

Svenskt ekoindex

KVARTAL 4 OCH HELÅR 2020

Mäter försäljningen av ekologisk
mat med svenska råvaror



Ekobondens marknad:

Detta är Svenskt ekoindex

Svenskt ekoindex är ett mått på försäljningen av ekologisk mat i svensk dagligvaruhandel. Den publiceras kvartalsvis av Ekologiska Lantbrukarna inom ramen för projektet *Ekobondens Marknad*.

Det unika med Svenskt ekoindex är att det bara speglar försäljningen av sådana produkter som kan produceras i Sverige. Syftet är att ge en bild av utvecklingen på marknaden för de produkter som kan produceras av svenska ekologiska bönder. Det innebär att indexet mäter försäljningen av produkter som i huvudsak tillverkas av råvarorna spannmål, mjölk, ägg och kött. Bakom indexet ligger data från analysföretaget Nielsen.

Frukt, grönsaker, potatis och rotfrukter saknas i underlaget för Svenskt ekoindex. Det beror på att Nielsen inte har möjlighet att mäta lösviktsförsäljning i butik och därför inte tillhandahåller dessa data.

Under 2018 till 2020 har arbetet med Svenskt ekoindex stöd från Jordbruksverket.

Denna rapport har sammanställts av lantbruks-ekonomen *Lars Jonasson* och lantbruksjournalisten och konsulten *Niclas Åkeson*. Författarna ansvarar ensamma för innehållet i rapporten.

Sammanfattning	3
Helåret 2020	5
1. Trender i handeln	6
2. Merpris i handeln	9
3. Råvarans mervärde i butik	11

Utfallet: Svenskt ekoindex upp 2,6 % under 2020

Svenskt ekoindex mäter förändringen i försäljningen av ekologiska livsmedel i den svenska dagligvaruhandeln kvartalsvis. Under kvartal 4 2020 ökar denna med 2,5 % jämfört med samma period under 2019. På helårsbasis var ökningen 2,6 %. Det är svårt att analysera vad den här förändringen egentligen säger om de långsiktiga trenderna. Covid-19-pandemin har gjort att många förskjutningar inträffar samtidigt vilket gör det svårt att få ihop en helhetlig bild av utvecklingen.

Svenskt ekoindex mäter enbart försäljningsutvecklingen i dagligvaruhandeln. Sedan pandemin bröt ut har en del av konsumtionen av mat i Sverige flyttat från såväl restauranger som storkök till hemmen. Därmed har också försäljningen via dagligvarubutikerna ökat. Vi vet också att försäljningen via gårdsbutiker och Reko-ringar har ökat markant efter pandemins utbrott. Nettot av dessa förändringar är svåra att bedöma.

Tre kvartal av fyra under 2020 ökade försäljningen av ekologisk mat i dagligvaruhandeln. Samtidigt

"Tre kvartal av fyra under 2020 ökade försäljningen av ekologisk mat i dagligvaruhandeln. Samtidigt har den totala försäljningen av mat i handeln haft en högre procentuell tillväxt vilket innebär att ekomatens andel har fortsatt att minska."

har den totala försäljningen av mat i handeln haft en högre procentuell tillväxt vilket innebär att ekomatens andel har fortsatt att minska. Uppgången under kvartal 4 förklaras främst av att försäljningsvärdet för spannälsbaserade produkter och nötkött har ökat. Tillsammans har det vägt upp en viss minskning i försäljningen av ekologiska mejeriprodukter. Samma sak gäller för helåret

När försäljningsvärdet sjunker för en produkt kan det antingen bero på att priset sjunkit, volymen minskat eller en kombination av båda. För mjölkens del är beror hela minskningen under 2020 på minskad volym.

Vad gäller mjöl- och grynprodukter så fortsatte det totala försäljningsvärdet uppåt och steg med 10,4 % under kvartal 4. Denna ökning uppstod enbart på grund av ökade sålda volymer. De sålda volymerna ökade med hela 14,3 procent, men motverkades något av lägre priser vilket gav en värdemässig tillväxt på 10,4 %.

Nötköttets ökade försäljningsvärde på 11,1 % förklaras av 6 % större volymer och 4,8 % höjda priser. På helårsbasis ökade försäljningsvärdet för nötkött under 2020 med 4,8 %, trots något minskade volymer.

Den för ekolantbruket viktiga mejerikategorin har haft det kämpigt ett par år med minskade försäljningsvärden från 2017 och framåt. Här indikerade årets första kvartal att nedgången bromsat in, men under kvartal 3 tilltog den igen och höll i sig under kvartal 4, dock med en något mindre minskning än under kvartal 3. Under tredje kvartalet i år minskade försäljningsvärdet för ekologiska mejeriprodukter med 3,4 % och under kvartal 4 med 2,8 %. Det är problematiskt att försäljningen av ekologisk mejeriprodukter i dagligvaruhandeln minskar eftersom hela det ekologiska lantbruket på olika sätt är beroende av en stark ekomjolksektor. ■

Helåret 2020

Utfallet: Spannmålsbaserade produkter ökade mest

Med fjärde kvartalet avslutat går det att summera helåret 2020 och konstatera att Svenskt ekoindex steg med 2,6 %. Men även om försäljningen av ekologisk mat i dagligvaruhandeln ökade under 2020 så presterade den ekologiska maten dåligt i förhållande till den konventionella som för jämförbara produkter ökade med 8,8 %.

Bäst gick det för de spannmålsbaserade ekoprodukterna vars försäljning ökade med 145 miljoner kronor under 2020, en ökning med 12,2 %. Hela uppgången för de spannmålsbaserade produkterna förklaras av ökade sålda volymer. Bra gick också försäljningen av ekologiska ägg som ökade med 27 miljoner kronor (+ 3,5 %), också denna ökning driven av större volymer sålda ägg till nästan samma priser som 2019. Ekologiskt nötkött steg med 16 miljoner kronor (+ 4,8 %) och ekologisk färsk kyckling med 5 miljoner kronor (+ 6,4 %).

Det som fortsätter att dra ned Svenskt ekoindex är de ekologiska mejerivarorna. Under helåret minskade försäljningsvärdet med 50 miljoner kronor (- 1,9 %). Hela 2020 års nedgång för mejerivarorna förklaras av minskade sålda volymer, medan priserna var oförändrade.

Det är tredje året i rad som försäljningen av ekologiska mejerivaror minskar i Sverige. Sedan toppåret 2018 har försäljningsvärdet för ekologiska mejeriprodukter sjunkit med 263 miljoner kronor (- 7,4 %). Den absoluta merparten av bortfallet i mejerisegmentet kom 2019 då försäljningen sjönk med 165 miljoner kronor. De ekologiska mejeripro-

dukternas andel av det totala underlaget för Svenskt ekoindex är nu nere i 50 % att jämföra med 55 % år 2017. De produkter som inkluderas i indexet är spannmålsbaserade livsmedel, mejeri, kött och ägg. Fruk- och grönsaker ingår inte på grund av brist på data. Det är problematiskt att försäljningen av ekologisk mejeriprodukter i dagligvaruhandeln minskar eftersom hela det ekologiska lantbruket på olika sätt är beroende av en stark ekomjolksektor.

Svenskt ekoindex är skapat för att spegla marknaden för livsmedel gjorda av ekologiska jordbruksråvaror som produceras eller går att producera i svenskt jordbruk. Därför ingår inte varor som kaffe, kakao, te, fisk och konfektyr. Inte heller ingår frukt och grönsaker, beroende på att merparten av dessa produkter säljs i lösvikt och inte rapporteras

	Förändring i försäljning 2020 milj. kr	Förändring i försäljning 2020 procent
Spannmåls- produkter	+145	+12,2
Ägg	+27	+3,5
Nötkött	+16	+4,8
Färsk kyckling	+5	+6,4
Mejeri	-50	-1,9
Får/lamm	-16	-71,0



via Nielsen. Tittar man på den totala försäljningen av alla ekologiska livsmedel som finns i Niensens databas så ökade försäljningen med 3,6 procent under 2020. I pengar räknat betyder det en ökning med 340 miljoner kronor. Niensens databas mäter alla produkter som registreras i kassan förutom sådant som säljs i lösvikt eller som är butikspackat.

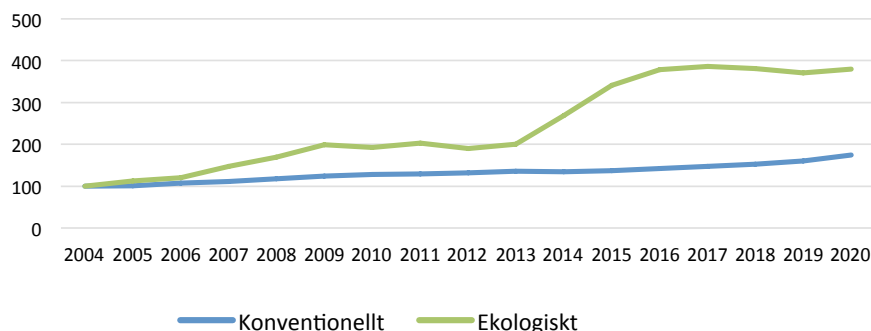
Data från Nielsen visar med ganska hög precision att utfallet för den ekologiska marknaden 2020 blev väsentligt bättre än de preliminära skattningar som analysföretaget Ekoweb nyligen publicerade i sin årliga marknadsrapport. Enligt Ekoweb's preliminära siffror minskade försäljningen i dagligvaruhandeln (exklusive renodlade näthandelsaktörer) med cirka 100 miljoner 2020. Data från Nielsen visar att den alltså i stället ökade med 340 miljoner kronor. Om försäljningen av ekologiska grönsaker i lösvikt växte i samma takt som övrigt ekosortiment var ökningen i absoluta tal ännu större.

Men även om det är positivt med en tillväxt för försäljningen av ekologisk mat i dagligvaruhandeln måste siffrorna ses i ljuset av handelns totala utveckling. Där visar siffrorna från Nielsen att för-

säljningen av konventionella livsmedel ökade med hela 9,7 procent. Det betyder att den ekologiska maten, trots tillväxten, tappade marknadsandelar. Viktigt att ha i åtanke är också att den ökade försäljningen i detaljhandeln är delvis kopplad till pandemin som medfört att delar av konsumtionen har flyttats från restauranger och storkök till hemmen.

Om man summerar Ekoweb's uppskattningar av 2020 års ekoförsäljning i andra kanaler än dagligvaruhandeln (restauranger och storkök, servicebutiker, bensinstationer, direktförsäljning från gårdar och renodlade näthandelsföretag) med de faktiska siffrorna för dagligvaruhandeln blir resultatet för 2020 en marginell ökning av den totala svenska ekomarknaden. I den uppskattningen ingår minskningen för restauranger och storkök men inte en sannolikt kraftig ökning av försäljning av ekoråvaror direkt från gård till konsument. Inte heller en sannolik ökning för ekologisk frukt- och grönt i butikerna. Det troliga är därför att den totala svenska ekomarknaden trots allt hade en tillväxt på mellan en halv och en procent även under 2020. I ett längre perspektiv har de senaste åren inneburit en plåtå i tillväxtkurvan och inte en nedgång. ●

Försäljningen i butik av livsmedel som kan produceras i Sverige (Index 2004=100)



FIGUR 1. Indexerat försäljningsutveckling i dagligvaruhandeln i värde för livsmedel som kan produceras i Sverige, 2004 till 2020. I diagrammet ingår mejeriprodukter, kött, ägg och spannmålsprodukter. Grönsaker ingår inte på grund av brist på data. Källa: För åren 2004 till 2016 SCB, för 2017 till 2020 Nielsen.

Kapitel 1: Svenskt ekoindex stiger 2,5 % i kvartal 4 2020

Försäljningen av ekologisk mat ökade med 2,5 % under fjärde kvartalet 2020. Svenskt ekoindex mäter värdet av handelns försäljning av de ekologiska livsmedel som i huvudsak produceras eller hade kunnat produceras i Sverige. Svenskt ekoindex har därmed stigit tre kvartal av fyra under 2020 efter en två år lång nedåtgående trend som kvartal för kvartal pågått sedan andra kvartalet 2018.

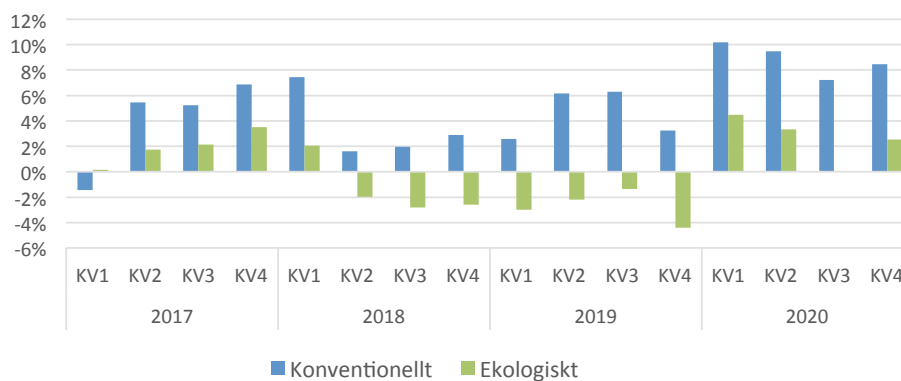
Förklaringen till uppgången berodde på en ökad försäljning av ekologiska mjölk- och grynprodukter, nötkött, ägg och färsk kyckling. Däremot minskade försäljningen av ekologiska mejeriprodukter, griskött och får- och lammkött något. Nettot blev ändå positivt och gav en ökning på 2,5 %.

Försäljningsvärdet för mejeriprodukter minskade med 2,8 % helt och hållet beroende minskade

volymer. Därmed tog nedgången för ekomejerisortimentet ny fart efter att ha legat på en marginell minskning under första och andra kvartalet 2020. Under kvartal 4 ökade samtidigt försäljningsvärdet för konventionella mejeriprodukter med 6,4 procent.

Värt att notera är att försäljningsvärdet för ekologisk mat visserligen ökar något under kvartal 4 (+2,5 %), men försäljningsvärdet för konventionell mat ökar kraftigt (+8,5 %). Corona-pandemin har medfört en kraftig tillväxt för dagligvaruhandeln, en utveckling som ekologisk mat med möjliga svenska råvaror bara i begränsad utsträckning har fått del av. Effekten av det är att ekomatens andel av livsmedelsförsäljningen i dagligvaruhandeln har minskat under 2020.

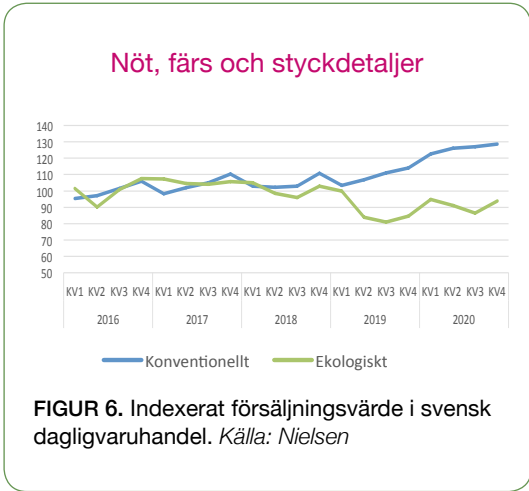
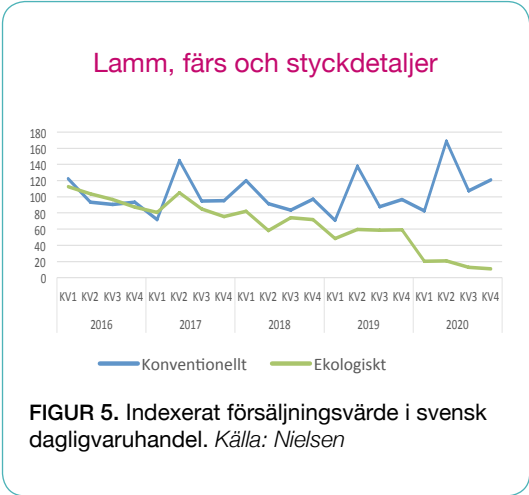
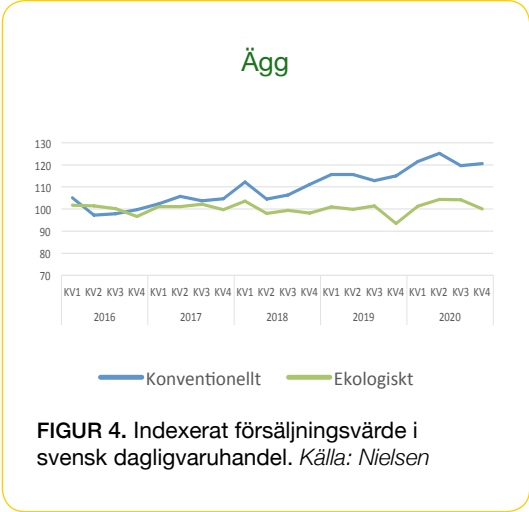
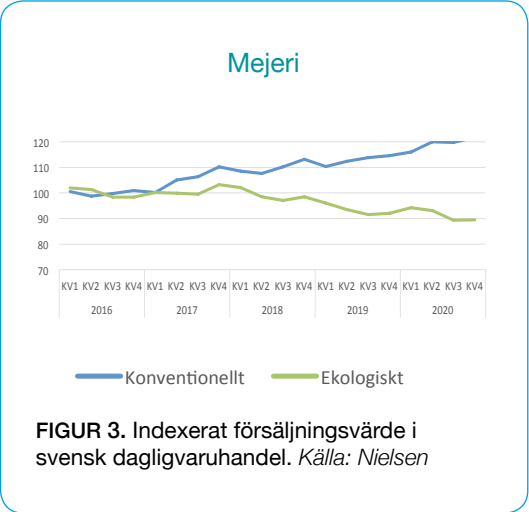
Detaljhandel, livsmedel med möjlig svensk råvara.
Förändring mot samma kvartal året före.



FIGUR 1. Försäljningsutveckling i dagligvaruhandeln i värde för livsmedel som kan produceras i Sverige, 2017 till 2020. Staplarna visar skillnaden i värde jämfört med samma kvartal ett år tidigare. Ekoförsäljningen ökade under fjärde kvartalet 2020 jämfört med fjärde kvartalet 2019 med 2,5 procent. I diagrammet ingår mejeriprodukter, kött, ägg och spannmålsprodukter. Grönsaker ingår inte på grund av brist på data.

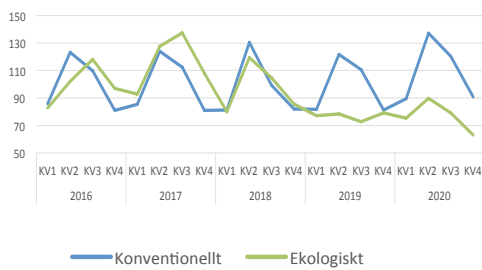
Källa: Egen bearbetning av grunddata från Nielsen.

Trender i handeln



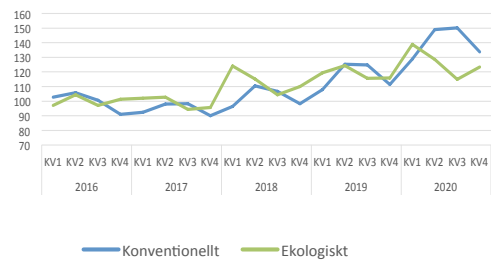
Trender i handeln

Gris, fårs och styckdetaljer



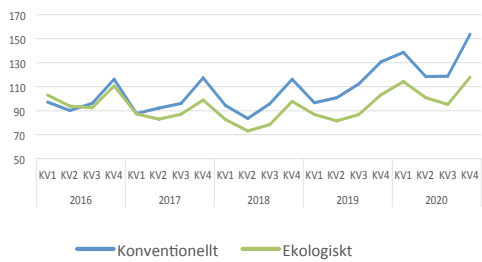
FIGUR 7. Indexerat försäljningsvärde i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Färs kyckling



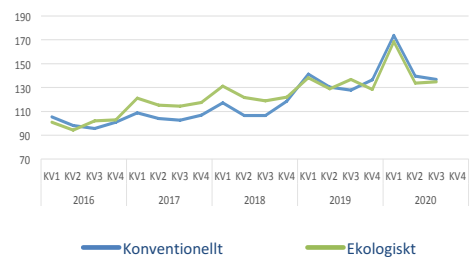
FIGUR 8. Indexerat försäljningsvärde i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Vetemjöl



FIGUR 9. Indexerat försäljningsvärde i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Havregryn



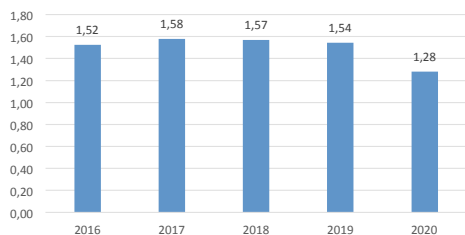
FIGUR 10. Indexerat försäljningsvärde i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Kapitel 2: Merpriset för ekomaten ligger fast

I det här avsnittet redovisas den genomsnittliga prisskillnaden i butik mellan några olika ekologiska och konventionella produkter. För flera produkter är merpriserna relativt stabila över tid. Merpriset för konsumtionsmjölken har under 2020 sjunkit med hela 26 öre per liter om man jämför med snittet för hela 2019 och med 29 öre per liter jämfört med hela 2018. Det är möjligen en rimlig utveckling med tanke på att det finns ett överskott av ekologisk mjölk i Sverige just nu. Också merpriset på ekologisk nöt-

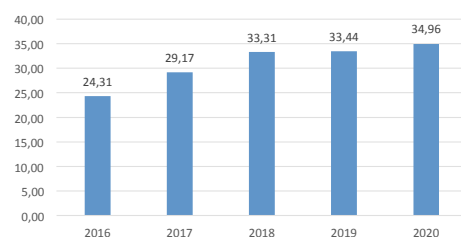
och fläskfärs har haft en sjunkande kurva sedan 2017. Färs kyckling, havregryn och smör- och margarin har gått i motsatt riktning med stigande merpriser i förhållande till konventionellt. Försäljningen av ekologiskt får- och lammkött i svenska butiker är nu så liten att det är svårt att dra några slutsatser av prisförändringar. Överlag är merpriserna för de ekologiska produkterna fortsatt höga, vilket är en bra utgångspunkt för affärsutveckling. Att handeln har höga marginaler på ekologisk mat bör öka intresset av att öka försäljningen. ■

Konsumtionsmjölk kr/liter



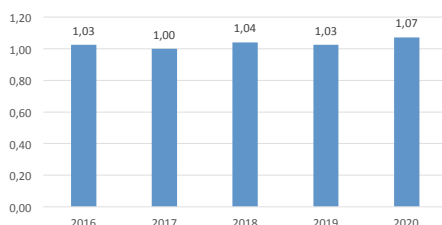
FIGUR 11. Merpris ex moms för ekologiskt i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Smör och margarin kr/kg



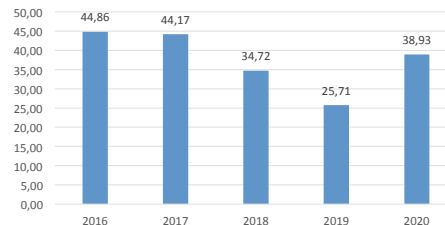
FIGUR 12. Merpris ex moms för ekologiskt i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Ägg kr/styck



FIGUR 13. Merpris ex moms för ekologiskt i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

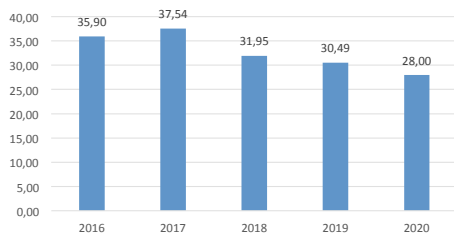
Lammfärs kr/kg



FIGUR 14. Merpris ex moms för ekologiskt i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

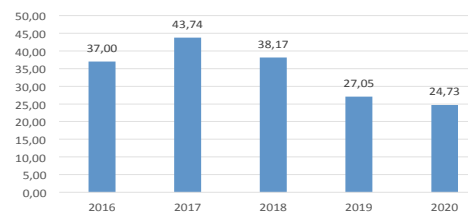
Merpris i handeln

Nötfärs kr/kg



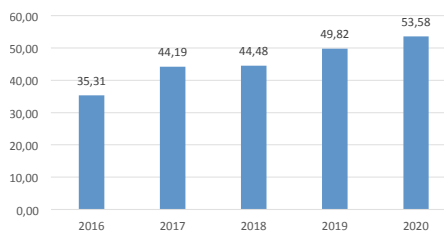
FIGUR 15. Merpris ex moms för ekologiskt i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Fläskfärs kr/kg



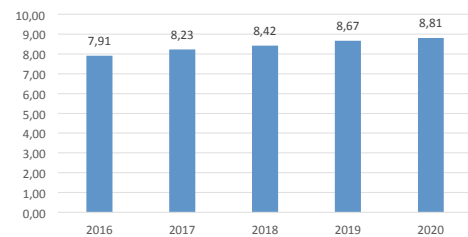
FIGUR 16. Merpris ex moms för ekologiskt i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Färs kyckling kr/kg



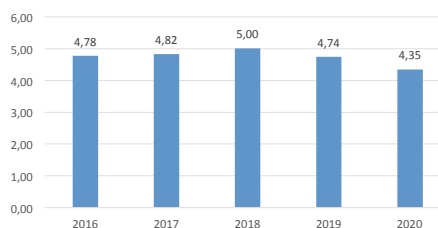
FIGUR 17. Merpris ex moms för ekologiskt i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Havregryn kr/kg



FIGUR 18. Merpris ex moms för ekologiskt i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Vetemjöl kr/kg



FIGUR 19. Merpris ex moms för ekologiskt i svensk dagligvaruhandel. Källa: Nielsen

Råvarans mervärde i butik

Kapitel 3: Vad blir prisskillnaderna omräknat till råvarupris hos ekobonden?

Ekologisk mat är en så kallad premiumprodukt. En sådan har vissa mervärden som kunden är beredd att betala extra för. Nära nog alla mervärden för ekologisk mat har sitt ursprung på den gård där grödorna har odlats och djuren fötts upp. För det får bonden extra betalt av den han säljer sin råvara till. Frågan är hur denna merbetalning relaterar till det merpris som kunden betalar i butiken?

För att belysa detta räknas i det här avsnittet prisskillnaderna i diagrammen i kapitel 2 om till vad det motsvarar i råvarupris, uttryckt i den enhet som används när produkterna säljs från gården. I stället för pris per styck som används för äggen i butiken, blir det i stället pris per kilo. Merpriset för köttfärs räknas om med hänsyn till hur mycket kött det går att få ut från en slaktkropp osv.

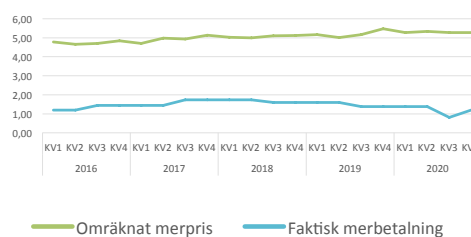
Med dessa beräkningar som underlag går det sedan att diskutera ett antal frågor. Hur fördelas mervärdet i livsmedelskedjan? Vilka marginaler tas ut och av vem? Finns det merkostnader för att hantera ekoprodukter i industriled och handel? Går det att öka de sålda volymerna genom sänkta priser i butik utan att det drabbar betalningen till bonden?

”Nära nog alla mervärden för ekologisk mat har sitt ursprung på den gård där grödorna har odlats och djuren fötts upp. För det får bonden extra betalt av den han säljer sin råvara till. Frågan är hur denna merbetalning relaterar till det merpris som kunden betalar i butiken?”

Ett underliggande antagande i de följande diagrammen är att påslagen genom hela kedjan är samma i kronor räknat (dvs att man inte tillämpar procentuella påslag) för både konventionella och ekologiska livsmedel. Vi antar till exempel att det inte kostar mer att transportera, skala, valsa, paketera och sälja ett kilo ekologiska havregryn än ett kilo konventionella. Vi tänker oss också att det inte kostar mer att transportera, slakta, förädla och sälja ett nötkreatur från en ekologisk gård jämfört med en konventionell. Och så vidare för alla olika produkter. Vi är öppna för att det kan finnas invändningar mot ett sådant sätt att tänka och räkna och välkomnar synpunkter och inspel med vars hjälp vi kan förbättra framtida rapporter.

I det följande kommenteras nötkött och mjölk mera utförligt i brödtexten, medan övriga produkter kommenteras intill respektive diagram.

Det ekologiska grynhavrets mervärde i havregryn

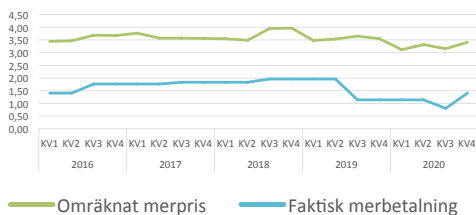


FIGUR 20. Av diagrammet framgår att råvaran ekologisk grynhavre under kvartal 4 2020 hade ett mervärde i butik på 5,28 kronor, en minskning med 19 öre jämfört med kvartal 4 2019. Den ekologiska bonden har under 2020 fått cirka 1,20 öre mer per kilo. Drygt 4 kronor av merpriset hamnar därmed hos någon annan än bonden.

Källa: Priser från Nielsen och egna beräkningar.

Råvarans mervärde i butik

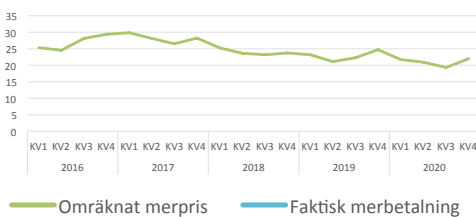
Det ekologiska kvarnvetets mervärde i vetemjöl



FIGUR 21. Ekologiskt kvarnvetete hade under kvartal 4 2020 ett mervärde i butik på 3,41 kronor per kilo, en minskning med 14 öre per kilo jämfört med kvartal 4 2019. Den ekologiska odlaren får cirka 1,40 öre mer per kilo. Det innebär att 2 kronor av konsumenternas merbetalning hamnar hos någon annan. Tilläggs bör att vetemjöl i påse utgör en liten del av användningen av kvarnvetete. En hel del går till förädlingsindustrin och hamnar i sammansatta produkter som bröd och färdigmat, där det är omöjligt att härleda råvarans mervärde.

Källa: Priser från Nielsen och egna beräkningar.

Det ekologiska nötköttets mervärde i nötfärs



FIGUR 22. Diagrammet visar den ekologiska nötfärsens merpris i butik omräknat till kronor per kilo slaktkropp. I kvartal 4 2020 var det 22,01 kronor per kilo. Merbetalningen till bonden saknas det tillförlitliga uppgifter om. Läs mer om nötkött i brödtexten till höger.

Källa: Priser från Nielsen och egna beräkningar.

En bonde som säljer ett nötkreatur till slakt får betalt för slaktkroppen. En sådan består till 25 procent av delar som inte är direkt säljbara i slutledet, till exempel ben, fett och senor. För att räkna om merpriset på nötfärs i butik till värdet för en hel slaktkropp har faktorn 75 procent använts. Ett merpris på till exempel tio kronor för färsen i butiken antas motsvara 7,50 kronor per kilo i bondeled.

För att beräkna merpriset i diagrammet nere till vänster har statistik från Nielsen använts. I denna kan man inte skilja på importerat och svenskt kött. Då en viss del av den konventionella nötfärs som säljs är importerad och sannolikt har ett lägre snittpris än den svenska konventionella färsen blir beräkningen av mervärdet inte helt rättvisande.

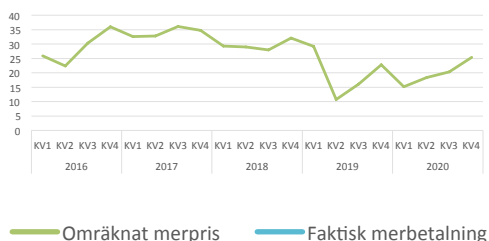
En snabb stickprovskontroll i februari 2021 av merpriset för svensk ekologisk nötfärs, jämfört med svensk konventionell nötfärs, i några nätbutiker visar en prisskillnad på cirka 20 kronor per kilo. Omräknat till bondepris betyder det 15 kronor per kilo. I verkligheten ligger merpriset på ekologiskt nötkött i bondeled på några få kronor, ibland inte ens det. Värt att notera är också att för styckade nötdetaljer är merpriset för ekologiskt kött cirka 60 kronor per kilo, det vill säga betydligt högre än för nötfärsen. Med hänsyn till det är merpriset för det ekologiska nötköttet i butik högre än det vi kalkylerar via nötfärsen.

Samtidigt finns det god tillgång till ekologiskt nötkött. Här kan man diskutera om prissättningen fungerar som den ska. I en perfekt ekonomi hade priset i butik sjunkit och de sålda volymerna ökat till dess att det inte fanns något överskott av ekologiskt kött längre.

Detta är värt att diskutera. En kombination av minskade marginaler per kilo i slakt- och/eller handelsled och ett ökat kampanjande för ekologiskt nötkött skulle kunna bana väg för att en större del av det ekologiska nötkött som de facto produceras i Sverige hade kunnat säljas som ekologiskt. Då hade handelns totala marginaler möjligen kunnat vara oförändrade (fler kilo med ett lägre påslag per kilo ger samma totala netto) samtidigt som vi hade utnyttjat en befintlig resurs på ett bättre sätt.

Råvarans mervärde i butik

Det ekologiska grisköttets mervärde i fläskfärs

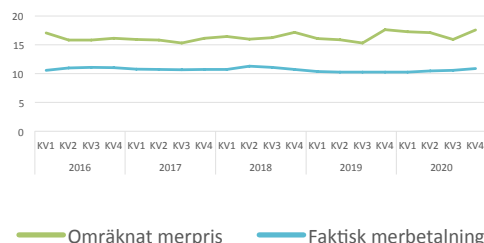


FIGUR 23. Diagrammet visar merpriset för råvaran i den ekologiska fläskfärsen jämfört med den konventionella. Under kvartal 4 2020 skilde det 25,38 kronor per kilo. Ingen uppdelning av svensk och importerad vara har kunnat göras.

Merpriset på ekologisk gris i bondeled finns det inga offentliga uppgifter om. Vad gäller ekologiska grisar förekommer också en diskussion om möjligheten att utnyttja hela grisen. Utvecklingen av ett ekologiskt charksortiment har gått sakta, delvis kopplat till handelns ovilja att sälja charkprodukter med svensk råvara utan tillsats av nitrit.

Källa: Priser från Nielsen och egna beräkningar.

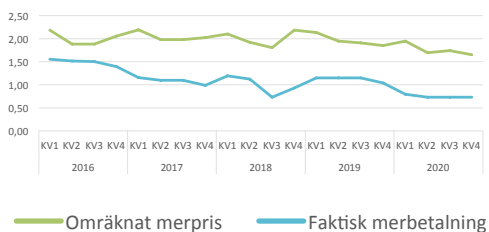
De ekologiska äggens mervärde som sålda ägg i butik



FIGUR 24. Diagrammet visar merpris för ekologiska ägg i butik omräknat till kronor per kilo ägg. Vid omräkningen från styckpris till kilopris har varje ägg beräknats väga 63 gram. Konsumenter betalade under fjärde kvartalet 2020 17,59 kronor mer per kilo för de ekologiska äggen, medan merpriset till den ekologiska bonden låg strax under 11 kronor. Med konventionella ägg avses snittpriset på den mix av burägg, ägg från frigående höns med mera som säljs i dagligvarubutikerna. Försäljningsvolymerna för ekologiska ägg inom dagligvaruhandeln har legat relativt stabil de senaste åren trots att merpriset i butik tenderat att öka något. Trots det och trots att Jordbruksverkets statistik över producerad mängd ekologiska ägg visar en minskad produktion, rapporteras det om ett överskott av ekologiska ägg.

Källa: Priser från Nielsen och egna beräkningar.

Den ekologiska mjölkens mervärde i konsumtionsmjölk och gräddprodukter



FIGUR 25. Diagrammet visar ekomjölkens merpris i butik för en kombination av konsumtionsmjölk och gräddor omräknat till kronor per kilo mjölkråvara. Fler kommentarer till höger.

Källa: Priser från Nielsen och egna beräkningar.

Konsumtionsmjölk och gräddor ligger till grund för beräkningen av mervärdet på den ekologiska mjölkråvaran. Den här beräkningen räcker inte ensam för att sätta ett värde på den ekologiska mjölkråvarans mervärde, men kan vara en ingång till att diskutera frågan.

Av diagrammet framgår att ekomjölken i form av konsumtionsmjölk och gräddor i butiken säljs för cirka 1,65 mer per kilo mjölkråvara än konventionell (läs mer nedan om hur beräkningen har gjorts).

Det finns flera hänsyn att ta vid bedömningen av den här siffran. En första är att all den ekomjolk som vägs in av olika skäl inte avsåts som ekologisk. Det beror delvis på säsongsvariationer där mejerierna måste kunna hantera efterfrågetoppar

Råvarans mervärde i butik

på ekologiska mejeriprodukter och därför under andra perioder kommer att ha en del överskott. En viss del av ekomjölken kan också gå förlorad i mejerianläggningarna när man byter från hantering av konventionell till ekologisk mjölk.

Just nu befinner sig de flesta mejerier i en situation där man tagit in nya leverantörer i tron att försäljningen skulle fortsätta att öka. När den då tvärtom minskade så uppstod ett överskott av ekologisk mjölk. Om till exempel bara hälften av det som vägs in till mejeriet som ekologiskt kan säljas som ekologiskt så reduceras mejeriets utbyte av den invägda ekomjölken med hälften, det vill säga drygt 80 öre per kilo mjölk. Om däremot 70 procent av den invägda mjölken avsätts som ekologisk så blir råvarans mervärde med det här sättet att räkna 1,15 kronor per kilo mjölk.

En annan faktor att ta hänsyn till är att mixen av produkter som görs av ekologisk respektive konventionell mjölk är olika. Om vi till exempel hade använt smör i stället för grädde för att värdera fettet i mjölken hade merpriset för ekoråvaran varit högre än det som visas i diagrammet. Ett kilo ekologiskt smör i butiken kostade under kvartal 4 2020 34,96 kronor mer per kilo än konventionellt.

Ytterligare en aspekt på frågan om ekomjölkråvarans värde på marknaden är att den i högre grad används i de mest lönsamma segmenten. Det görs mycket lite ost på svensk ekologisk mjölk och ost är en hårt prispressad produkt som ofta ger lite betalt för den ingående råvaran.

I bedömningen av ekomjölakens netto för mejerierna behöver också vägas in merkostnader i insamlingsledet, där två linjer måste hållas separerade från varandra, vilket ger högre kostnader.

För Arla, som är det marknadsledande mejeriet i Sverige, används ekomjölken också som ett sätt att

bygga hela företagets gröna varumärkesprofil. Detta anges som en central del av strategin och används aktivt i den globala marknadsföringen av Arlas produkter. För den svenska råvarans del kan detta få stor betydelse i och med att exporten av ekologiskt mjölkpulver från Sverige har startat. Möjligheten att exportera ekologisk mjölk kan få stor betydelse för ekomjölkråvarans värde för Arla i framtiden.

Diskussionen ovan handlar enbart om att se på ekomjölakens värde i ett marknadsperspektiv. Hur stor del av mervärdet som hamnar hos mejerierna respektive handeln vet vi ingenting om. Och hur de kooperativa mejerierna väljer att betala sina leverantörer styrs av många andra hänsyn än mervärdet på marknaden. Klart är dock att i de länder där det finns renodlade ekomejerier så tenderar merpriset till de ekologiska mjölkleverantörerna att vara högre än i Sverige. Vi kan också konstatera att under 2020 låg merbetalningen till svenska ekologiska producenter stilla på drygt 70 öre per kilo mjölk. Detta samtidigt som merpriset för ekologisk mjölk i butik sjönk ytterligare.

I underlaget har antagits att konsumtionsmjölken har en fetthalt på i genomsnitt 1,5 procent och grädden 25 procent. Mjölakens och gräddens merpris i butik har hämtats från Nielsen och där visat sig vara cirka 1,28 exklusive moms för konsumtionsmjölk och drygt 6,50 kronor per liter för gräddprodukter.

Om man utgår från mjölakens naturliga fetthalt på drygt 4 procent och gör en fördelning mellan mjölk och grädde med ovanstående fetthalter så blir det 88,5 procent konsumtionsmjölk och 11,5 procent grädde. Det är med denna fördelning som merpriset på 1,65 kronor per liter för råvaran har beräknats. ■

