

Organic
Sweden



Ekologiska Lantbruksbarometern 2019

Den första Ekologiska Lantbruksbarometern

Detta är den första barometer som mäter hur svenska ekobönder ser på marknadsutveckling och framtiden för sitt företagande i Sverige. Rapporten är gjord på uppdrag av Jordbruksverket som ett led i den åtgärdsplan som antogs 2018 för att nå målen om ekologisk produktion och konsumtion i regeringens handlingsplan till nationella livsmedelsstrategin. Syftet är att skapa underlag för fördjupad kunskap och förståelse för enskilda ekobönder, branschaktörer och

beslutsfattare i arbetet med att utveckla svenskt ekolantbruk och marknad.

Ekologiska Lantbruksbarometern

bygger på 600 intervjuer med ekolantbrukare, utförda av Kantar Sifo på uppdrag av Ekologiska Lantbrukarna och Organic Sweden. De två beställande organisationerna ansvarar för rapportens tolkningar, slutsatser och reflektioner utifrån de enkätsvar som **Kantar Sifo** tagit fram.



Resultaten i korthet

- ◆ 50 % av ekobönderna upplever att lönsamheten är god, jämfört med 34 % av alla svenska lantbrukare som svarat på samma fråga i motsvarande lantbruksbarometer för hela det svenska lantbruket.*
- ◆ En tredjedel av ekobönder planerar att göra väsentliga investeringar de kommande tre åren. Flest i stallbyggnader och därefter kommer traktorer och fältmaskiner.
- ◆ 59 % upplever att de har ganska stor eller mycket stor nytta av eko- och KRAV-certifieringen för lönsamhet och utveckling. Mest nytta upplever större mjölk- och spannmålsproducenter, minst nytta de mindre gårdarna och de med nöt- och lammproduktion.
- ◆ 18 % av ekobönderna tror att exporten får betydelse för deras verksamhet, medan 74 % inte tror att den får någon större betydelse.
- ◆ 63 % uppger att den viktigaste försäljningskanalen de närmaste 5-10 åren kommer att vara försäljning till förädlingsföretag. Var fjärde ekobonde tror att de huvudsakligen kommer att sälja via gårdsbutik (14 %), REKO-ring (10 %) eller Bondens marknad (4 %).

* Med 1000 intervjuer utförda i januari 2019, också av Sifo.
Frågan är identiskt ställd och bara en månad senare till ekobönderna.
Lantbruksbarometern 2019 - LRF Konsult, Swedbank och Sparbankerna. Se <https://www.swedbank.se/foretag/skog-och-lantbruk/kunskapsbanken-skog-och-lantbruk/lantbruksbarometern-2019.html>



Organic
Sweden



BAKGRUND, SYFTE & METOD



Organic
Sweden



Ekologiska
Lantbrukarna

Bakgrund & syfte

- ◆ Den svenska ekosektorn växer. År 2018 var 20 % av jordbruksmarken i Sverige omlagd till ekologisk areal och den totala försäljningen uppgick till 9,6 % av marknaden.
- ◆ I handlingsplanen till Livsmedelsstrategin finns mål om att 30 % av jordbruksmarken och 60 % av den offentlig konsumtion ska vara ekologisk till 2030.
- ◆ Det finns även uttalade ambitioner från marknadens aktörer såväl som politiken om att öka exporten av ekologiska råvaror och livsmedel från Sverige.
- ◆ Syftet med den ekologiska lantbruksbarometern är att öka kunskapen om hur svenska ekobönder ser på marknadsutveckling och framtiden för sitt företagande. Den kunskapen och förståelsen är central för såväl enskilda ekobönder som för att nå målsättningarna för den svenska ekosektorn.



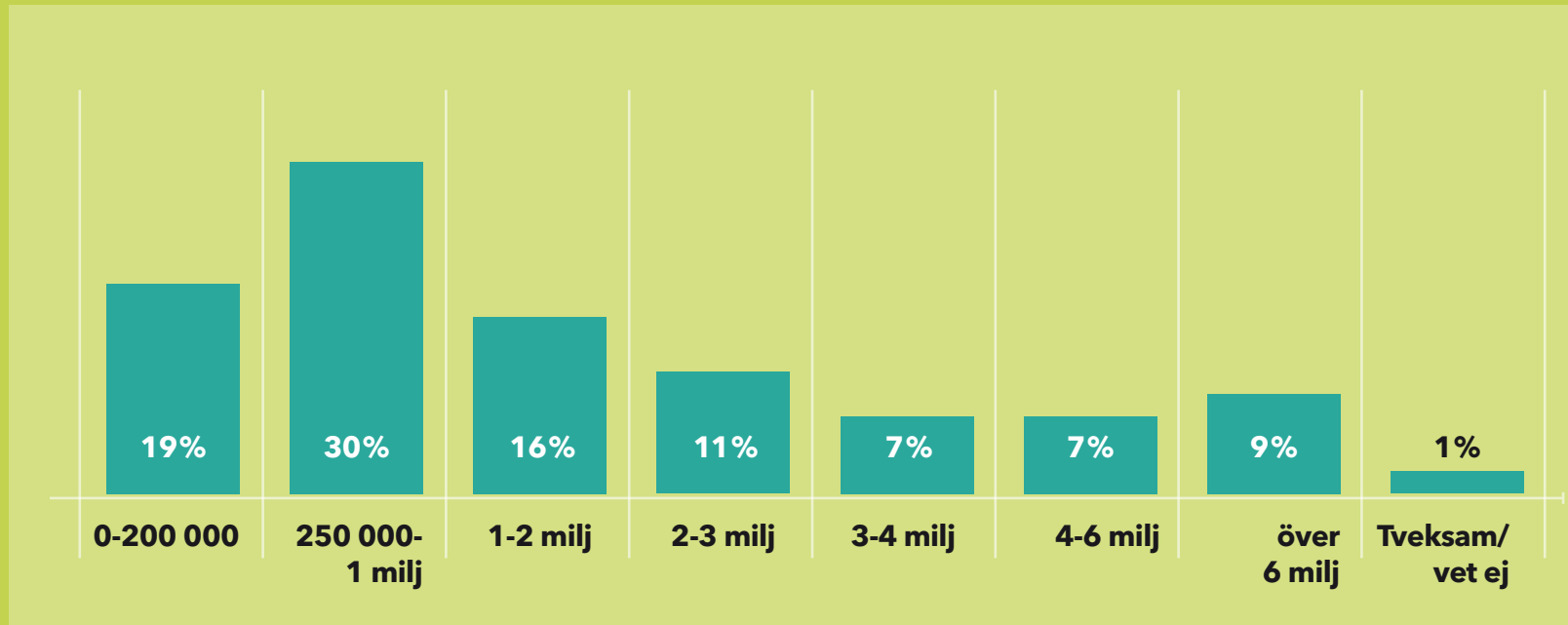
Metod

- ◆ Kantar Sifo har intervjuat 600 ekobönder i Sverige, med olika produktionsinriktningar, från olika delar av landet och med olika storlek - mätt i omsättning och antal sysselsatta.
- ◆ Intervjuerna genomfördes över telefon i februari 2019, och har sammanställts och bearbetats av Kantar Sifo.
- ◆ Organic Sweden och Ekologiska Lantbrukarna har gjort rapportens tolkningar, slutsatser och reflektioner utifrån de enkätsvar som Kantar Sifo tagit fram.
- ◆ Några av frågorna är samma eller snarlika som de som ställs till ett urval av hela den svenska lantbrukarkåren på uppdrag av LRF Konsult och Sparbankerna/Swedbank. Jämförelser med svar från den görs där det bedöms möjligt och relevant, även om undersökningarna inte designats för att vara direkt jämförbara.

600 INTERVJU EKO BÖNDER FRÅN HELA LANDET

Hur mycket omsätter ni per år?

Hälften omsätter en miljon eller mindre

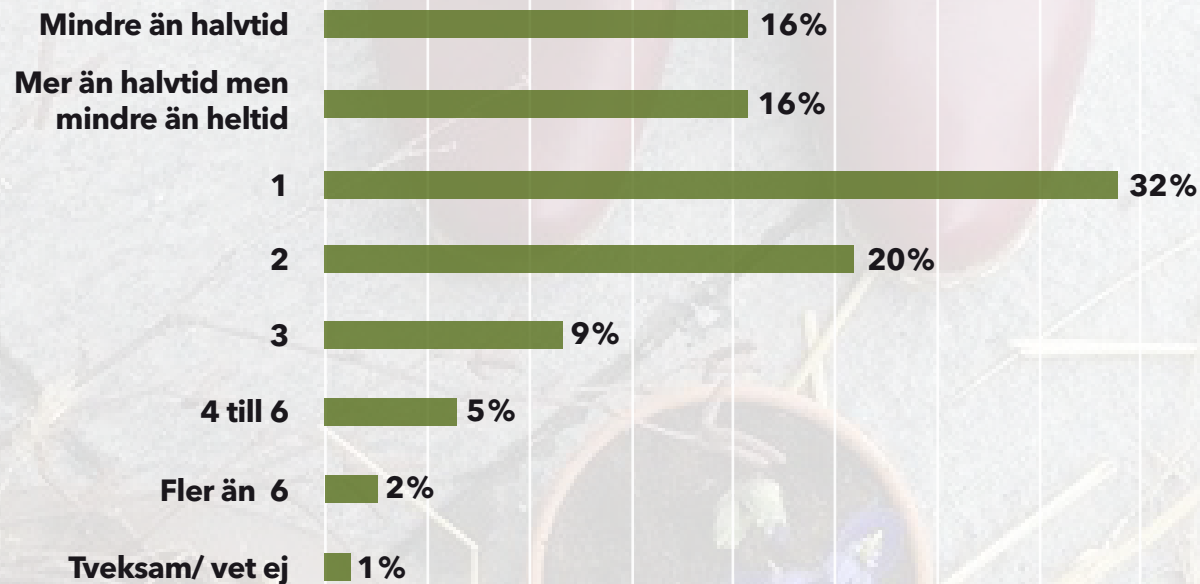


Organic
Sweden

Ekologiska
Lantbrukarna

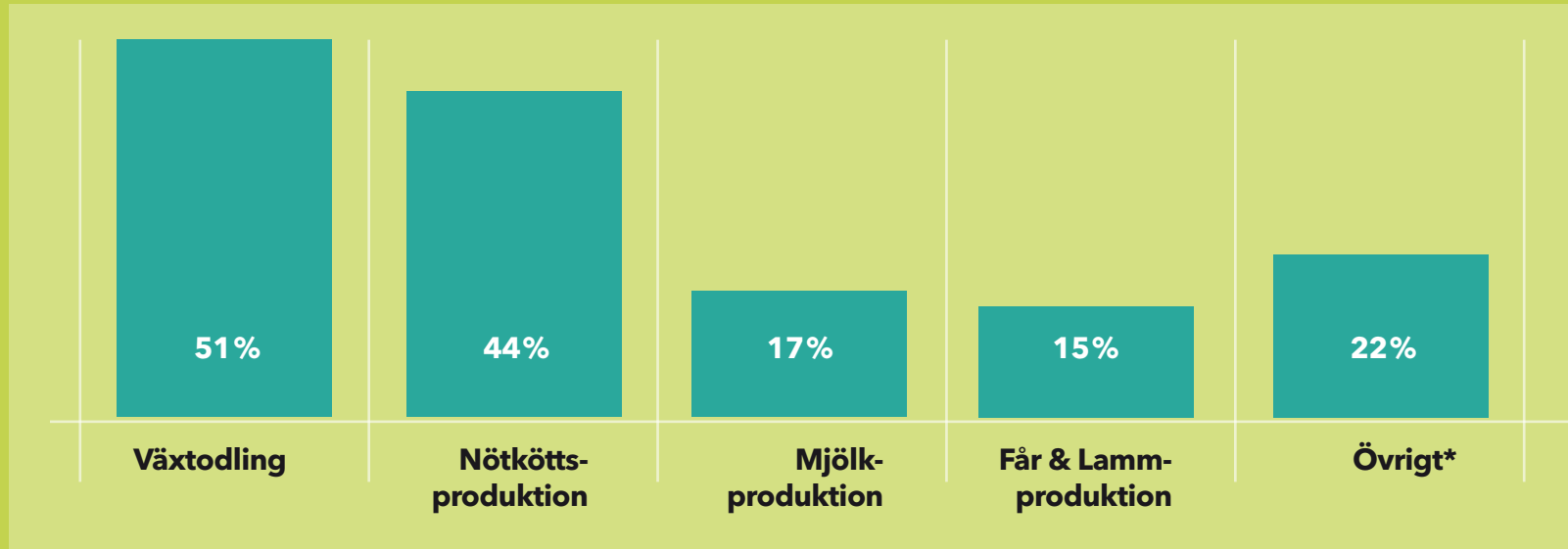
Hur många helårsarbeten finns det på gården?

2/3 har en heltid eller mer



Vad har ni för produktionsinriktning på gården? Uppge de två huvudsakliga inriktningarna.

Växtodling och nötköttsproduktion vanligaste produktionsinriktningarna



*Övrigt Kategorin övrigt utgörs av gris, ägg, kyckling, frukt och grönt m.m.

GÅRDARNAS EKONOMI, SYSSELSÄTTNING OCH INVESTERINGAR



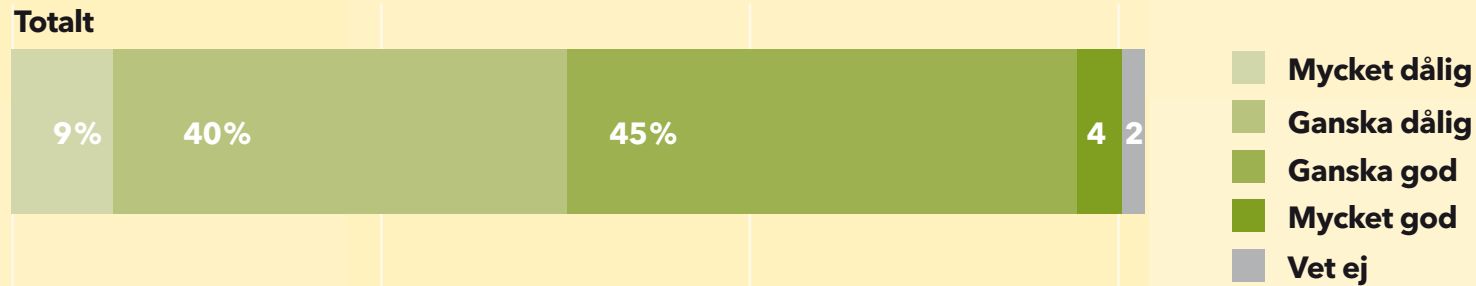
Organic
Sweden



Ekologiska
Lantbrukarna

Hur bedömer du lönsamheten i företaget? Är den...

En tudelad bild av lönsamheten



- ◆ 65 % av de med fler än 4 heltidsarbeten säger att lönsamheten är ganska, eller mycket god jämfört med 36 % bland dem med mindre än ett helårsarbete.
- ◆ 68 % av ekomjölkbönderna har angett lönsamheten som ganska, eller mycket, god. Som sämst uppges lönsamheten bland får- och lammbönder.



Organic
Sweden

Ekologiska
Lantbrukarna

50% av ekobönderna positiva till sin lönsamhet

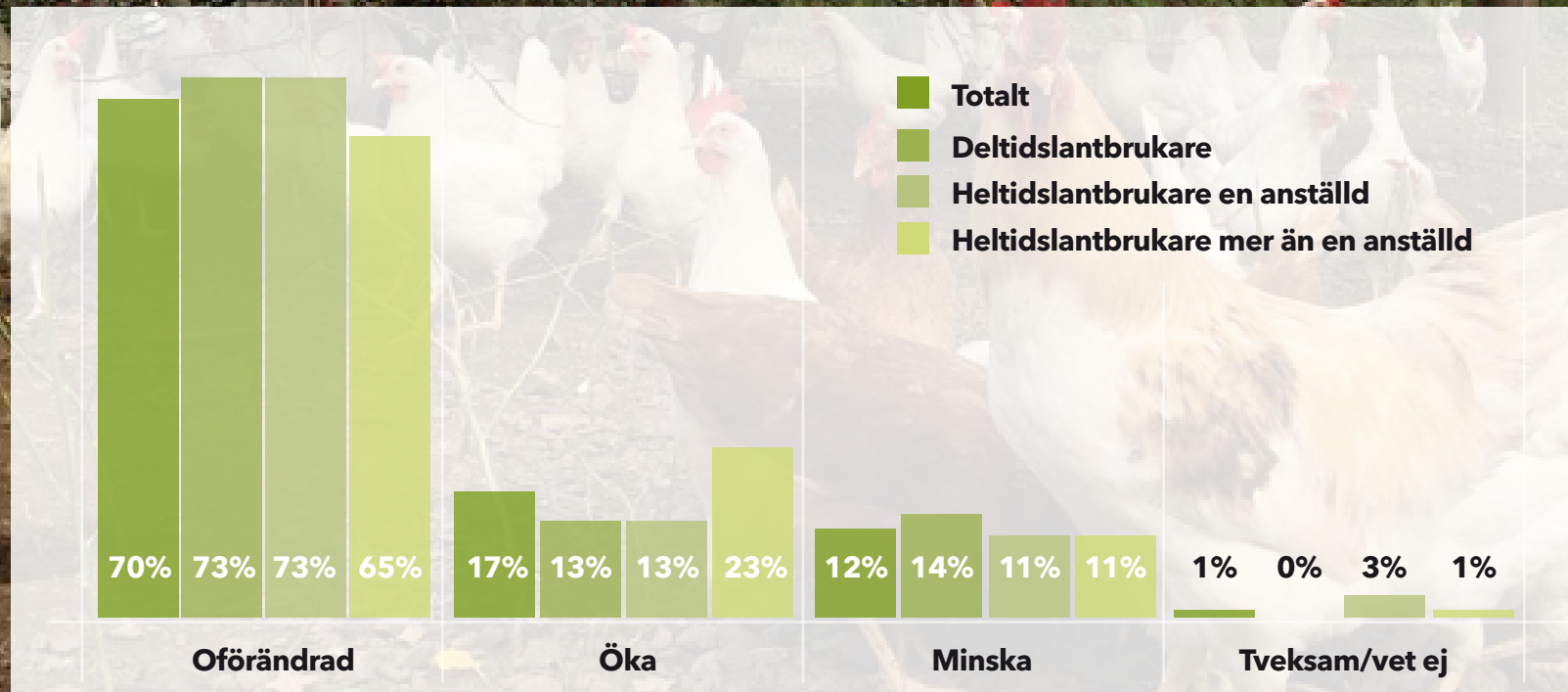
- ◆ Kan jämföras med 34 % i den Lantbruksbarometer som görs för svenskt lantbruk som helhet på uppdrag av LRF Konsult, Swedbank och Sparbankerna*

* Med 1000 intervjuer utförda i januari 2019, också av Sifo. Frågan är identiskt ställd och bara en månad senare till ekobönderna.
<https://www.swedbank.se/foretag/skog-och-lantbruk/kunskapsbanken-skog-och-lantbruk/lantbruksbarometern-2019.html>



Hur tror du att antalet sysselsatta på gården kommer att utvecklas de närmaste tre åren?

Ingen ökning av antalet sysselsatta

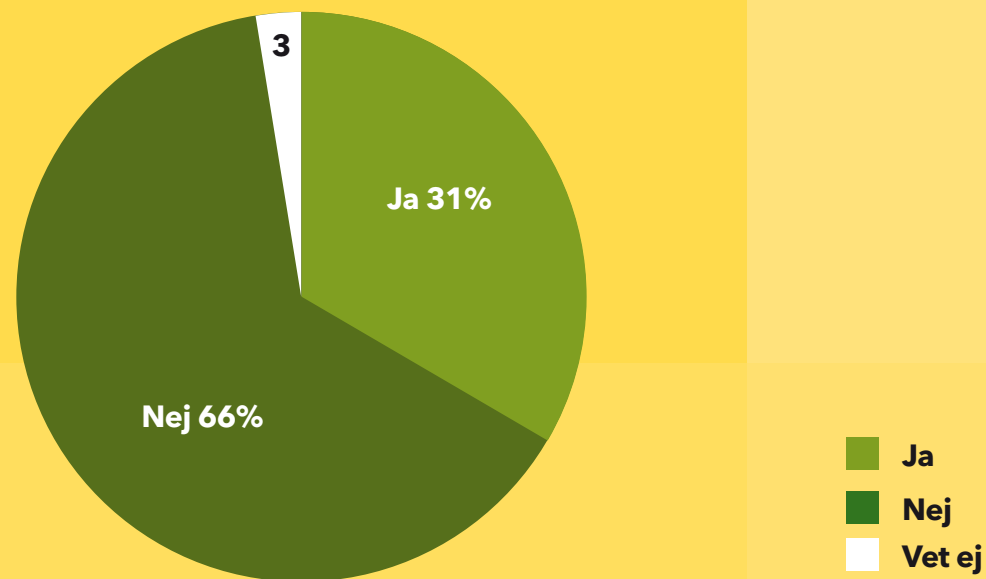


Organic
Sweden

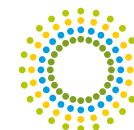
Ekologiska
Lantbrukarna

Planerar du (gården) att göra väsentliga investeringar under de kommande tre åren?

1/3 planerar nya investeringar*



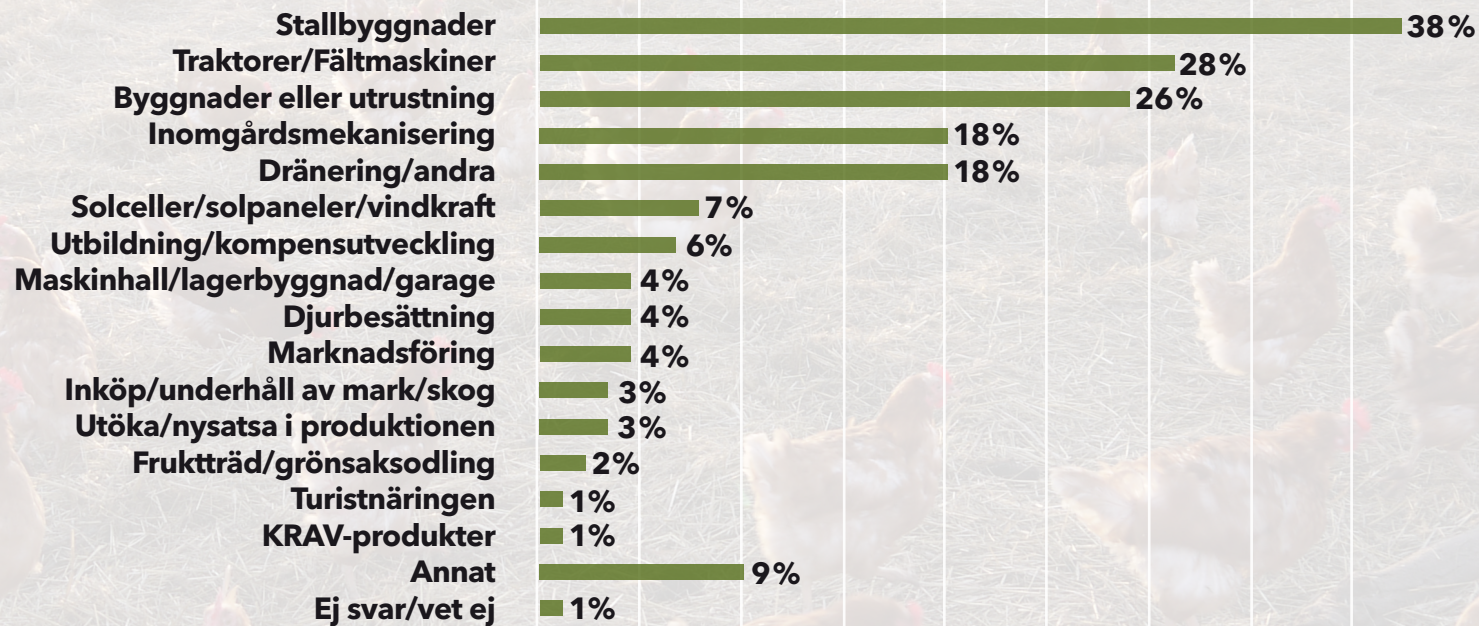
***50%** bland de mer nyligen omlagda gårdarna



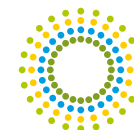
Organic
Sweden



Planerade investeringar*



*188 Ekobönder som planerar att investera

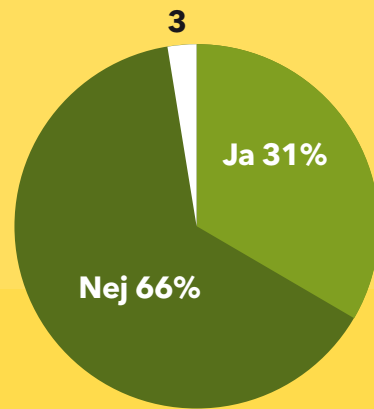


Organic
Sweden

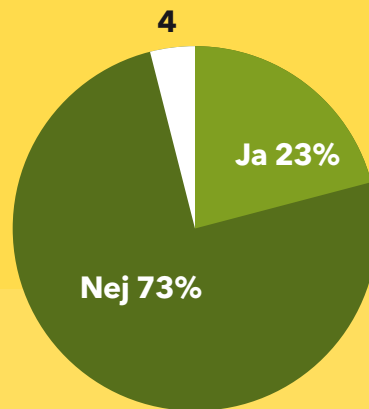
Ekologiska
Lantbrukarna

Planerar du (gården) att göra väsentliga investeringar under de kommande tre åren?

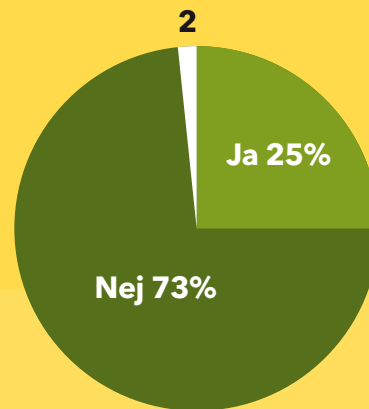
Investeringsplaner fördelat på hur många helårsarbeten det finns på gården



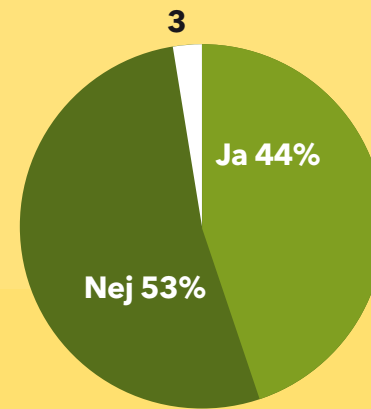
Totalt



Deltids-
lantbrukare



Heltidslantbrukare
en anställd



Heltidslantbrukare
fler än en anställd

Ja

Nej

Vet ej



Organic
Sweden

Ekologiska
Lantbrukarna

UPPLEVD NYTTA MED EKO-CERTIFIERING



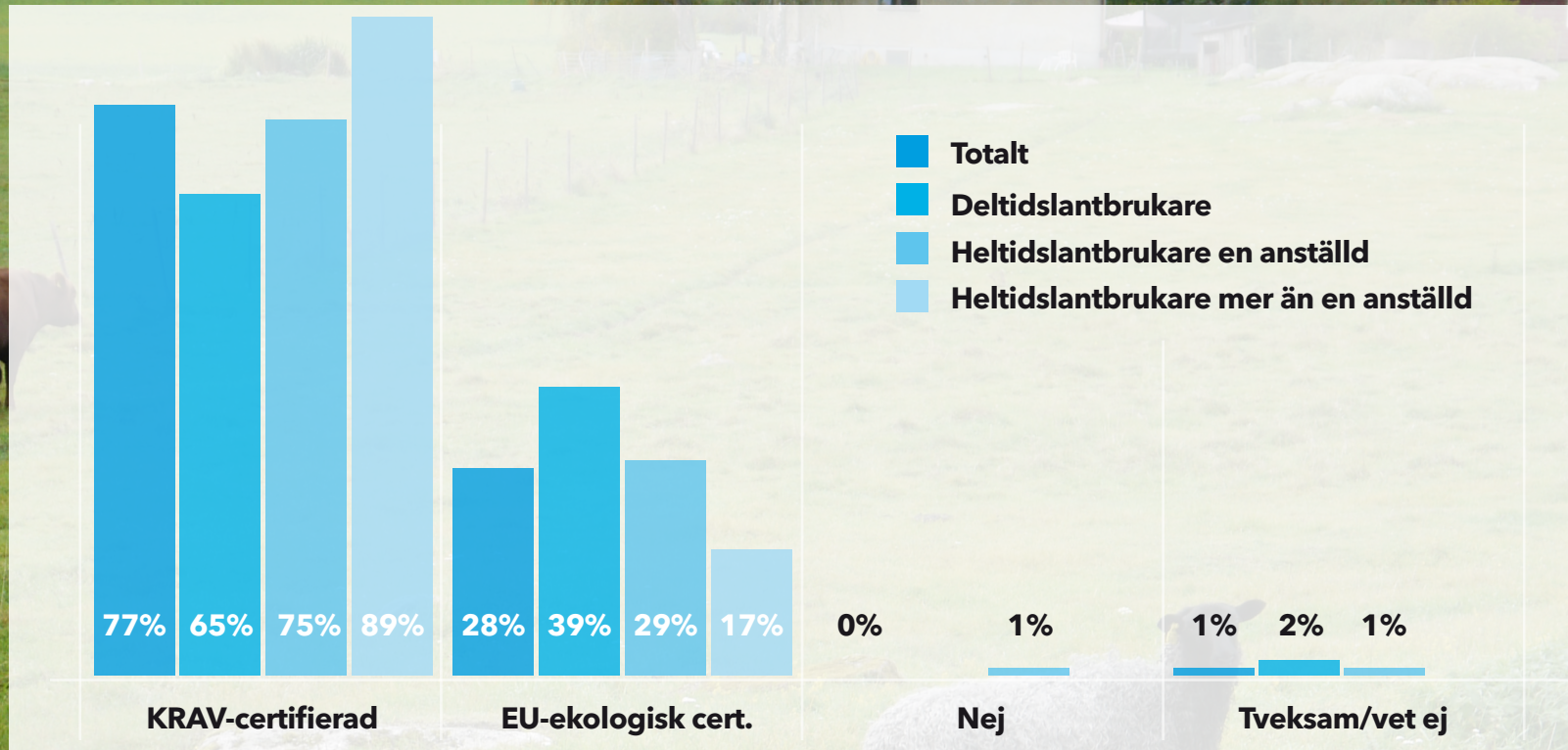
Organic
Sweden



Ekologiska
Lantbrukarna

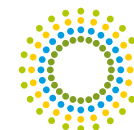
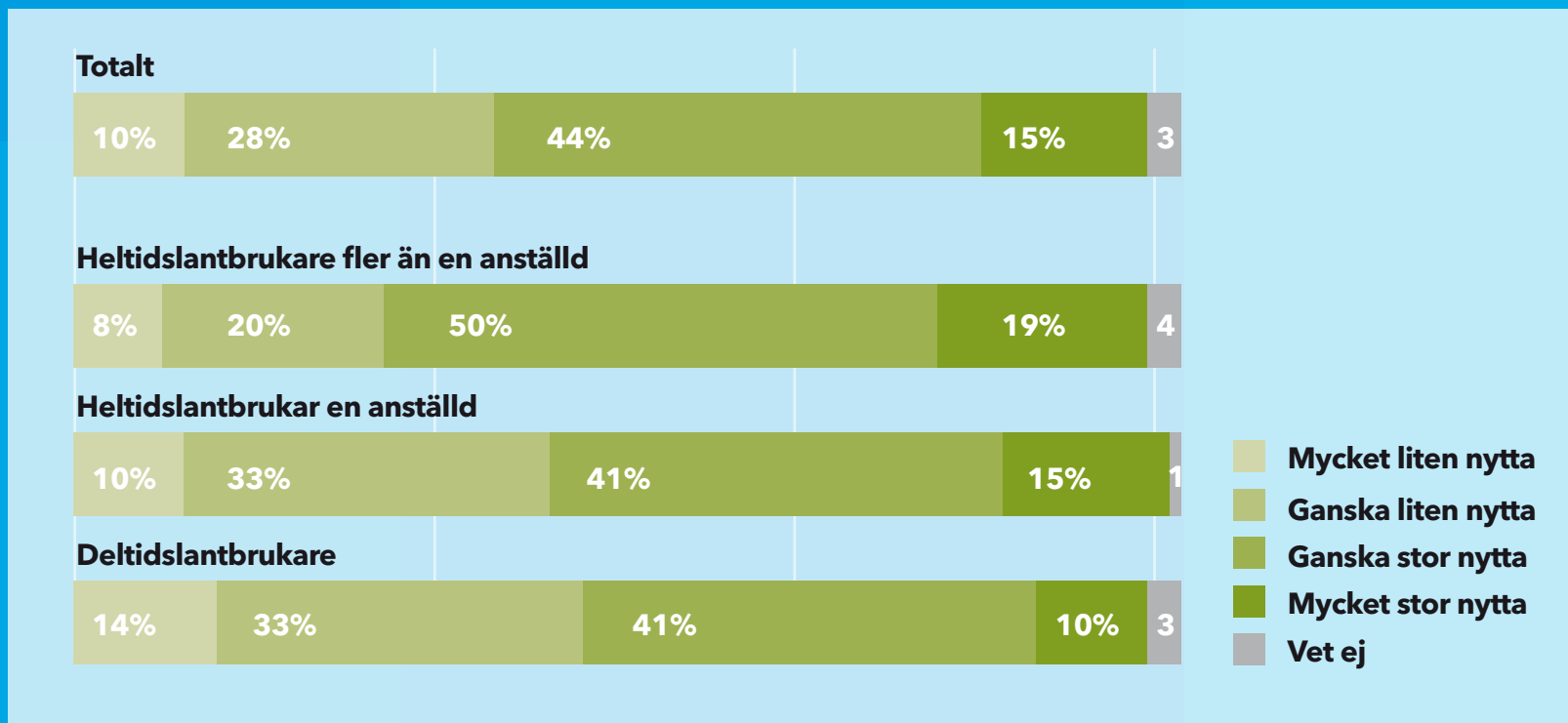
Har ni Krav-certifiering eller EU-ekologisk certifiering?

KRAV-certifiering vanligast



Hur stor nytta har din verksamhet av att vara ekocertifierade när det gäller lönsamhet och utveckling?

6 av 10 har nytta av sin ekocertifiering



Organic
Sweden

Ekologiska
Lantbrukarna

Mjölk, spannmål och större gårdar upplever störst nytta och är också i högre utsträckning certifierade

- ◆ 99 % av mjölkbönderna och 91 % av spannmålsodlarna är KRAV-certifierade. Av får- och lammproducenter är motsvarande siffra 66 %.
- ◆ Fler av heltidslantbruken har KRAV-certifiering, medan det är vanligare med EU-ekologiskt bland de med färre än en heltid sysselsatt i företaget.
- ◆ Mest nytta upplever mjölkbönderna och de med spannmålsodling. Minst nytta har får-, lamm- och nötköttsproducenter.
- ◆ Lantbrukare med minst en heltidsanställd upplever större nytta än de som har mindre än en heltid i företaget.



Organic
Sweden



Ekologiska
Lantbrukarna

FRAMTID

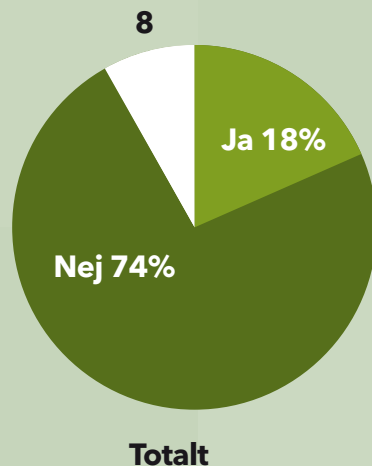


Organic
Sweden

Ekologiska
Lantbrukarna

Tror du att export av ekologiska produkter från Sverige kommer att få stor betydelse för din verksamhet i framtiden?

Export främst intressant för ekomjölkbönder och spannmålsodlare

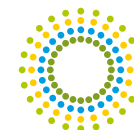
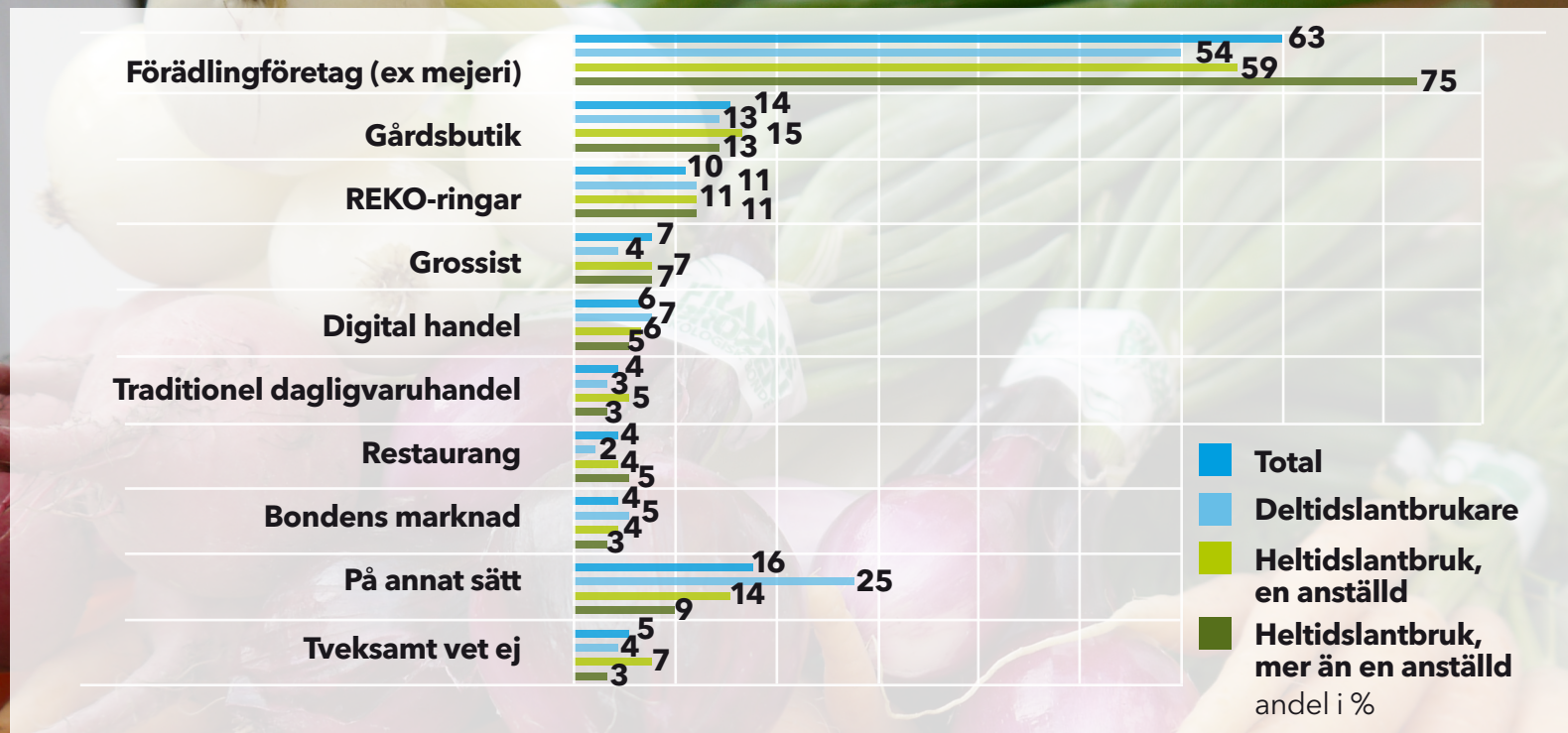


- ◆ Mjölksproducenter (31 %) och de med spannmålsodling (25 %) tror i högre utsträckning att exporten av ekologiska produkter kommer att få stor betydelse.

■ Ja ■ Nej ■ Vet ej

Hur kommer ni/du att huvudsakligen sälja era produkter om 5 - 10 år?

Ökande tilltro till direkta försäljningskanaler

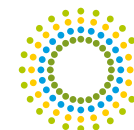


Organic
Sweden

Ekologiska
Lantbrukarna

Var fjärde ekobonde tror på ökad direktförsäljning

- ◆ Får- och lammproducenter tror i högre utsträckning (33 %) att försäljningen kommer att ske via gårdsförsäljning. Bland övrig djurproduktion är andelen 28 %.
- ◆ Var fjärde ekobonde (25 %), svarar att de i ökande omfattning tror att de kommer sälja via gårdsbutik (14 %), REKO-ring (10 %) eller Bondens marknad (4 %).



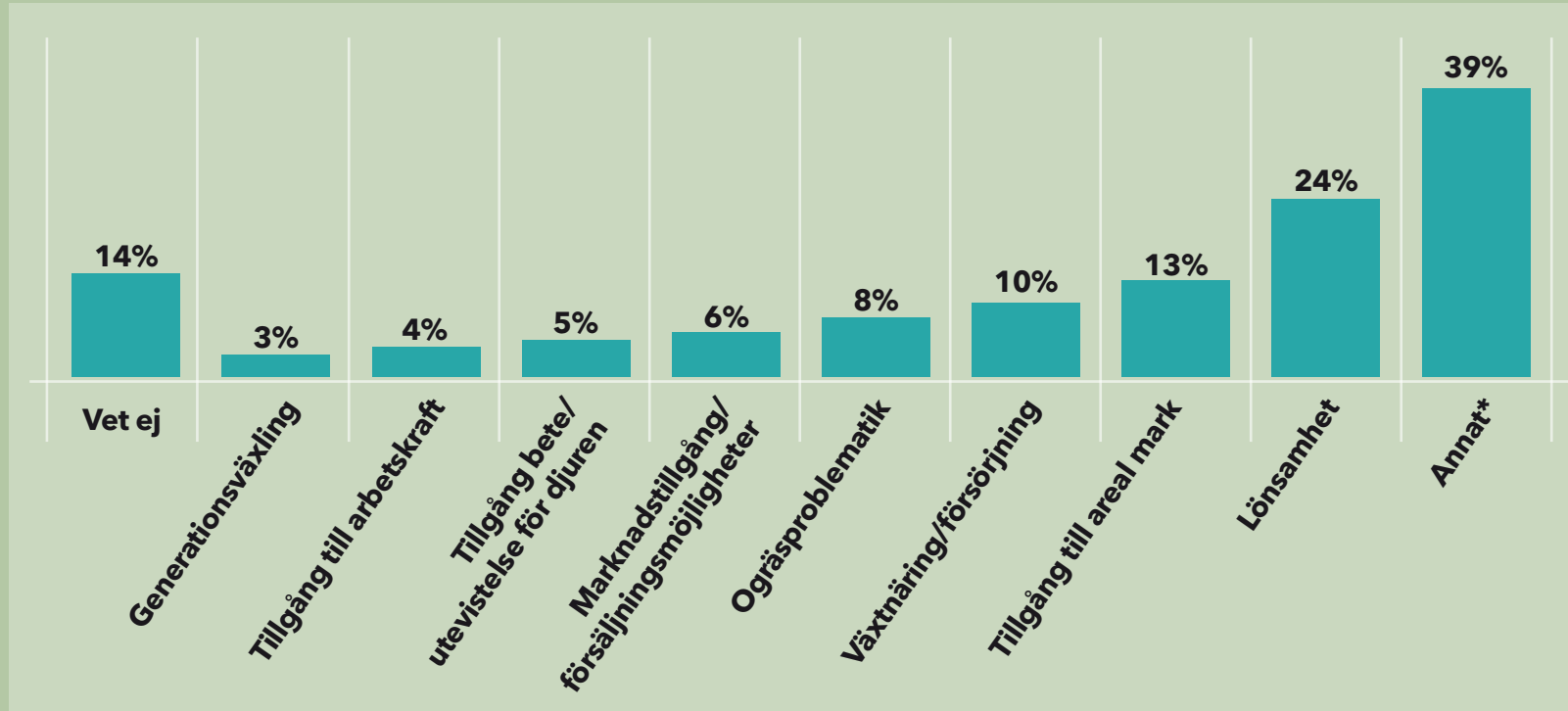
Organic
Sweden



Ekologiska
Lantbrukarna

Vad anser du är de största utmaningarna för att utveckla ekoproduktionen på din gård?

Lönsamhet upplevs som den största utmaningen



***Annat:** Viltskador, den egna tiden, väder och torka, vegotrenden och svårigheten att kommunicera hållbart kött.

Slutsats

- ◆ Ekologiska lantbrukare ser mer positivt på sin lönsamhet än svenskt lantbruk i genomsnitt. Dock är lönsamheten även en stor utmaning på ekogården och det som skapar störst osäkerhet om framtiden.
- ◆ Förädlingsled och branschorganisationer tror på export – men inte många av ekobönderna (18 %). Undantag är mjölk och spannmål där förädlingsaktörerna har ett upparbetat exportarbete av svensk ekoråvara.
- ◆ En framtidsutmaning för branschen är hur lönsamheten och nyttan med att sälja sina varor som certifierat ekologiska kan öka även för de mer småskaliga ekoproducenterna.
- ◆ Klimathotet såväl som klimatdebatten är en utmaning för tillväxt i sektorn. Vissa av ekobönderna uttrycker en extra känslighet mot klimatförändringarna medan andra vill ha hjälp att förklara hur ekomaten och lantbruket kan vara en del av lösningen.



Ekologiska Lantbruksbarometern är gjord av Ekologiska Lantbrukarna och Organic Sweden på uppdrag av Jordbruksverket. Resultaten bygger på 600 intervjuer utförda av Kantar Sifo.

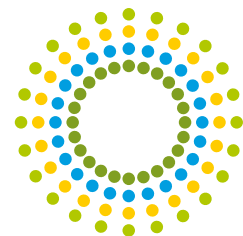
Organic Sweden

Plattformen för alla som vill verka för ökad **försäljning** och **export** av ekologisk och KRAV-märkt mat och dryck. Och som vill öka **kunskapen** och **engagemanget** för ekologisk produktion och konsumtion.

Ekologiska Lantbrukarna

Medlemsorganisation som arbetar för att politik, regler och marknad ska vara utformade så att **svenska ekobönder** ges de bästa möjligheterna att utveckla lönsamma och hållbara företag.





Organic
Sweden



www.organicsweden.se | charlotte.andre@organicsweden.se
www.ekolantbruk.se | sofia.sollen-norrlin@ekolantbruk.se