

KVARTAL 4/2021

**"HELÅRS-
SIFFRORNA FÖR
2021 ÄR KLARA –
EKOMATEN
BACKADE"**

SAMMANFATTNING: EKOFÖRSÄLJNINGEN UNDER 2021 BACKADE MED 5,4 %

Försäljningen av ekologiska livsmedel i handeln har gått trögt under 2021. Marknaden präglades av pandemirekyl.

I den här kvartalsrapporten kan vi summera försäljningen av ekologiska livsmedel i dagligvaruhandeln för helåret 2021. Slutresultatet blev en nedgång med 5,4 % i försäljningsvärde. I pengar räknat minskade försäljningen med drygt 1,1 miljarder kronor. Då ska man ha i åtanke att försäljningen av ekologiska livsmedel under 2020 ökade med cirka en miljard kronor. Den kraftiga nedgången under 2021 var därmed till stor del en rekyl på handelns ökade försäljning 2020 när covid-19 flyttade en stor del av konsumtionen av mat från restauranger och storkök till hemmen. Mäter man skillnaden i handelns försäljning ekologiska livsmedel mellan 2021 och 2019 stannar nedgången vid blygsamma 0,6 %.

Ekologiskt tappade andelar

Samtidigt är det relevant att jämföra med hur övrig livsmedelsförsäljning har utvecklats. Under 2021 ökade försäljningen av konventionella livsmedel

1,5 % och mellan 2019 och 2021 ökade den med 12,4 %. Därmed har den ekologiska maten tappat andelar av marknaden och utgör nu 6,9 % av handelns totala livsmedelsförsäljning, att jämföra med toppnoteringen 2016 då den var 7,9 %.

Mejeriprodukter minskar mest

Utvecklingen mellan olika kategorier av ekologiska livsmedel skiljer sig starkt. Ekologiskt frukt och grönt har ökat i försäljning de senaste två åren, medan samtliga övriga produkter har minskat. Procentuellt under samma period har mejeriprodukterna minskat mest. Ser man däremot på nedgången av ekoförsäljningen mellan 2021 och 2020 på 1,1 miljarder kronor stod frukt och grönt för cirka 400 miljoner kronor och mejeriprodukter för drygt 200 miljoner kronor och spannmålsbaserade produkter för drygt 100 miljoner kronor. Mer fakta och analyser om den ekologiska försäljningen 2021 kommer i den stora årsrapporten den 25 februari 2022.

**”DE SENASTE
TVÅ ÅREN HAR
EKOMATEN TAPPAT
MARKNADS-
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 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.

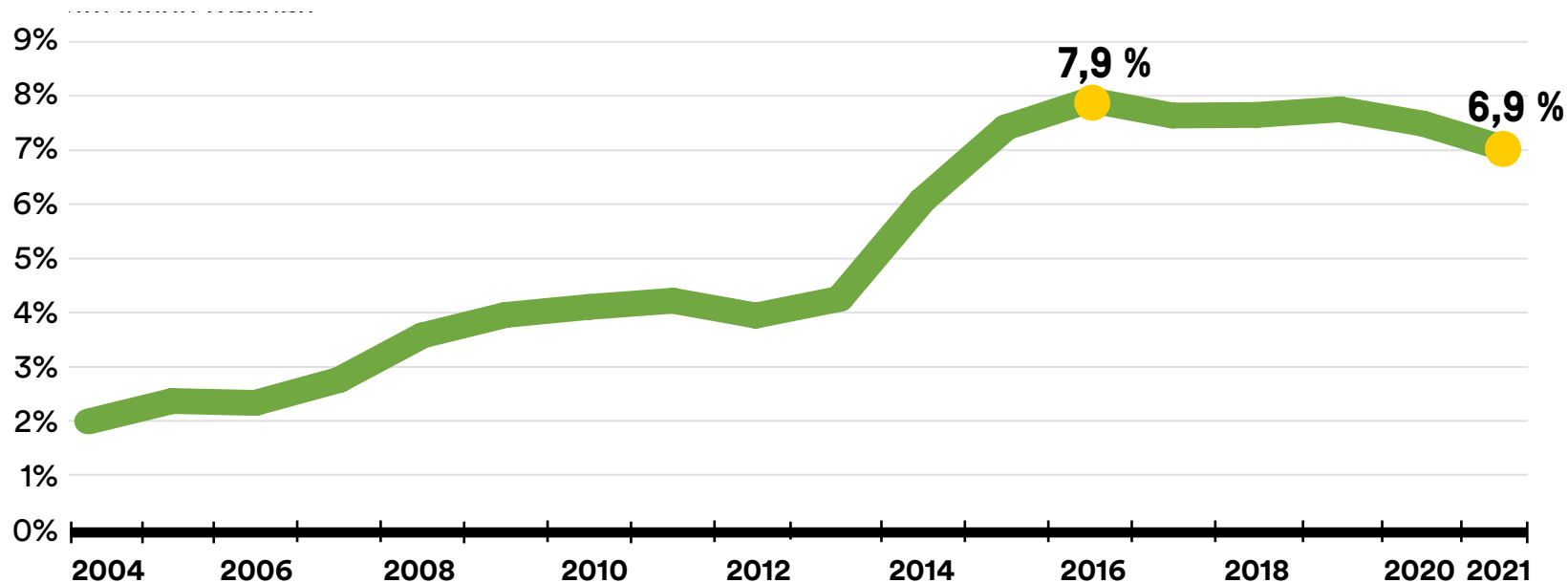
Möjligt svenskt särredovisas

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 2021. Under 2021 var den 6,9 %. Som högst var andelen 2016 då den låg på 7,9 %. Källor: Egen bearbetning av data från SCB, Nielsen och GfK.

EKOLOGISKT FORTSATTE ATT TAPPA ANDELAR UNDER KVARTAL 4

Det fjärde kvartalet 2021 följde i stort mönstret från tidigare kvartal. Butikernas livsmedelsförsäljning utvecklades generellt svagt och ekologiskt ännu svagare.

Siffrorna på denna sida visar hur försäljningen i handeln under kvartal 4/2021 utvecklades jämfört med samma kvartal 2020. Kvartal 4 2021 är precis som kvartal 2 och 3 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 till fjärde 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 importeras.

FÖRSÄLJNINGSVÄRDETS förändring i svensk handel. Kvartal 4 2021 jämfört med kvartal 4 2020. Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

-1,5%

Alla livsmedel

-8,9%

Ekologiska livsmedel

-0,9%

Konventionella livsmedel

HELÅRET 2021: FÖRSÄLJNINGEN AV EKOMAT BACKADE MED 5,4 %

Det går nu att summera hela 2021. Försäljningen av ekologisk mat i svenska livsmedelsbutiker minskade i värde med 5,4 % jämfört med 2020. Då den samlade försäljningen ökade något tappade ekomaten marknadsandelar.

	Alla livsmedel	Ekologiska	Konventionella
Kvartal 4	-1,5 %	-8,9 %	-0,9 %
Helåret 2021	+1,0 %	-5,4 %	+1,5 %
Senaste 5 åren	+25,5%	+13,2%	+26,6 %

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 åren 2015 till 2017.

Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

SVENSKPRODUCERADE KATEGORIER BACKADE SNABBARE ÄN IMPORTERADE

Trots god tillgång på svenska ekologiska råvaror som mjölk, kött och cerealier så minskade försäljningen i dessa kategorier snabbare jämfört med ekologiska livsmedel som inte kan produceras i Sverige.

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 ekoprodukter 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 4 2021 jämfört med kvartal 4 2020. Källor: Bearbetade data från Nielsen och GfK.

-8,9%

Alla ekologiska
livsmedel

-9,7%

Ekologiska livsmedel som
kan produceras i Sverige

-7,8%

Ekologiska livsmedel som
inte kan produceras i Sverige

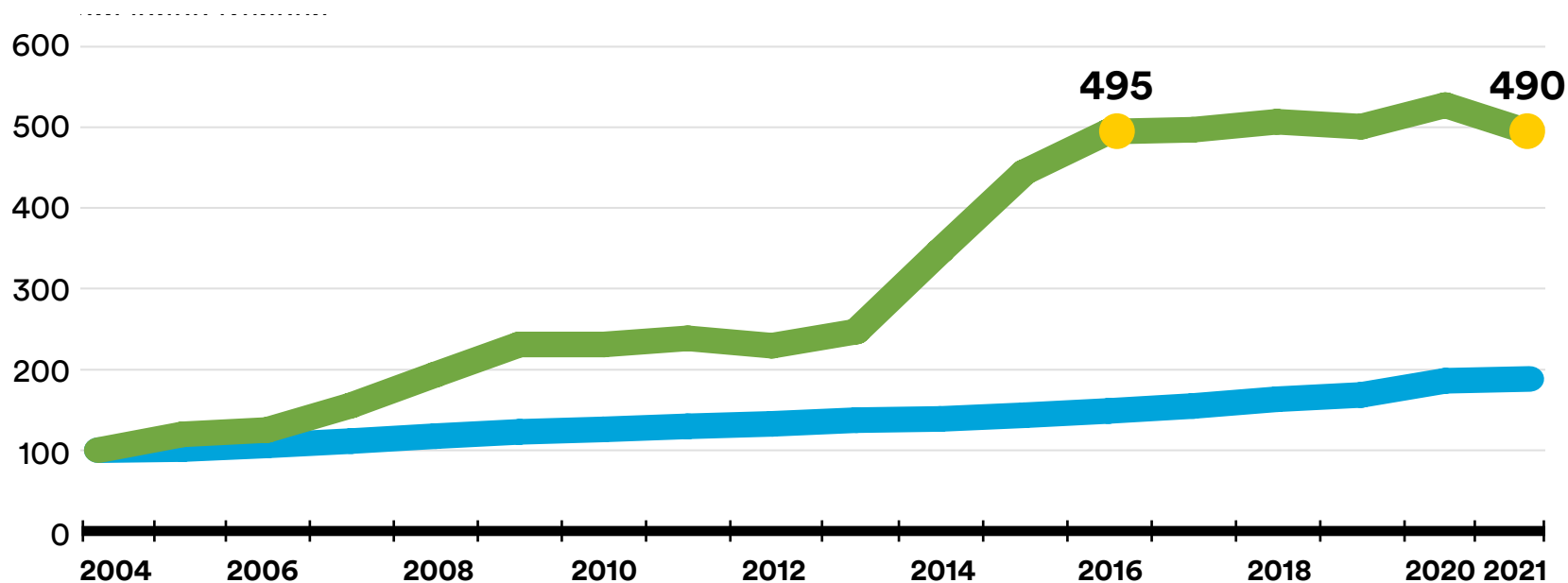
BÄTTRE SIFFROR FÖR EKOMAT SOM INTE KAN PRODUCERAS I SVERIGE

All ekoförsäljning backade under 2021, men de senaste fem åren har det gått väsentligt bättre i de kategorier som av klimatskäl inte 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 4	-8,9 %	-9,7%	-7,8 %
Helåret 2021	-5,4 %	-6,5 %	-4,0 %
Senaste 5 åren	+13,2 %	+2,4 %	+30,3 %

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

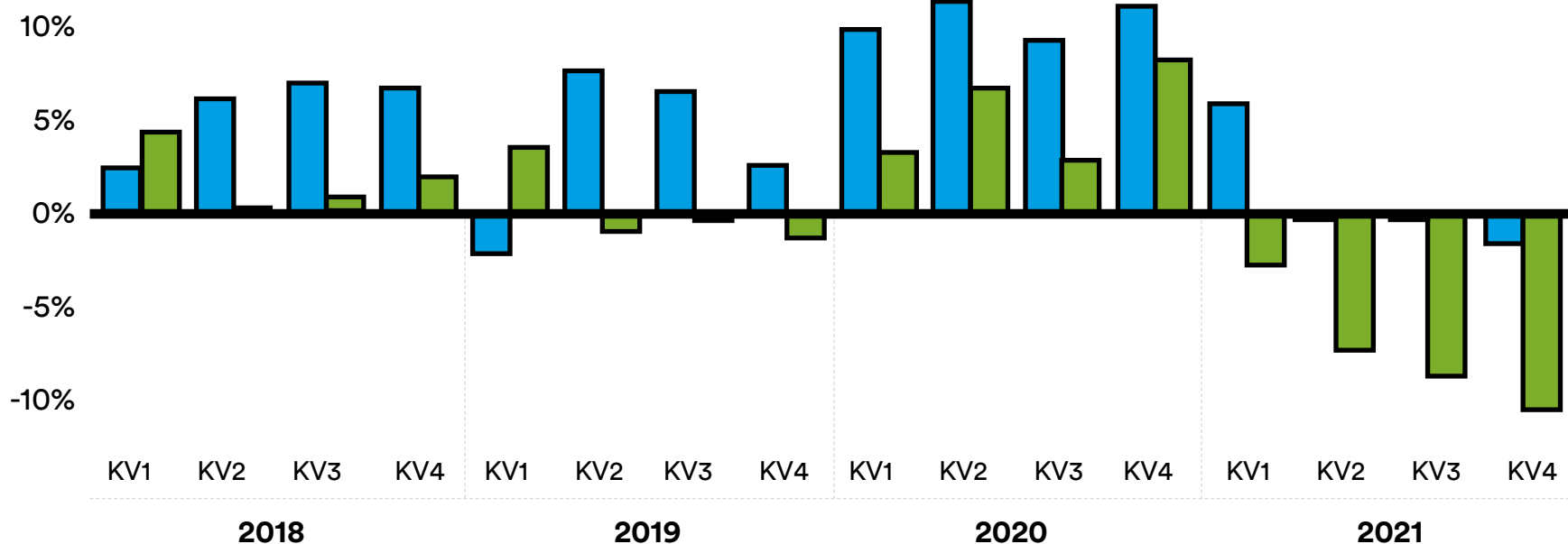
EKOMATENS TILLVÄXT I SVERIGE 2004–2021



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

● Ekologiskt
● Konventionellt

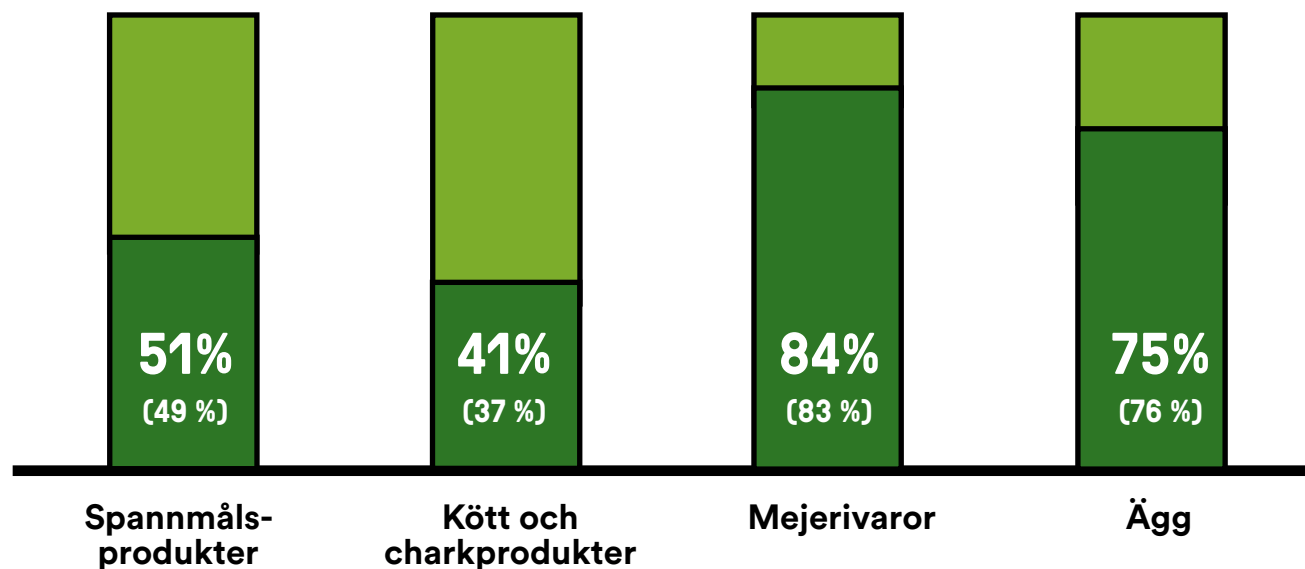
PANDEMIN GER EXTREMA UTFALL 2020 OCH 2021



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

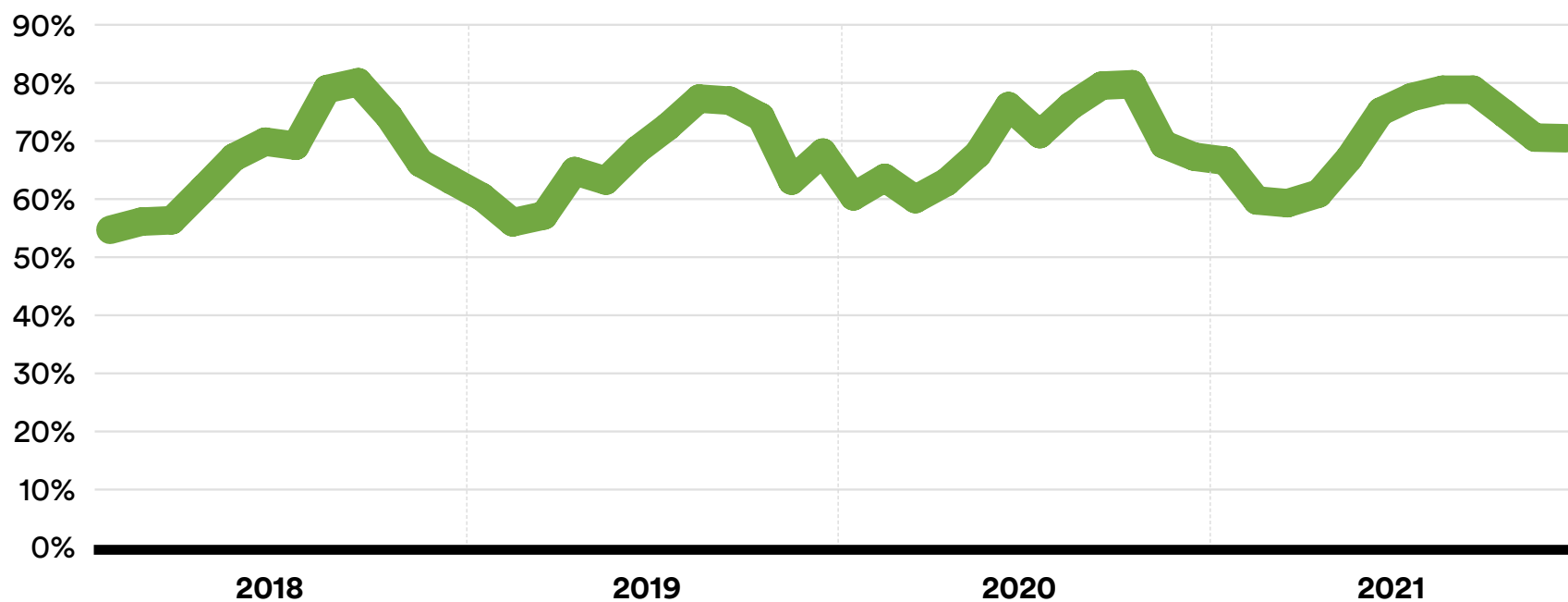
ANDEL AV EKOFÖRSÄLJNINGEN UNDER KVARTAL 4/2021 SOM ÄR KRAV-MÄRKT



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. Siffror inom parentes avser kv 4 2020. Källor: Egen bearbetning av data från Nielsen.

● Andel KRAV av eko
● EU-ekologiskt

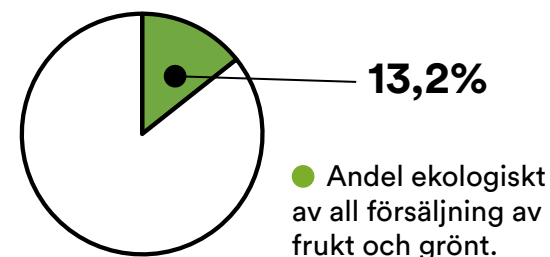
ANDEL SVENSKT FÖR VISS FRUKT- OCH GRÖNT MÅNADSVIS 2018-2021



KURVAN VISAR andelen 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 4 sålde ekologiskt frukt- och grönt något sämre än konventionellt. Båda minskade och andelen ekologiskt sjönk från 13,5 % till 13,2 %.

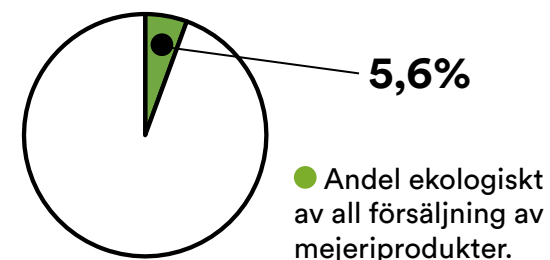


	Kvartal 4 2021	Ändring i kronor sedan kvartal 4 2020	Ändring i procent sedan kvartal 4 2020
Ekologiskt försäljningsvärde	1 608 milj kr	-261 milj kr	-14,0 %
Konventionellt försäljningsvärde	10 580 milj kr	-1 373 milj kr	-11,5 %
Merpris eko (potatis)	2,50 kr/kg	-2,54 kr/kg	-50,4 %

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 4. Andelen ekologiskt sjönk från 6,1 % till 5,6 %.



	Kvartal 4 2021	Ändring i kronor sedan kvartal 4 2020	Ändring i procent sedan kvartal 4 2020
Ekologiskt försäljningsvärde	571 milj kr	-64 milj kr	-10,1 %
Konventionellt försäljningsvärde	9 657 milj kr	-67 milj kr	-0,7 %
Merpris eko (k-mjölk)	1,74 kr/kg	-0,01 kr/kg	-0,6 %

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 4. Skillnaden mot konventionellt var liten och andelen eko är i stort sett oförändrad.

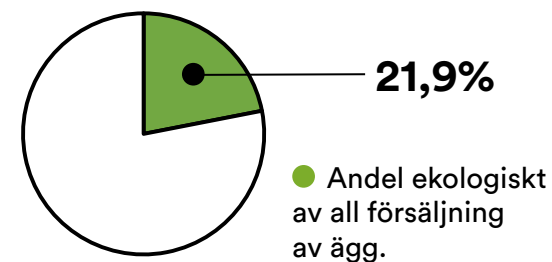


	Kvartal 4 2021	Ändring i kronor sedan kvartal 4 2020	Ändring i procent sedan kvartal 4 2020
Ekologiskt försäljningsvärde	278 milj kr	-13 milj kr	-4,5 %
Konventionellt försäljningsvärde	11 485 milj kr	-333 milj kr	-2,8 %
Merpris eko (nötkött)	30,26 kr/kg	- 4,53 kr/kg	-13,0 %

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 4 sjönk värdeandelen från 23,6 % till 21,9 %.

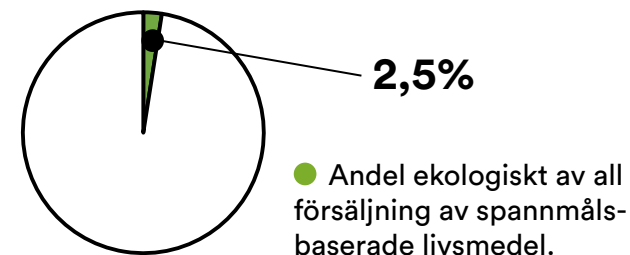


	Kvartal 4 2021	Ändring i kronor sedan kvartal 4 2020	Ändring i procent sedan kvartal 4 2020
Ekologiskt försäljningsvärde	220 milj kr	-23 milj kr	-9,3 %
Konventionellt försäljningsvärde	785 milj kr	-4 milj kr	-0,6 %
Merpris eko (kr/styck)	1,20 kr/st	-0,04 kr/st	-3,2 %

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 4 sjönk andelen från 2,8 % till 2,5 %.



	Kvartal 4 2021	Ändring i kronor sedan kvartal 4 2020	Ändring i procent sedan kvartal 4 2020
Ekologiskt försäljningsvärde	259 milj kr	-26 milj kr	-9,1 %
Konventionellt försäljningsvärde	10 245 milj kr	+298 milj kr	+3,0 %
Merpris eko (matbröd)	23,44 kr/kg	-3,97 kr/kg	-14,5 %

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 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 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 4/2021

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 Lantbruksekonom Lars Jonasson och journalisten Niclas Åkeson/Publishing Farm.

Foto: Ekologiska Lantbrukarna.