**

Alla livsmedel

**-2,0%**

Ekologiska livsmedel

**+4,3%**

Konventionella livsmedel

## KVARTAL 3: Ekologiskt svagt nedåt – försäljningsvärdet sjönk med 2,0 %

Försäljningsvärdet för ekologisk mat i svenska livsmedelsbutiker sjönk under det tredje kvartalet 2024 med 2,0 % jämfört med samma period 2023. Jämfört med för fem år sedan ligger den ekologiska försäljningen i dag 15,0 % lägre.

	Alla livsmedel	Ekologiska	Konventionella
Kvartal 3	+4,1%	-2,0%	+4,3%
Hittills 2024	+3,7%	-2,0%	+4,0%
Senaste 5 åren	+29,7%	-15,0%	+32,8%

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 bättre än övrigt eko

Försäljningen av produkter baserade på svenska ekologiska råvaror som mjölk, kött och cerealier utvecklades mindre dåligt än importerade. I ett längre perspektiv har ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige haft en något jämförbar utveckling med de som 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 kött minskar i försäljningsvärde i under tredje kvartalet 2024.

Att möjligt svenska ekologiska produkter

under kvartal 3 2024 utvecklades bättre än importerade avviker beror på en kraftig uppgång för ekologiskt kött. Den långa trenden 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 försäljningen av de möjligt svenska produkterna de senaste 5 åren har utvecklats i samma takt som de importerade.

FÖRSÄLJNINGSVÄRDETS förändring i svensk handel. Kvartal 3 2024 jämfört med kvartal 3 2023. Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

**-2,0%**

Alla ekologiska livsmedel

**-1,4%**

Ekologiska livsmedel som kan produceras i Sverige

**-3,2%**

Ekologiska livsmedel som inte kan produceras i Sverige



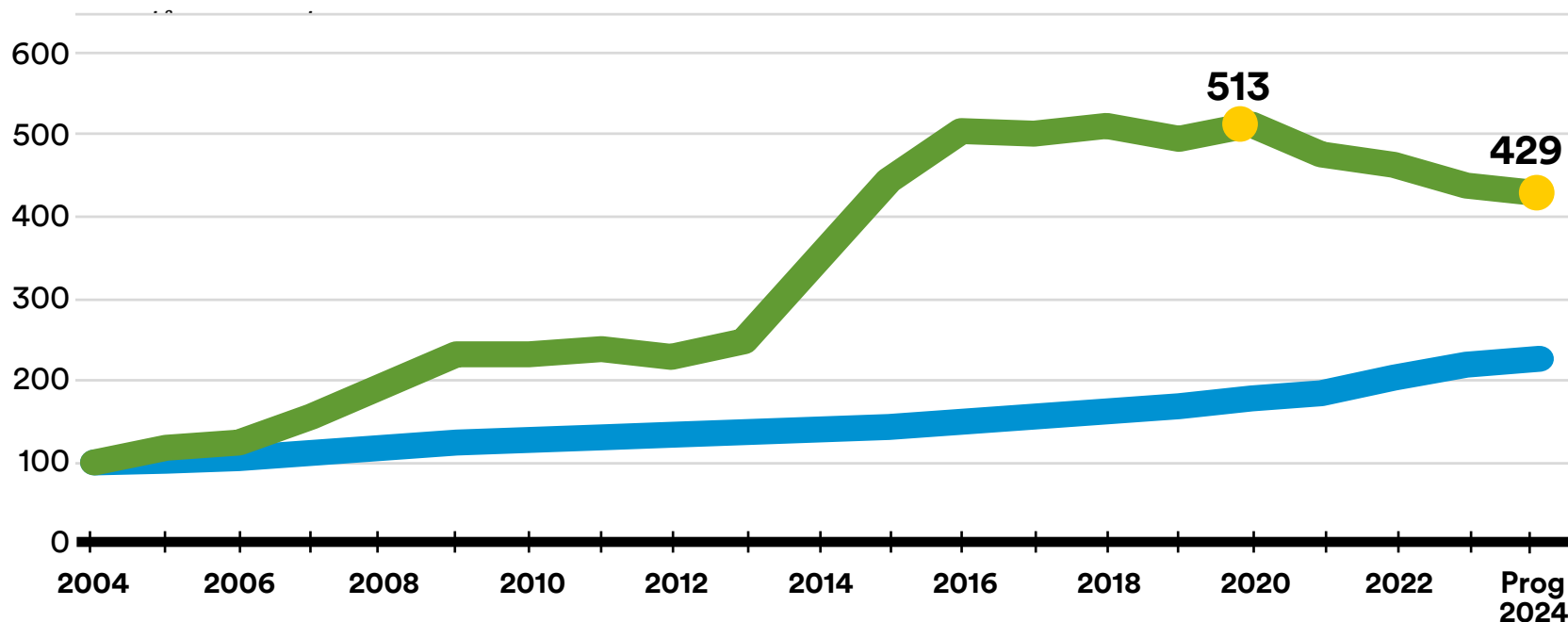
## 5-ÅRSPERSPEKTIV: Jämförbara siffror för svensk och importerad ekomat

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 <u>inte</u> kan produceras i Sverige
Kvartal 3	-2,0%	-1,4%	-3,2%
Hittills 2024	-2,0%	-2,3%	-1,6%
Senaste 5 åren	-15,0%	-15,2%	-14,6%

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.

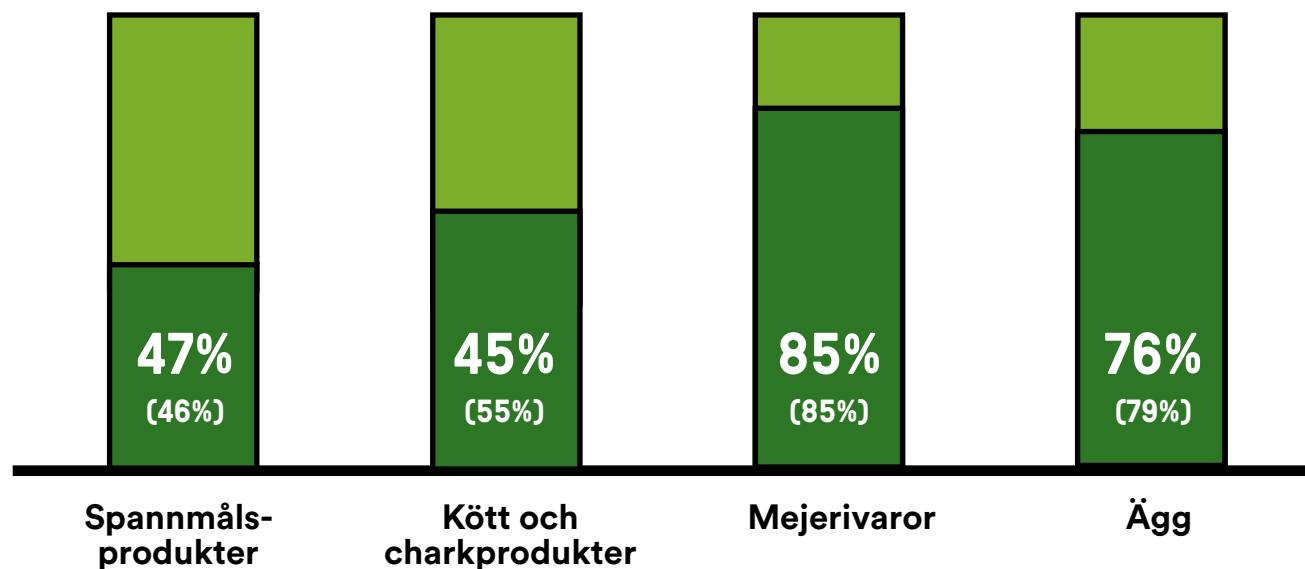
### EKOMATENS TILLVÄXT I SVERIGE 2004–2024



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. Från 2021 och framåt har den minskat. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

● Ekologiskt  
● Konventionellt

## ANDEL KRAVMÄRKT ÖKAR I EN AV FYRA KATEGORIER UNDER KVARTAL 3/2024

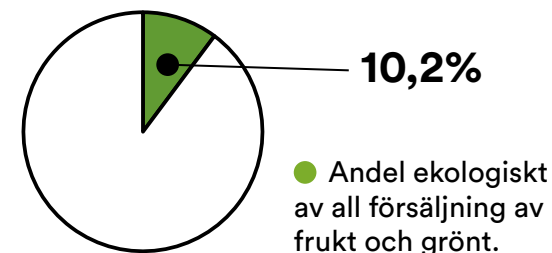


STAPLARNAS mörkgröna del visar andel av ekoförsäljningen som är KRAV-märkt. Övrig ekologisk försäljning märks enbart med EUs logotyp för ekologiska livsmedel. För frukt- och grönt saknas data för andel KRAV-märkt. Siffrorna inom parantes avser kvartal 3 2023. Källor: Egen bearbetning av data från

● Andel KRAV av eko  
● EU-ekologiskt

## FRUKT OCH GRÖNT

Under kvartal 3 minskade försäljningsvärdet för ekologiskt frukt och grönt något. Andelen ekologiskt av försäljningsvärdet sjönk från 10,9 % till 10,2 %.

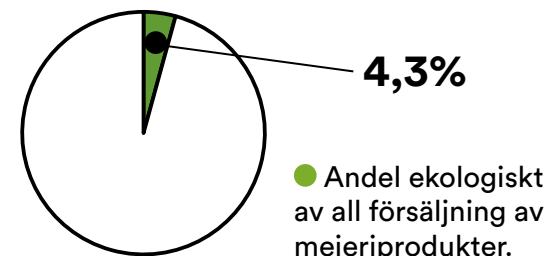


	Kvartal 3 2024	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2023	Ändring i procent sedan kvartal 3 2023
Ekologiskt försäljningsvärde	1 422 milj kr	-37 milj kr	-2,5%
Konventionellt försäljningsvärde	12 507 milj kr	+567 milj kr	+4,8%
Merpris eko (potatis i butik)	0,31 kr/kg	-2,95 kr/kg	-90,6%

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 3. Det berodde på minskad såld volym. Ekoandelen sjönk från 4,6 % till 4,3 %.



	Kvartal 3 2024	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2023	Ändring i procent sedan kvartal 3 2023
Ekologiskt försäljningsvärde	507 milj kr	-22 milj kr	-4,2%
Konventionellt försäljningsvärde	11 383 milj kr	+380milj kr	+3,5%
Merpris eko (konsumtionsmjölk)	1,39 kr/kg	-0,13 kr/kg	-8,3%

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 ökade kraftigt under kvartal 3. Konventionellt kött ökade mindre. Andelen eko ökade från 1,6 till 2,0 %.

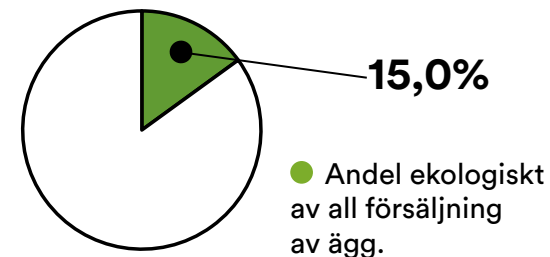


	Kvartal 3 2024	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2023	Ändring i procent sedan kvartal 3 2023
Ekologiskt försäljningsvärde	280 milj kr	+67 milj kr	+31,8%
Konventionellt försäljningsvärde	13 820 milj kr	+795 milj kr	+6,1%
Merpris eko (nötkött)	-1,86 kr/kg	-33,79 kr/kg	-105,8%

TABELLEN VISAR handelns försäljning av kött. Merpriset för ekologiskt blev negativt beroende på att en stor andel utgjordes av relativt lågt prissatt köttfärs, vilket i det här kvartalet gör måttet något missvisande. 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 19,3 % till 15,0 %.

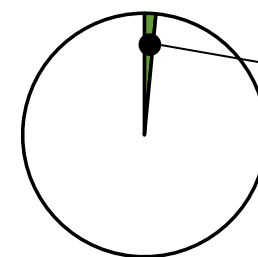


	Kvartal 3 2024	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2023	Ändring i procent sedan kvartal 3 2023
Ekologiskt försäljningsvärde	203 milj kr	-45 milj kr	-18,3%
Konventionellt försäljningsvärde	1 151 milj kr	+115 milj kr	+11,1%
Merpris eko (kr/styck)	+1,04 kr/st	0,00 kr/st	+0,1%

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 3 2024	Ändring i kronor sedan kvartal 3 2023	Ändring i procent sedan kvartal 3 2023
Ekologiskt försäljningsvärde	193 milj kr	-15 milj kr	-7,0%
Konventionellt försäljningsvärde	12 517 milj kr	+120 milj kr	+1,0%
Merpris eko (matbröd)	+16,59 kr/kg	-1,91 kr/kg	-10,3%

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.

GRÄDDFIL

MJÖLK

VISPGRÄDDE

FOTO: AXFOOD

## SVENSKT EKOINDEX

KVARTAL 3/2024

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.