

Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer

Tillegg til rapport nr 9/2018
17.9.2018





Landbruksdirektoratet
Norwegian Agriculture Agency

Tillegg til rapport: Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer

Avdeling: Handel og industri

Dato: 17.9.2018

Utarbeidet av: Seksjon markeds- og prisutvikling

Kontakt: postsmp@landbruksdirektoratet.no

Rapport-nr.: Tillegg til rapport 9/2018

Forsidebilde Debio

Forord

Dette dokumentet er et tillegg til rapporten *Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer for 2017*, som Landbruksdirektoratet publiserte 15. mars i år. I dette tillegget presenterer vi de siste tilgjengelige tallene på omsetning av økologiske varer gjennom dagligvarehandelen. Dette er tallene for første halvår 2018. I tillegg beskriver vi utviklingen gjennom avtaleåret og avlingssesongen 2017–2018 for økologisk korn og kraftfôr og for økologisk potet, grønnsaker og frukt, ettersom helårsrapporten ble publisert på et tidspunkt hvor vi ikke hadde hele bildet for produksjon og omsetning av korn og potet, grønnsaker og frukt for 2017–2018.

Økologiske produkter defineres som produkter som har blitt produsert etter økologisk godkjent produksjon, og som har godkjent økologisk merking. I rapportene viser begrepet *avtaleår* til perioden 1. juli til 30. juni, som er det jordbruksavtalen gjelder for. *Avlingssesongen* for poteter, grønnsaker og frukt går på sin side fra de første produktene kommer på markedet om våren, til lageret er tømt året etter.

Både hovedrapporten og dette tillegget er et oppdrag fra Landbruks- og matdepartementet (LMD).

Vi viser for øvrig til vår nettside www.landbruksdirektoratet.no for tidligere utgitte rapporter og annen informasjon om økologisk landbruk.

Oslo, 17. september 2018

Innholdsfortegnelse

Forord.....	2
Innholdsfortegnelse	3
Sammendrag	4
1 Omsetning av økologiske landbruksprodukter.....	5
1.1 Om statistikkgrunnlaget	5
1.2 Økning i omsetning av økologiske matvarer på 9 prosent	6
1.2.1 Svak nedgang i salg av økologiske grønnsaker	8
1.2.2 Omsetningen av økologiske meieriprodukter er økende	10
1.2.3 Stor vekst i omsetningen av økologiske frø og kjerner	12
1.2.4 Omsetningen av økologiske epler synker, men sterk vekst i blåbær og jordbær.....	13
1.2.5 Mindre omsetning, men økt andel økologiske egg.....	15
1.2.6 Sterk økning i omsetningen av økologisk bearbeidede produkter og fjørfekjøtt.....	16
2 Korn og kraftfôr	18
2.1 Rekordstor kornproduksjon, men lite mathvete	18
2.2 Nesten 5 000 tonn økologisk korn, erter og oljefrø i Østfold.....	19
2.3 Satsing på økologiske åkerbønner ga høyere pris	20
2.4 Salgs- og prisutvikling på kraftfôr.....	22
2.4.1 Fortsatt sterk salgsvekst for økologisk fjørfefôr.....	22
2.4.2 Sterk prisvekst på økologisk kraftfôr	23
2.4.3 Varierende prisdifferanse mellom økologisk og konvensjonelt kraftfôr	24
3 Poteter, grønnsaker og frukt.....	26
3.1 Svak vekst i norsk omsetning av økologiske grønnsaker	26
3.2 21 prosent økning i omsetningen av norskproduserte grønnsaker	26
3.3 Ny prisvekst for økologiske grønnsaker og poteter.....	29

Sammendrag

Salget av økologiske varer fortsetter å øke. Satsing på produksjon av økologiske åkerbønner har gitt effekt. Omsetningen av norske grønnsaker økte, mens salget av norske poteter og frukt gikk ned.

I første halvår 2018 ble det solgt økologiske varer gjennom dagligvarehandelen for 1,44 mrd. kroner, en økning på 10 prosent. Omsetningen av økologiske matvarer var på 1,42 mrd. kroner, og utgjorde 2 prosent av salget av matvarer.

Økt salg av melk og ost, nedgang i salget av gulrøtter

Omsetningen av økologiske grønnsaker gikk litt ned sammenlignet med samme periode i 2017, blant annet på grunn av nedgang i salget av økologiske gulrøtter. Salget av økologiske meieriprodukter økte med 12 prosent, og økt salg av melk og ost var det som trakk salget opp.

Andre økologiske produkter med økt omsetning var egg, frø og kjerner, blåbær, jordbær, bearbeidede kjøttprodukter og fjørefkjøtt. Samtidig var det nedgang i salget av økologisk brød, rømme, epler, kjøttdeig og svinekjøtt.

Omtrent 15 000 tonn økologisk korn, erter, oljefrø og åkerbønner

I 2017–2018 ble det levert omtrent 15 000 tonn økologisk korn, erter, oljefrø og åkerbønner til norske kornmottak. Dette var 1,5 prosent mer enn i fjor. Andelen av de totale leveransene som var økologiske var 1,19 prosent. En satsing på produksjon av økologiske åkerbønner ga virkning i 2017–2018. Produsentene fikk utbetalt mer for produksjonen, og produksjonen økte.

Økt salg av kraftfôr til fjørfe og høyere priser

Salget av økologisk kraftfôr økte med over 9 prosent i 2017–2018. Kraftig vekst i produksjonen av økologiske egg bidro til stor økning i salget av kraftfôr til fjørfe. Prisen på kraftfôr til verpehøner hadde også sterk vekst, og var 6,6 prosent høyere enn i 2016–2017. Bakgrunnen var blant annet dyrere importerte råvarer.

Ikke like stort salg av norske poteter, grønnsaker og frukt som ønsket

I sesongen 2017–2018 økte omsetningen av norske grønnsaker med 21 prosent, mens salget av potet gikk ned med 9 prosent og frukt med 6 prosent. I forkant av sesongen hadde grossistene og dagligvarekjedene signalisert en satsing på økologiske varer, men salget ble ikke like stort som ventet, og en del produkter måtte selges som konvensjonell vare.

1 Omsetning av økologiske landbruksprodukter

Omsetningen av økologiske matvarer gjennom dagligvarehandelen økte med 9 prosent fra første halvår 2017 til første halvår 2018, målt i verdi. Omsetningen av økologiske matvarer utgjorde 2 prosent, en økning fra 2017, da andelen var 1,93.

Omsetningen av økologiske grønnsaker har hatt en positiv trend, men i første halvår 2018 var det en svak nedgang på 1 prosent. Fukt, bær og nøtter hadde også en nedgang i salget, mens salget av økologiske meieriprodukter, kornprodukter og bakervarer, egg og kjøtt økte.

1.1 Om statistikkgrunnlaget

Dette kapitlet presenterer utviklingen i omsetningen av økologiske produkter i dagligvarehandelen i første halvår 2018, sammenlignet med tidligere år. Statistikkgrunnlaget er fra analysebyrået Nielsen, og viser faktiske registrerte kjøp gjennom dagligvarehandelen.

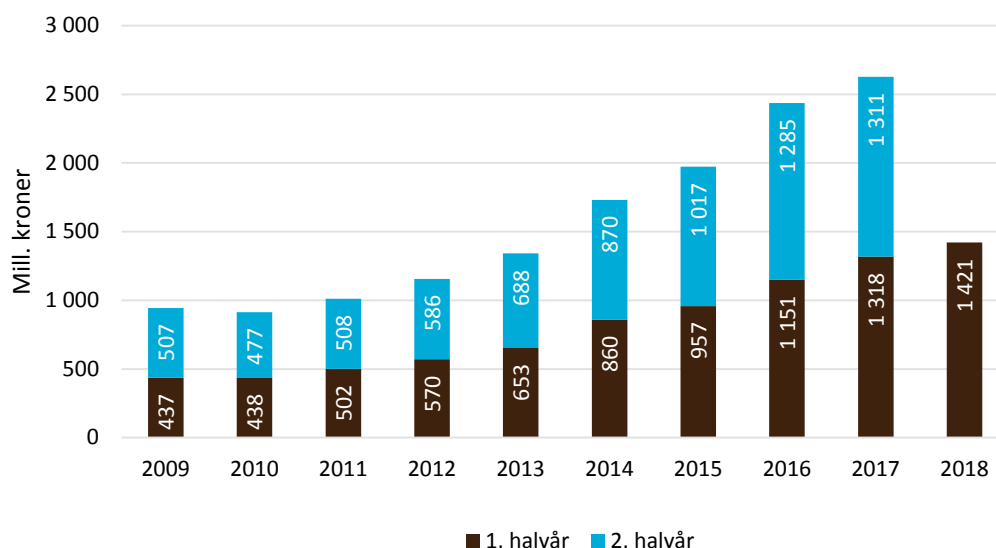
Salgsstatistikken fra Nielsen omfatter alle varer som er eksplisitt registrert som økologisk i dagligvarehandelens systemer for koding av produkter. Det vil kunne forekomme at mindre leverandører selger sine produkter i dagligvarehandelen uten at produktene er markert fullstendig i disse databasene. Grunnet revideringer i tallene fra Nielsen kan det forekomme avvik mellom tallene som legges fram i denne rapporten og tidligere publikasjoner. I 2017 ble det gjort en større gjennomgang, og det ble oppdaget flere produkter som tidligere var blitt registrert som økologiske, men som ikke var det. Dersom det er avvik i tall i ulike rapporter er det siste publikasjon som til enhver tid regnes som den riktige.

Statistikken skiller videre ikke mellom norske og importerte varer, men viser det samlede salget. Dette skyldes svakheter i strekkodesystemet som gjør at sortering mellom importerte og norske varer i mange tilfeller ikke blir korrekte.

1.2 Økning i omsetning av økologiske matvarer på 9 prosent

Omsetningen av økologiske matvarer har vokst jevnt de siste ti årene, og veksten fortsatte i 2018. I første halvår 2018 ble det omsatt økologiske matvarer gjennom dagligvarehandelen for 1,4 mrd. kroner. Dette var en økning fra samme periode året før på 9 prosent. 2 prosent av matvarene som ble omsatt var økologiske. Dette var en økning fra første halvår 2017 da andelen var på 1,93 prosent.

Figur 1 viser utviklingen i omsetningsverdi over tid, fordelt på halvår.



Figur 1: Omsetning av økologiske matvarer i dagligvarehandelen per halvår 2009–2018. Mill. kroner

Kilde: Nielsen

I tabell 1 er omsetningen presentert fordelt på varegrupper. Grønnsaker er fremdeles den gruppen som har størst omsetning av økologiske varer, men sammenlignet med 1. halvår 2017 har det vært en nedgang i omsetningen på 1 prosent. Meieriprodukter er den nest største varegruppen og hadde en økning i omsetningen på 12 prosent. Detaljene i tallene for omsetning av grønnsaker, meieriprodukter og andre sentrale landbruksvarer blir ytterligere presentert senere i kapitlet.

Varegruppen hvor salget av økologiske varer utgjør størst andel er salget av barnemat, som i første halvår 2018 hadde en andel økologisk på 37 prosent. Soya- og rismelkprodukter hadde nest størst andel på nesten 19 prosent.

Omsetningen av økologiske drikkevarer økte i 2017 etter lansering av nye økologiske øltyper og leskedrikker, men i 2018 har salget stabilisert seg, og totalt sett har salget i varegruppen gått litt ned sammenlignet med første halvår 2017.

Økologiske varer som selges gjennom dagligvarehandelen og som ikke er matvarer har historisk sett utgjort en liten andel av omsetningen. Høsten 2017 startet det imidlertid å bli solgt nye økologiske barneklær gjennom dagligvarehandelen som bidro til stor vekst i omsetningen innenfor kategorien «Annet ikke-mat». Denne veksten har fortsatt inn i 2018.

Tabell 1: Omsetning av økologiske varer i dagligvareforretninger i 2017 og 2018, rangert etter verdi i 2018. Mill. kroner og endring og andel i prosent.

	2017		2018	Endring siste år	Andel økologisk	
	1. halvår	Totalt	1. halvår		2017	1. halvår 2018
Grønnsaker	297	567	293	-1 %	4,4 %	4,4 %
Meieriprodukter	178	361	199	12 %	2,0 %	2,1 %
Kornprodukter og bakervarer	138	280	164	19 %	1,9 %	2,2 %
Barnemat	139	276	157	13 %	33,1 %	37,0 %
Frukt, bær og nøtter	133	242	120	-10 %	2,3 %	2,2 %
Egg	91	185	103	13 %	8,7 %	9,5 %
Drikkevarer	69	144	67	-3 %	0,6 %	0,5 %
Kaffe og te	45	98	56	24 %	3,0 %	3,6 %
Kjøtt	43	97	50	16 %	0,5 %	0,5 %
Krydder og tilbehør	48	98	49	2 %	2,5 %	2,6 %
Snacks, godteri og desserter	31	70	47	55 %	0,6 %	0,8 %
Søte pålegg	27	58	36	35 %	3,4 %	4,1 %
Matfett og oljer	24	48	29	23 %	2,2 %	2,7 %
Soya- og rismelk*	20	38	22	10 %	19,3 %	18,8 %
Fisk	16	30	14	-10 %	0,8 %	0,7 %
Middager	11	25	14	31 %	0,6 %	0,5 %
Sum økologiske matvarer	1 308	2 617	1 421	9 %	1,93 %	2,02 %
Annet ikke-mat	4,6	21	18	298 %	0,3 %	0,5 %
Hygiene	4,6	9,1	4,8	3 %	0,4 %	0,4 %
Sum økologiske varer	1 317	2 647	1 444	10 %	1,83 %	1,91 %

*I rapporten for 2017 var det feil i andelen økologisk av soya- og rismelksalget. Dette er rettet i denne rapporten.

Kilde: Nielsen

1.2.1 Svak nedgang i salg av økologiske grønnsaker

I teksten som følger er det beskrevet omsetning av økologiske grønnsaker gjennom dagligvarehandelen. Tallene inkluderer både norskproduserte og importerte varer, og er målt i verdi. Tallene avviker derfor fra tallene som er presentert i kapittel 3 hvor det er tall på omsatte mengder norske poteter, grønnsaker og frukt som er presentert.

Etter flere år med vekst i omsetningen av økologiske grønnsaker var det i andre halvår 2017 en liten nedgang i salget. Salget økte litt i første halvår 2018, men var lavere enn samme periode året før. Grønnsaker er likevel fortsatt den varegruppen som har størst omsetning i dagligvarehandelen målt i kroner, og omsetning i første halvår 2018 var på 293 mill. kroner, jf. tabell 2. Andelen av salget av grønnsaker som var økologisk holdt seg som i 2017 på 4,4 prosent.

Tabell 2: Omsetning av økologiske grønnsaker i dagligvarehandelen, 2016–2018. Mill. kroner

Grønnsaker	2016		2017		2018	Endring siste år	Andel økologisk 1. halvår 2018
	1. halvår	Hele året	1. halvår	Hele året	1. halvår		
Agurk, tomat og andre grønnsaksfrukter*	69,2	136,0	65,2	124,8	70,3	7,9 %	3,1 %
Hermetiske grønnsaker	58,6	116,3	60,7	118,2	65,8	8,4 %	11,0 %
Gulrøtter og andre rotvekster	55,9	108,7	54,1	100,9	51,7	-5,8 %	9,0 %
Kålvekster	15,7	33,9	19,8	38,9	22,6	14,2 %	5,6 %
Salat- og bladgrønnsaker	21,1	45,6	18,6	38,9	19,4	4,6 %	2,6 %
Urter friske	16,2	31,8	37,4	63,2	18,8	-49,8 %	15,9 %
Løk- og purrevekster	18,7	37,5	17,4	35,1	18,0	3,5 %	3,9 %
Andre grønnsaker	6,3	14,1	10,7	21,1	14,2	33,0 %	5,3 %
Poteter	8,3	17,7	8,9	16,7	6,5	-20,1 %	1,0 %
Dypfrysede grønnsaker/poteter og kjøtterstatninger	0,0	1,1	4,1	8,4	5,3	28,1 %	0,9 %
Pate/postei	0,6	1,3	0,6	1,2	0,5	-13,8 %	7,5 %
Erter og bønner	0,003	0,006	0,002	0,005	0,003	7,5 %	0,1 %
Totalt	271	544	297	567	293	-1,4 %	4,4 %

*Andre grønnsaksfrukter består ifølge Nielsens definisjon av paprika, avokado, squash, aubergine og chilipepper

Kilde: Nielsen

Undergruppen med størst omsetning er agurk, tomat og andre grønnsaksfrukter. Omsetningen var i første halvår 2018 på 70,3 mill. kroner, en økning på 7,9 prosent fra samme periode i 2017. De største produktene i denne gruppen er agurk, tomat og paprika. Disse produktene er sammen med gulrot de fire produktene det selges mest økologisk av når det gjelder grønnsaker. Utviklingen i salget av disse produktene er vist i figur 2.

Hermetiske grønnsaker er den nest største undergruppen, og hadde en omsetning på 65,8 mill. kroner i første halvår 2018. Det største produktet innenfor denne undergruppen er hermetiserte tomater. Dette utgjør omtrent en fjerdedel av omsetningen. Andre store produkter innenfor gruppen er hermetiserte bønner, oliven og hermetiserte mais.

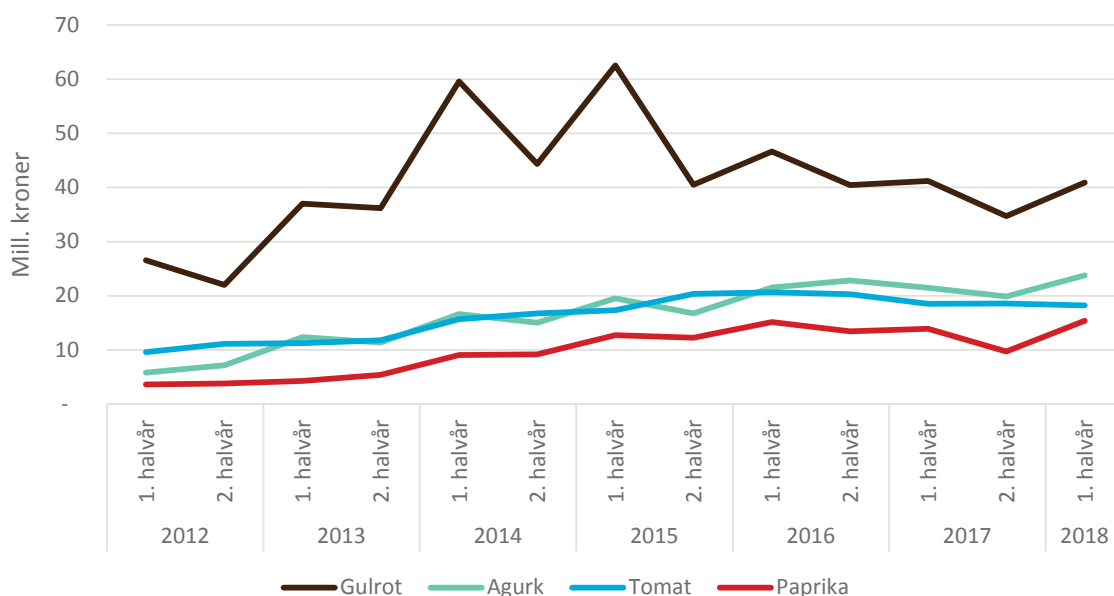
Undergruppen kålvekster, som i stor grad består av blomkål og brokkoli, økte med 14 prosent i 2018. Av omsetningen av kålvekster på 22,6 mill. kroner, utgjør salget av blomkål og brokkoli i overkant av 15 mill. kroner. Andre produkter med stor omsetning i denne gruppen er kålrot, hodekål og grønnkål. 5,6 prosent av kålvekstene som selges gjennom dagligvarehandelen er økologiske.

Salget av økologiske salat- og bladvekster økte med nesten 5 prosent i første halvår 2018. I gruppen inngår forskjellige salatvarianter. Utvalget vil variere over tid i takt med endret forbrukerpreferanser og tilbudet av varer i butikker. I 2012 og 2013 var salget av rapidsalat stort. Dette har avtatt og utgjør nå en liten andel av salget. I stedet har det blitt større omsetning av økologisk isbergsalat, spinat, hjertesalat og ruccola.

I 2017 var det en stor økning i salget av økologiske urter etter at noe produksjon av urter ble lagt om fra konvensjonell produksjon til økologisk produksjon etter ønske fra en dagligvarekjede om å selge alle urter som økologiske. I 2018 var det ikke lenger ønske om dette, så omsetningen av økologiske urter gikk ned igjen.

Omsetningen av løk- og purrevekster økte litt i første halvår 2018 sammenlignet med samme periode året før. Det er gul kepaløk som er produktet med størst omsetning i undergruppen. Omsetningen av gul kepaløk utgjorde i overkant av 40 prosent av omsetningen i gruppen.

Salget av økologisk potet har sunket de siste halvårene, og var i første halvår 2018 nede på nivå med omsetningen i 2015. Av det totale potetsalget utgjør de økologiske potetene kun én prosent.



Figur 2: Utvikling i omsetning av de mest solgte produktene, gulrot, agurk, tomat og paprika. Per halvår. 2012–2018.

Mill. kroner

Kilde: Nielsen

Figur 2 viser utviklingen i omsetningen av økologiske grønnsaker med størst omsetning gjennom dagligvarehandelen. Det produktet det selges mest av er gulrot, selv om trenden har vært nedadgående

siden 2016. Salget av økologisk agurk har hatt en gradvis vekst. I første halvår 2012 var omsetningen på i underkant av 6 mill. kroner, mens omsetningen i første halvår 2018 var på nesten 24 mill. kroner.

Omsetningen av økologisk tomat økte fram mot 2016, men falt litt i 2017. Etter fallet har omsetningen holdt seg stabil. Salget av økologisk paprika har, som agurk, hatt en gradvis vekst fra 2012 fram til 2018, med unntak av en nedgang i 2017.

1.2.2 Omsetningen av økologiske meieriprodukter er økende

I første halvår 2018 ble det omsatt økologiske meieriprodukter for 199 mill. kroner. Dette var 12 prosent mer enn i første halvår 2017. Alle produktene utenom økologisk fløte og rømme økte. Omsetningen for yoghurt økte mest, og var i første halvår 2018 like høy som i hele fjoråret.

2,1 prosent av meieriproduktene som ble solgt i dagligvarehandelen i første halvår 2018 var økologiske. Tilsvarende andel for 2017 var på 2 prosent.

Tabell 3: Omsetning av økologiske meierivarer i dagligvarehandelen, 2016–2018. Mill. kroner og andel økologisk i prosent

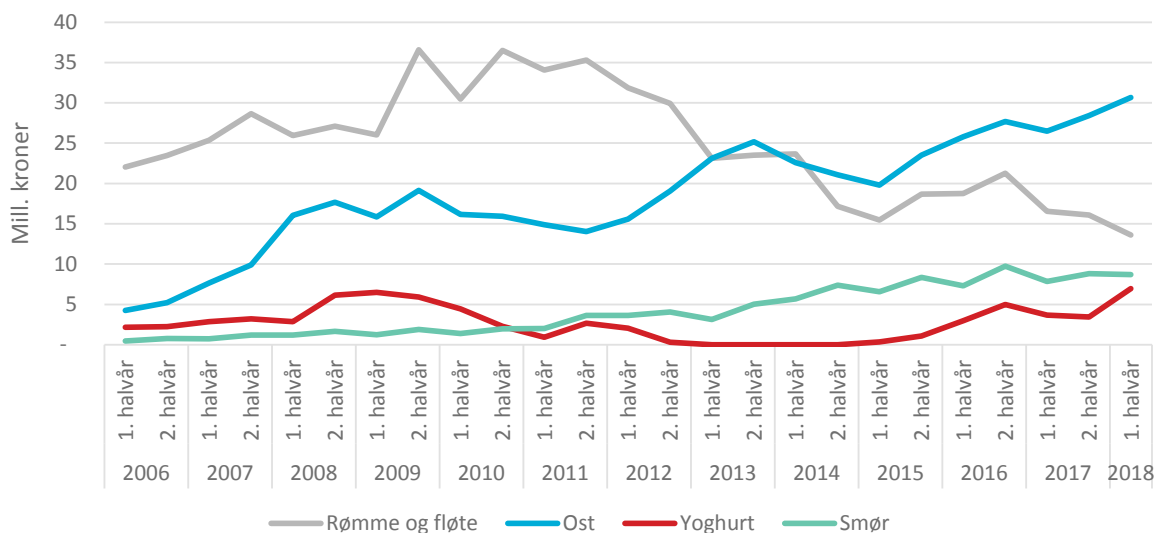
Meieriprodukter	2016		2017		2018	Endring siste år	Andel økologisk 1. halvår 2018
	1. halvår	Hele året	1. halvår	Hele året	1. halvår		
Melk	120,8	255,6	123,5	249,8	139,0	13 %	4,3 %
Søtmelk	69,0	148,1	71,6	146,3	81,3	14 %	2,9 %
Syrnet melk	51,8	107,5	51,8	103,5	57,6	11 %	13,8 %
Ost	25,8	53,5	26,5	54,9	30,7	16 %	0,7 %
Rømme	16,9	35,2	14,3	28,2	12,1	-16 %	3,4 %
Smør	7,3	17,0	7,9	16,7	8,7	11 %	3,4 %
Yoghurt	3,0	7,9	3,7	7,1	7,0	89 %	0,7 %
Fløte	1,9	4,8	2,2	4,4	1,5	-31 %	0,3 %
Totalt	176,5	374,1	178,0	361,2	198,9	12 %	2,1 %

Tallene inkluderer ikke soya- og risemelkprodukter

Kilde: Nielsen

Omsetningen av økologiske oster gikk opp med 16 prosent i 2018. Landbruksdirektoratet anslår at salget av norske økologiske oster gikk opp med 59 prosent, mens salget av importerte økologiske oster gikk ned med 12 prosent. Anslagene til Landbruksdirektoratet viser at norske oster utgjorde omtrent 33 prosent av salget av økologiske oster i første halvår 2018.

Økologisk fløte var den undergruppen av meieriprodukter som hadde størst nedgang, på 31 prosent. I 2013 var det kun én produsent som solgte økologisk fløte gjennom dagligvarehandelen, men fram til andre halvår 2015 var det ikke en veldig stor omsetning av dette. I andre halvår 2015 økte imidlertid salget da en annen aktør også startet å selge økologisk fløte gjennom dagligvarehandelen. Salget økte fram mot andre halvår 2016, men har deretter gradvis sunket.

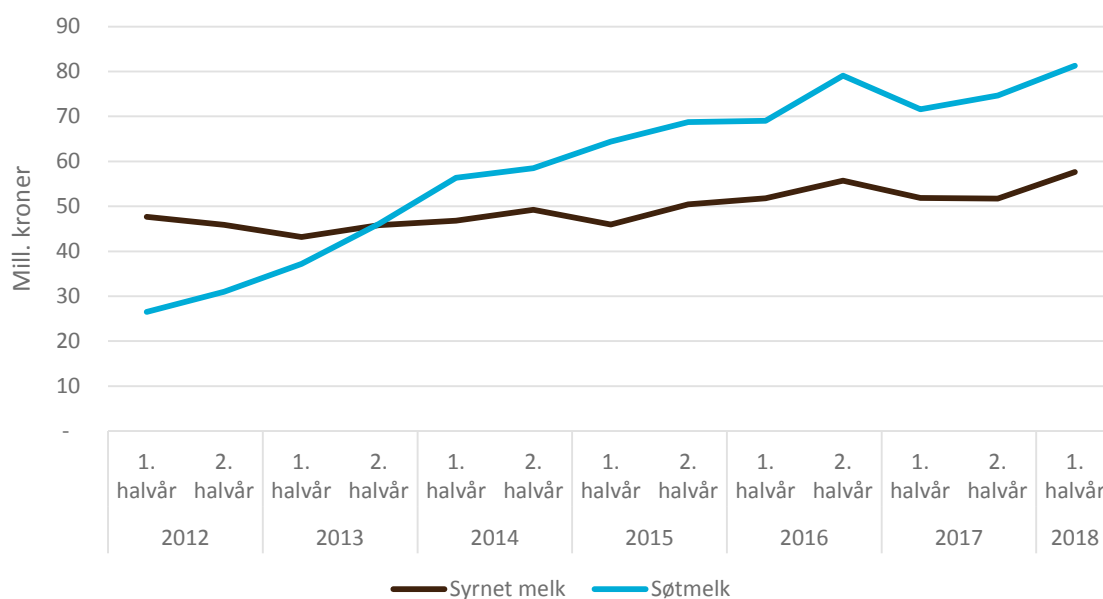


Figur 3: Utvikling i omsetningen av meierivarer i dagligvarehandelen, verdi per halvår 2006–2018

Kategorien rømme og fløte inkluderer soya- og risfløte til og med 2011. Fra 2012 ble disse dataene kategorisert som soya- og rismelk

Kilde: Nielsen

Omsetningen av økologisk søtmeik økte sterkt mellom 2012 og 2014, både målt i volum og i verdi. Siden 2015 har omsetningen stabilisert seg noe, bortsett fra en økning i siste halvdel av 2016. I første halvår 2018 endte omsetningen på rundt 81,3 mill. kroner, 14 prosent opp fra samme periode i 2017. Målt i volum gikk derimot omsetningen opp med 7 prosent, noe som indikerer en prisøkning i perioden. Trenden for syrnet melk viser ikke samme utvikling i 2018. Målt i verdi økte omsetningen med 11 prosent i første halvår 2017, mens omsetningen målt i volum gikk opp med 11,8 prosent, noe som tyder på en svak prisnedgang. Figur 15 viser utviklingen i omsetningen av økologisk søtmeik og syrnet melk fra 2012 til 2018.



Figur 4: Utvikling i omsetning av økologisk søtmeik og syrnet melk, verdi og volum per halvår 2012–2018

Kilde: Nielsen

1.2.3 Stor vekst i omsetningen av økologiske frø og kjerner

Omsetningen av økologiske kornprodukter og bakervarer var i første halvår 2018 på 164,3 mill. kroner. Dette var en økning på nesten 20 prosent fra samme periode året før. Målt i kroner er det «andre kornprodukter og cerealer» som hadde størst vekst, med en økning i salget på 15,7 mill. kroner. Denne undergruppen inneholder blant annet frø, kjerner og frokostblandinger. 85 prosent av omsetningen i denne gruppen er omsetning av økologiske solsikkekjerner, gresskarkjerner, chiafrø, sesamfrø og linfrø. Den største av disse produktene er solsikkekjerner som i første halvår 2018 hadde en omsetning på over 13 mill. kroner.

Tabell 4: Omsetning av økologiske kornprodukter og bakervarer i dagligvarehandelen, 2016–2018. Mill. kroner

Kornprodukter og bakervarer	2016		2017		2018	Endring siste år	Andel økologisk 1. halvår 2018
	1. halvår	Totalt	1. halvår	Totalt	1. halvår		
Andre kornprodukter og cerealer	36,8	76,4	39,8	82,3	55,6	39,4 %	10,2 %
Brød (ferskt, tørt, frosset)	18,6	55,0	40,1	79,5	35,7	-10,9 %	0,8 %
Mel og melmikser	13,3	28,8	15,7	33,5	26,0	65,8 %	5,6 %
Pasta og middagstilbehør	7,5	18,2	14,0	30,1	20,1	43,0 %	2,2 %
Gryn	15,0	32,3	15,4	29,5	17,4	13,1 %	14,4 %
Ris og risprodukter	4,4	9,2	5,0	10,5	5,8	14,9 %	3,6 %
Kjeks og kaker	4,6	16,2	7,6	14,1	3,7	-50,6 %	0,3 %
Totalt	100,2	236,0	137,7	279,6	164,3	19,4 %	2,2 %

Kilde: Nielsen

Som vist i tabell 4 var det også stor vekst i omsetningen av mel og melmikser. Den store veksten skyldes hovedsakelig en stor økning i omsetningen av økologisk speltmel. Omsetningen av økologisk siktet hvitemel har gått nedover siden slutten av 2016, og fortsatte å gå litt ned i 2018.

Omsetningen av økologisk brød vokste fram mot første halvår 2017, men har etter dette gått ned. Det skjer en del utskiftninger av brødtypene som selges i dagligvarehandelen, og de brødtypene som det ble solgt mest av for tre år siden er ikke de samme brødtypene som hadde størst salg i første halvår 2018.

1.2.4 Omsetningen av økologiske epler synker, men sterk vekst i blåbær og jordbær

Salget av økologisk frukt, bær og nøtter utgjorde 120 mill. kroner første halvår 2018. De økologiske produktene utgjorde 2,2 prosent av totalt salg i denne varegruppen. Hvis vi ser bort fra nøtter, utgjorde salget av økologisk frukt og bær 2,4 prosent av totalsalget av disse produktene.

Omsetningen i denne varegruppen har gått ned med nærmere 10 prosent sammenlignet med første halvår 2017. Det er store variasjoner innenfor produktene i gruppen.

Undergruppen «epler og andre kjernefrukter» har sviktende salg. Det har vært nedgang i salget av epler to år på rad, målt i tilsvarende periode hvert år, og salget utgjorde drøye 21,6 mill. kroner første halvår 2018. Resten av undergruppen består av pærer.

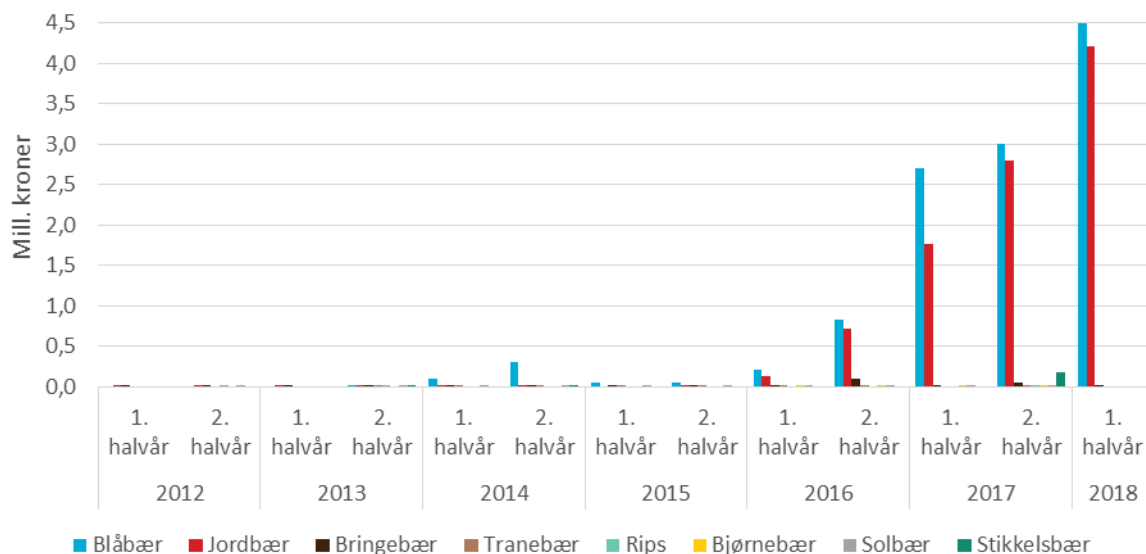
Det er betydelig nedgang i salget av «bananer og andre bløtfrukter». Bananer er, som kategorinavnet tilsier, det dominerende produktet her. Banansalget har gått noe ned de siste par årene.

Tabell 5: Omsetning av økologisk frukt, bær og nøtter i dagligvarehandelen, 2016–2018. Mill. kroner

Frukt, bær og nøtter	2016		2017		2018	Endring siste år	Andel økologisk 1. halvår 2018
	1. halvår	Totalt	1. halvår	Totalt	1. halvår		
Banan og andre bløtfrukter	49,8	98,9	50,8	98,3	48,0	-5,5 %	3,0 %
Epler og andre kjernefrukter	26,5	48,1	25,5	41,8	23,2	-9,1 %	3,3 %
Sitrusfrukter	20,1	40,4	20,5	40,4	22,3	8,5 %	2,9 %
Tørket frukt	8,0	16,5	7,8	18,4	9,9	26,5 %	7,7 %
Nøtter	4,1	7,5	3,5	8,4	5,3	53,2 %	0,6 %
Annen frukt og bær	13,8	31,0	24,6	34,2	11,2	-54,3 %	0,7 %
Totalt	122,3	242,5	132,7	241,5	119,9	-9,7 %	2,2 %

Kilde: Nielsen

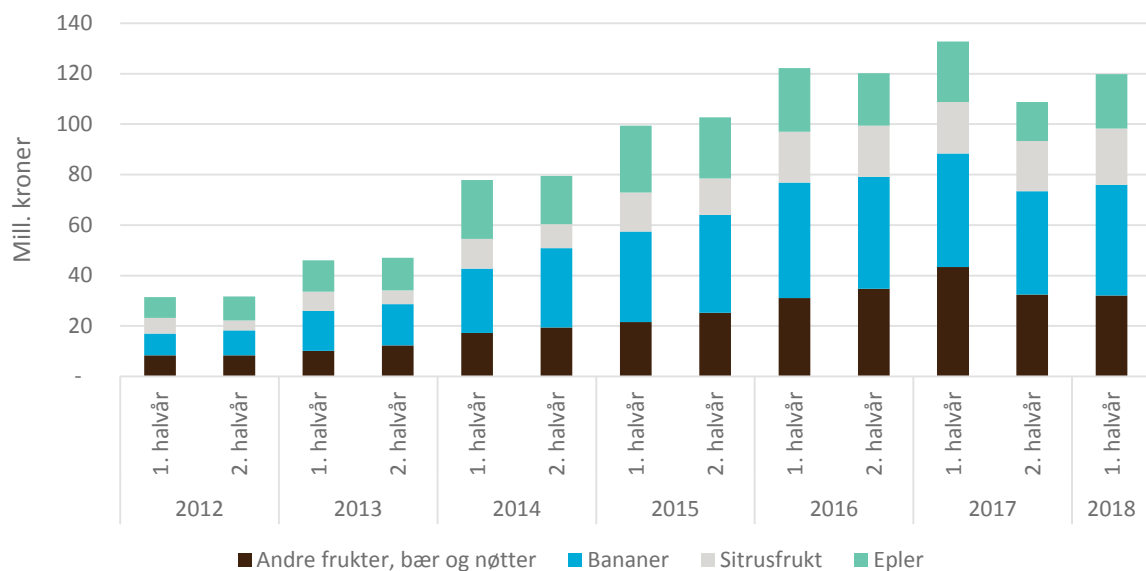
Undergruppen «annen frukt og bær» har hatt en stor salgsnedgang. I første halvår 2018 ble det solgt mango for ca. 2,4 mill. kroner. For øvrig består kategorien av ulike bærsorter, og de største målt i verdi er blåbær og jordbær. Disse to sortene har hatt en sterk omsetningsvekst siden 2016, jf. figur 5. Det omsettes også små mengder av andre bærsorter, men vi understreker at mengdene er små og at det er usikkerheten i statistikkgrunnlaget.



Figur 5: Utvikling i omsetning av ulike økologiske bærsorter. Per halvår 2012–2018

Kilde: Nielsen

Som vist i figur 6 har omsetningen av økologisk frukt hatt en god vekst siden 2012. Det er spesielt bananer og bløtfrukter som har stått for økningen, men det har vært en tilbakegang siste året. Salget av økologiske sitrusfrukter har også hatt en god vekst, men opplevde for første gang på flere år svak nedgang andre halvår 2017. I første halvår økte salget igjen. For epler og kjernefrukter har det vært en del svingninger de siste årene, med størst nedgang i vinterhalvåret.

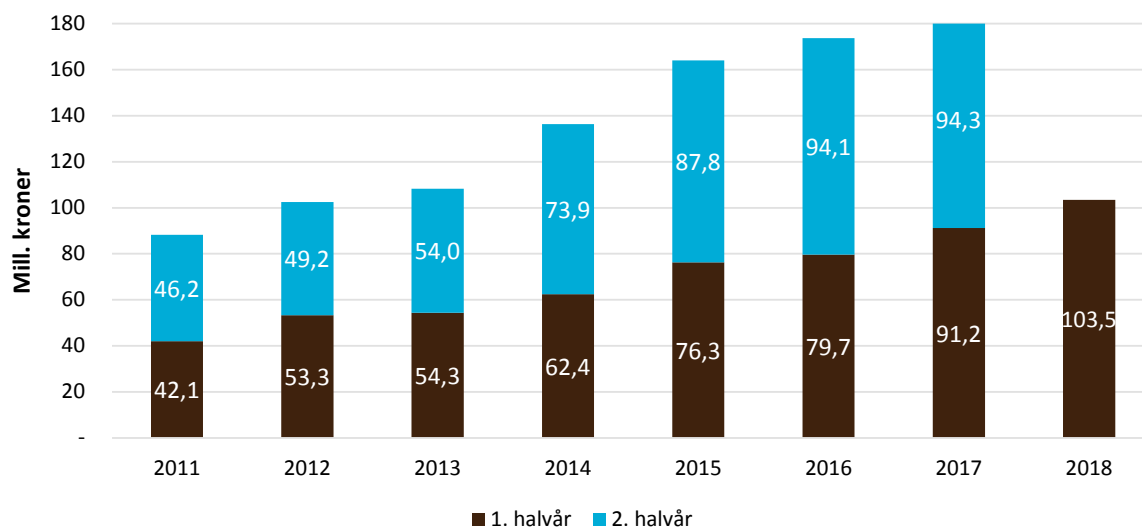


Figur 6: Utvikling i omsetning av økologisk bananer, epler, sitrusfrukter og andre frukter, bær og nøtter. Per halvår 2012–2018

Kilde: Nielsen

1.2.5 Mindre omsetning, men økt andel økologiske egg

Omsetningen av økologiske egg har økt jevnt, og i første halvår 2018 var omsetningen på over 100 mill. kroner. Sammenlignet med samme periode året før har salget økt med 13 prosent. Omsetningen av økologiske egg utgjør også en relativt stor andel av det totale salget av egg gjennom dagligvarehandelen. Som vist i tabell 1 var andelen 8,7 prosent i 2017, mens den i første halvår 2018 var på 9,5 prosent. Av de grupperingene som er presentert i tabellen er det kun barnemat og soya- og rismelkprodukter som har en høyere andel økologisk av salget.



Figur 7: Utvikling i omsetningen av økologiske egg i dagligvarehandelen, verdi per halvår 2010–2018

Kilde: Nielsen

1.2.6 Sterk økning i omsetningen av økologisk bearbeidede produkter og fjørfekjøtt

Salget av økologisk kjøtt gjennom dagligvarehandelen er lav. Totalt var omsetningen på i overkant av 50 mill. kroner i første halvår 2018, en vekst på 16 prosent fra samme periode i fjor. Kun 0,5 prosent av alt omsatt kjøtt i første halvår 2018 var økologisk.

Det er svært ulik utvikling innenfor de forskjellige undergruppene. En del av omsetningsvariasjonene er knyttet til sesongvariasjoner innen flere dyreslag, med slakting og økt tilgang på sau, lam på høsten, og økt tilgang også på svin og kalkun rettet mot julesesongen, se figur 2.

Fra et relativt stabilt lavt nivå i flere år, har et par undergrupper hatt sterk vekst siden 2016, jf. tabell 6 og figur 8. Dette er økologiske bearbeidede produkter (karbonader, kjøttboller og pølser) og fjørfekjøtt. De bearbeidede produktene er i hovedsak av svin, men også noe storfe- og kalkunprodukter.

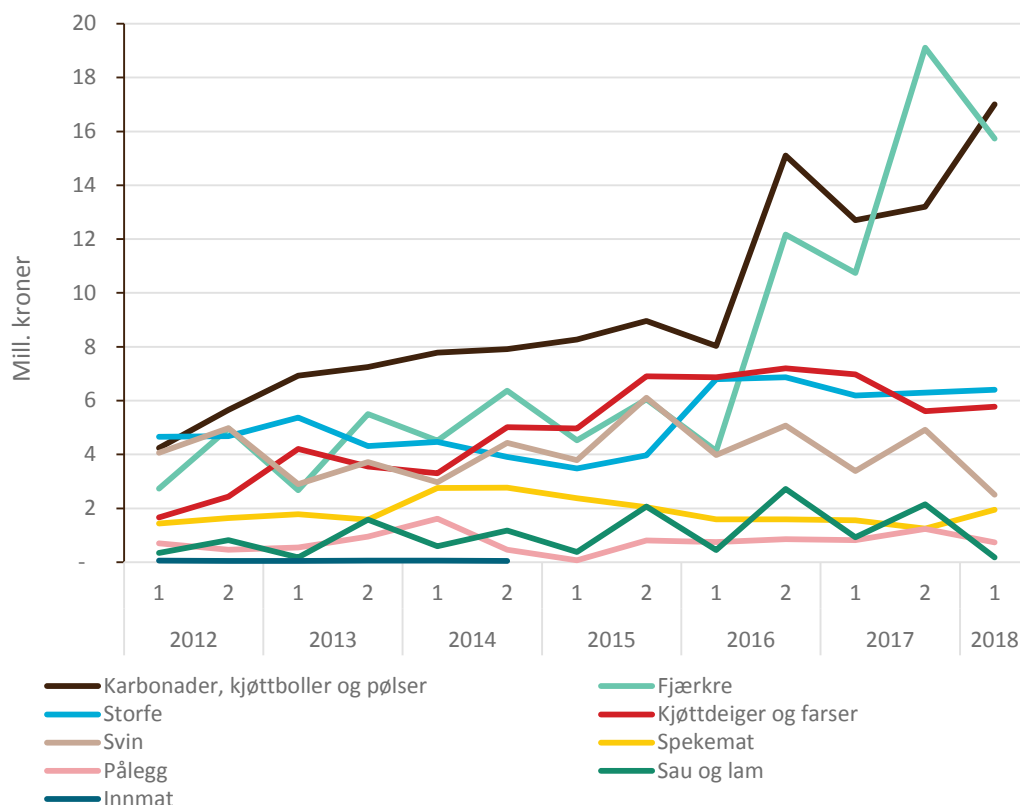
Tabell 6: Omsetning av økologiske kjøttprodukter i dagligvarehandelen, 2016–2018. Mill. kroner

Kjøtt	2016		2017		2018	Endring siste år	Andel økologisk 1. halvår 2018
	1. halvår	Totalt	1. halvår	Totalt	1. halvår		
Karbonader, kjøttboller og pølser	8,0	23,1	12,7	25,9	17,0	34 %	0,8 %
Fjørfekjøtt	4,1	16,3	10,7	29,8	15,7	46 %	1,1 %
Storfe kjøtt	6,8	13,7	6,2	12,5	6,4	3 %	0,8 %
Kjøttdeiger og farser	6,9	14,1	7,0	12,6	5,8	-17 %	0,4 %
Svinekjøtt	4,0	9,1	3,4	8,3	2,5	-26 %	0,2 %
Spekemat	1,6	3,2	1,5	2,8	1,9	26 %	0,2 %
Pålegg	0,7	1,6	0,8	2,1	0,7	-11 %	0,1 %
Saue- og lammekjøtt	0,5	3,2	0,9	3,1	0,2	-82 %	0,05 %
Totalt	32,6	84,2	43,3	97,1	50,3	16%	0,5 %

Kilde: Nielsen

Kylling er størst innen fjørfekjøttssalget målt i verdi. Det tilbys og omsettes også en rekke produkter av kalkun, men i mindre mengder.

Salget av økologiske kjøttdeiger og farser har hatt nedgang i 2017 og første halvår 2018. Innen kjøttdeiger og farser er det mest omsetning av produkter av storfe kjøtt, men også noe fjørfekjøtt. Salget av storfe kjøtt økte betydelig i løpet av 2016, før salget falt i 2017. I første halvår 2018 har salget av økologisk storfe kjøtt økt litt igjen, sammenlignet med samme periode i 2017.



Figur 8: Utvikling i omsetning av økologiske kjøttprodukter 2011–2018. Mill. kroner

Kilde: Nielsen

Figur 8 illustrerer sesongvariasjonene innenfor salget av enkelte kjøttslag. I andre halvår selges det normalt mer kjøtt av sau/lam og fjørfe enn i første halvår. For sau og lam skyldes dette i stor grad at lammene slaktes på høsten. I tillegg er salget høyt i færikålsesongen og rundt jul når det er pinnekjøtt sesong. Det samme gjelder tilgangen og salget av svin, som er størst i andre halvår, opp mot julesesongen. Også salget av økologisk fjørfe kjøtt stiger normalt rundt jul, som følge av større omsetning av kalkunkjøtt.

2 Korn og kraftfôr

Dette kapitlet beskriver produksjonen av og markedet for økologisk korn, mel og kraftfôr i avtaleåret 2017–2018. Tallene for produksjon av og priser på norsk korn er sammenstilt av kornkjøpernes innrapporteringer til Landbruksdirektoratet per avtaleår. Omtalen av kraftfôrmarkedet bygger på innrapporteringer fra aktørene i bransjen, som Landbruksdirektoratet mottar kvartalsvis.

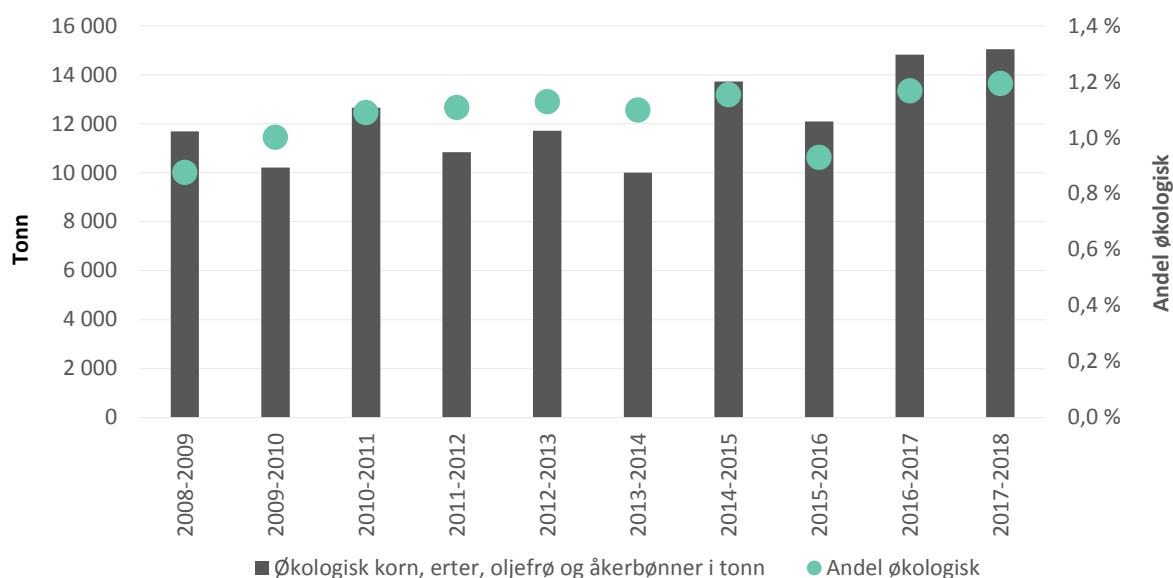
Den norske produksjonen av økologisk korn, erter og oljefrø var på omtrent 15 000 tonn i 2017–2018, kun 1,5 prosent mer enn året før. Andelen økologisk av total kornproduksjon var på 1,19 prosent.

Satsing på økologisk produksjon av åkerbønner gjorde at produksjonen av åkerbønner, lupiner og oljefrø mer enn seksdoblet seg fra året før, og gjennomsnittsprisen for disse vekstene økte med 1,30 kr per kg fra året før.

Salget av økologisk kraftfôr økte med over 9 prosent forrige avtaleår. Den prosentvise økningen var størst for svinefôr, mens den absolutte veksten var størst for kraftfôr til fjørfe. Prisen på økologisk kraftfôr fortsatte å øke, og prisveksten var sterkest for verpefôr.

2.1 Rekordstor kornproduksjon, men lite mathvete

I 2017–2018 ble det levert omtrent 15 000 tonn økologisk korn, erter, oljefrø og åkerbønner til kornmottak. Dette var 1,5 prosent mer enn året før. Andelen av kornproduksjonen som var økologisk var på 1,19 prosent og var marginalt høyere i 2017–2018 enn året før. Totalt var kornproduksjonen i Norge på 1,26 mill. tonn i 2017–2018.



Figur 9: Levert mengde økologisk korn, erter, oljefrø og åkerbønner, og andel økologisk av totalt innveid mengde, siste ti år

Tallene inkluderer ikke leiemalt korn og såkorn.

Kilde: Landbruksdirektoratet.

Det var størst produksjon av økologisk havre. Det ble levert nesten 5 000 tonn havre, mens det ble levert 3 700 tonn økologisk bygg og 3 400 tonn økologisk hvete. 93 prosent av hveteleveransene var fôrhvete. Leveransene var på 3 163 tonn, og hadde mer enn doblet seg fra året før.

Leveransene av mathvete til kornmottakene var på 229 tonn i 2017–2018, men hovedparten av leveransene var spelt. I Landbruksdirektoratets statistikk sorteres spelt som hvete. Utenom spelt er det spesialkvaliteter som går inn under kategorien mathvete.

Tabell 7: Innveide mengder norsk økologisk korn og andel økologisk av totalt innveide mengder, 2015–2016, 2016–2017 og 2017–2018. Mengde i tonn og andel i prosent

	2015–2016		2016–2017		2017–2018	
	Mengde (tonn)	Andel økologisk	Mengde (tonn)	Andel økologisk	Mengde (tonn)	Andel økologisk
Hvete, mat	337	0,2 %	1 155	0,5 %	229	0,2 %
<i>Herav spelt</i>	247		1 063		224	
Hvete, fôr	1 900	0,6 %	1 348	2,1 %	3 163	1,3 %
Hvete totalt	2 236	0,5 %	2 503	0,9 %	3 392	0,9 %
Rug, mat	425	1,2 %	213	1,6 %	701	3,3 %
Rug, fôr	551	2,2 %	87	1,5 %	97	0,8 %
Rug totalt	976	1,6 %	300	1,6 %	798	2,4 %
Bygg	2 812	0,6 %	4 611	0,8 %	3 718	0,7 %
Havre	4 729	1,8 %	6 563	1,9 %	4 943	1,8 %
Rughvete	902	23,0 %	392	10,2 %	911	5,3 %
Erter	152	4,3 %	289	5,7 %	213	5,7 %
Oljefrø og åkerbønner	287	2,8 %	172	1,5 %	1 078	10,5 %
Totalt	12 095	0,9 %	14 831	1,17 %	15 052	1,19 %

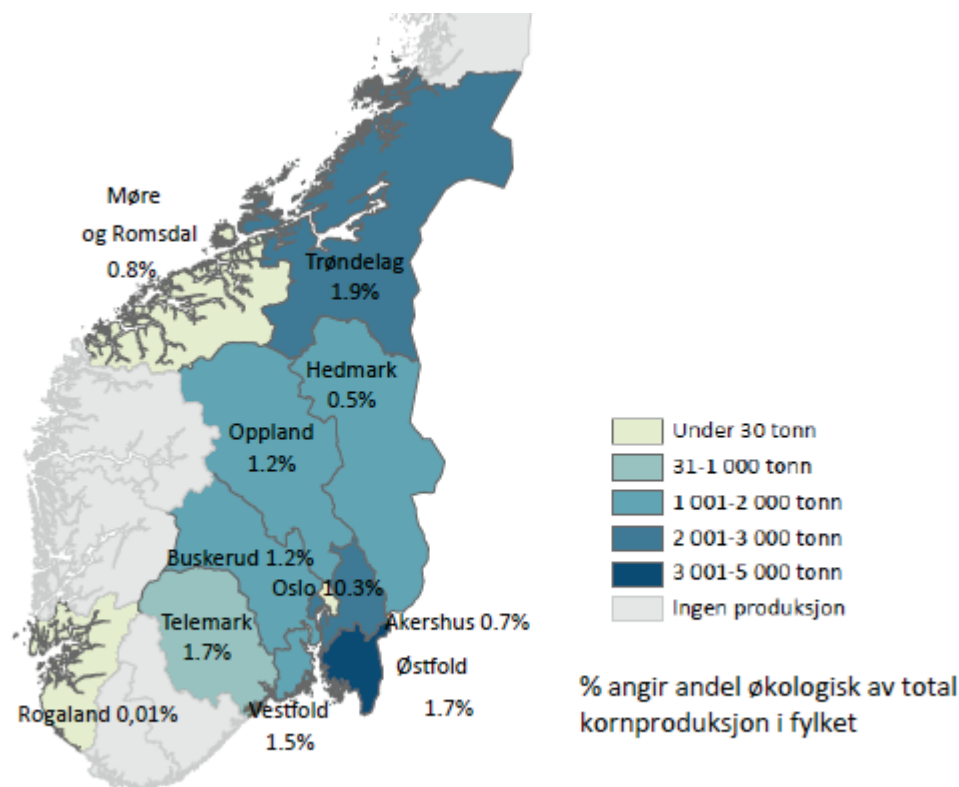
Kilde: Landbruksdirektoratet

Tallene inkluderer ikke leiemalt korn og såkorn

Produksjonen av økologiske oljefrø og åkerbønner var i 2017–2018 på 1 078 tonn. Dette var en veldig stor vekst fra tidligere år, og bidro til at andelen av leverte oljefrø og åkerbønner som var økologiske gikk fra 1,5 prosent året før til 10,5 prosent. Felleskjøpet Agri hadde i 2017 en ekstra satsing på økologisk, og tilbød derfor produsenter av økologiske åkerbønner en prisøkning utover eksisterende tillegg for økologiske varer.

2.2 Nesten 5 000 tonn økologisk korn, erter og oljefrø i Østfold

Østfold er fylket med størst økologisk kornproduksjon. I 2017–2018 ble det produsert nesten 5 000 tonn økologisk korn, erter og oljefrø. Trøndelag er fylket med nest størst økologisk kornproduksjon, og hadde samme år en produksjon på litt over 3 000 tonn korn. Selv om Østfold og Trøndelag er fylkene med størst økologisk kornproduksjon, utgjør den økologiske produksjonen en relativt liten andel av totalproduksjonen i fylkene. I Østfold utgjør den økologiske produksjonen 1,7 prosent, mens andelen i Trøndelag er 1,9 prosent.



Figur 10: Kart over økologisk kornproduksjon per fylke, og andel økologisk av total kornproduksjon, 2017–2018. Det var ingen produksjon av økologisk korn i Nord-Norge, Sogn og Fjordane, Hordaland, Vest-Agder og Aust-Agder
Kilde: Landbruksdirektoratet

Det fylket hvor størst andel av kornproduksjonen er økologisk er Oslo, som har en andel på 10,3 prosent. Den høye andelen skyldes i stor grad at det er relativt lite jordbruksarealer i Oslo. Dermed blir andelen høy, selv om produksjonen i seg selv ikke er stor sammenlignet med andre fylker.

2.3 Satsing på økologiske åkerbønner ga høyere pris

Gjennom året rapporterer kornkjøperne inn til Landbruksdirektoratet hvor mye korn de kjøper fra kornprodusenter og hvilken pris de har betalt for kornet. Tabell 8 viser den vektete gjennomsnittlige prisen til produsent for økologisk og konvensjonelt korn, erter og oljefrø. Prisen inkluderer ikke tillegg og trekk for ulike kvaliteter, slik som tillegg og trekk for proteininnhold eller hektolitervekt.

I 2017–2018 gjennomførte Felleskjøpet Agri prosjekter for å stimulere til økt produksjon av norsk korn og åkerbønner. Disse prosjektene ble satt i gang i samarbeid med Rema 1000, Mesterbakeren, Norgesmøllene og TINE. Etter avtaler ble det gitt tillegg for produksjon av økologiske åkerbønner utover de ordinære tilleggene for økologiske oljefrø. Det ble også etter avtaler gitt tillegg for korn dyrket på arealer som ble lagt om fra konvensjonell til økologisk drift (arealer i karens).

I tabell 8 framgår det at differansen mellom prisen for økologiske og konvensjonelle oljefrø var høyere enn det økologiske tillegget på 1,30. Dette skyldes at åkerbønner sorteres i samme gruppe som oljefrø i Landbruksdirektoratets statistikk, så noe av prisdifferansen kommer av Felleskjøpet Agri prosjekt om satsing på økologiske åkerbønner. Pristillegget som ble gitt i prosjektet var på 1,20 kr per kg, men siden kategorien oljefrø består av en kombinasjon av åkerbønner og oljefrø, vil prisforskjeller på disse varene bidra til at prisdifferansen ikke blir summen av 1,30 og 1,20. Siden oljefrø har en målpris på

5,69 kr per kg, mens prisen for åkerbønner i Felleskjøpet Agris kornguide er på 4,39 kr per kg, blir prisdifferansen også påvirket av hvor stor andel av oljefrø og åkerbønner-kategorien som inneholder åkerbønner for økologisk produksjon og hvor stor andelen er for den totale produksjonen.

Differansen mellom prisen på økologisk og konvensjonell mathvete var på 4,92 kr per kg i 2017–2018. Den store prisdifferansen skyldes at det kun leveres spesialkvaliteter av økologisk mathvete til kornmottakene. Det kan for eksempel være spesialsorter som det produseres lite av. Det samme var tilfellet i 2016–2017 da prisdifferansen var på 4,23 kr per kg. I tabell 7 framgår det at det meste av kvantumet som rapporteres inn under kategorien mathvete er spelt. I pristabellen under inngår ikke spelt under kategorien mathvete.

Tabell 8: Vektet gjennomsnittspris til produsent for økologisk og konvensjonelt korn, erter, oljefrø og åkerbønner, og prisdifferanse mellom økologisk og konvensjonelt. Priser i kr per kg, for 2016–2017 og 2017–2018

	2016–2017			2017–2018			Pristillegg for økologisk vare 2017– 2018 (Felleskjøpet Agris)
	Økologisk	Konvensjonelt*	Differanse	Økologisk	Konvensjonelt*	Differanse	
Mathvete	7,36	3,12	4,23	8,12	3,20	4,92	1,40
Fôrhvete	4,48	2,78	1,70	4,24	2,83	1,42	1,40
Matrug	4,96	2,82	2,14	4,04	2,82	1,22	1,00
Fôrrug	3,58	2,35	1,24	3,64	2,43	1,21	1,20
Bygg	4,05	2,65	1,40	4,05	2,71	1,34	1,40
Havre	3,65	2,42	1,24	3,65	2,45	1,19	1,20
Rughvete	3,94	2,76	1,18	4,04	2,74	1,30	1,30
Erter	4,72	3,51	1,21	4,68	3,51	1,17	1,20
Oljefrø og åkerbønner	5,68	5,19	0,48	7,01	5,05	1,98	1,30

*Konvensjonelt korn omfatter alt levert korn, inkludert økologisk. På grunn av små mengder økologisk påvirkes imidlertid prisen i liten grad.

Kilde: Landbruksdirektoratet og Felleskjøpet Agris Kornguide for 2017–2018

2.4 Salgs- og prisutvikling på kraftfôr

Landbruksdirektoratet innhenter opplysninger på kvartalsbasis om kraftfôrsalget til bønder fra produsenter og selgere av kraftfôr, og innhenter månedlige priser. Fram til april 2017 var det i hovedsak to aktører som stod for produksjonen av økologisk kraftfôr i Norge, mens det fra og med april 2017 kun gjensto én aktør.

2.4.1 Fortsatt sterk salgsvekst for økologisk fjørfefôr

Omsetningen av økologisk kraftfôr økte med over 9 prosent forrige avtaleår. Den prosentvise økningen var størst for svinefôr, mens den absolutte veksten var størst for kraftfôr til fjørfe.

Tabell 9: Salg av økologisk kraftfôr i Norge per fôrslag i tonn, samt andel økologisk av total kraftfôrromsetning, fire siste avtaleår

Kraftfôrslag/År	2014–2015	2015–2016	2016–2017	2017–2018
Drøvtygger	21 664	21 972	21 998	22 695
Svin	1 808	1 749	2 330	2 837
Fjørfe	10 721	11 225	13 201	15 439
Totalt¹	34 199	34 946	37 529	40 971
Andel økologisk av total omsetning	1,7 %	1,8 %	1,9 %	2,1 %

¹Inkluderer «annen fôrromsetning», som ikke er spesifisert i tabellen

Kilde: Landbruksdirektoratet

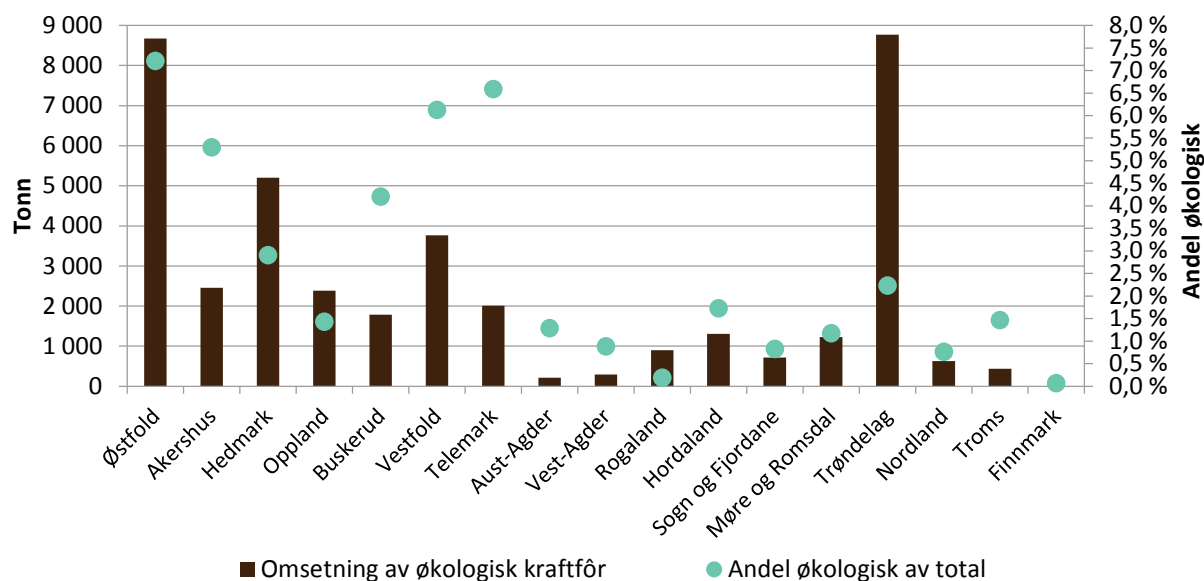
Salget av økologisk kraftfôr til svin var særlig høyt andre halvår 2017, før det stabiliserte seg på ca. samme nivå som avtaleåret 2016–2017. Det høye salget andre halvår 2017 førte imidlertid til en samlet vekst på 22 prosent for salg av svinefôr gjennom avtaleåret. Siden gris er den desidert minste av de økologiske kjøttproduksjonene, kan små endringer i antall produsenter få store utslag på prosentvis endring i salg. Fra 2016 til 2017 økte antallet økologiske griser med 1 419. Den absolutte veksten i salget av kraftfôr til svin var på om lag 510 tonn for avtaleåret 2017–2018.

Salget av kraftfôr til drøvtyggere økte med 3,2 prosent til 22 695 tonn, etter å ha ligget ganske stabilt rett under 22 000 tonn de siste avtaleårene.

Fjærfefôr økte med 17 prosent i 2017–2018, nesten like stor oppgang som forrige avtaleår. Veksten drives fremdeles av en kraftig økning i produksjonen av økologiske egg.

Andelen økologisk kraftfôr av totalt omsatt kraftfôr økte så vidt i 2017–2018, jf. tabell 9. 3,5 prosent av fjærfefôret som ble solgt i avtaleåret 2017–2018 var økologisk, mot 3 prosent forrige avtaleår. Tilsvarende andel for drøvtygger og svin var henholdsvis 2,2 og 0,6 prosent.

Figur 11 viser økologisk kraftfôrromsetning i 2017–2018 fordelt på fylker, samt andelen økologisk fôr av fylkets totale fôrromsetning. Etter sammenslåingen av Nord- og Sør-Trøndelag overgår Trøndelag Østfold som fylket det blir solgt mest økologisk kraftfôr. Nesten hele kvantumet i Trøndelag er kraftfôr til drøvtyggere. Østfold har fremdeles den største andelen økologisk av totalt salg. I Østfold er det fjørfe som dominerer den økologiske produksjonen.

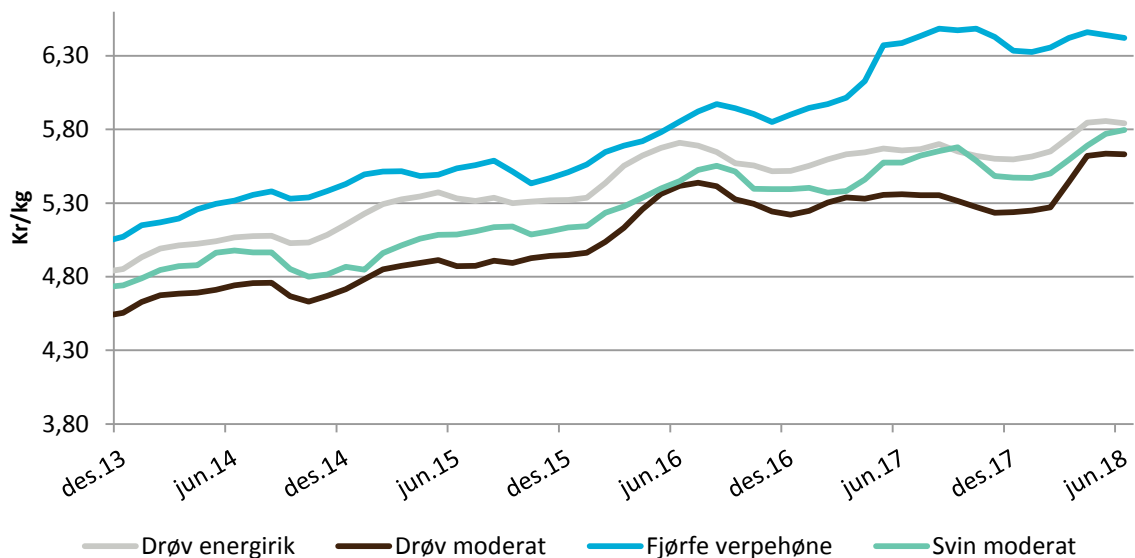


Figur 11: Fylkesvis omsetning av økologisk kraftfôr i 2017–2018, samt andel økologisk av fylkets totale kraftfôrromsetning
Kilde: Landbruksdirektoratet

2.4.2 Sterk prisvekst på økologisk kraftfôr

Prisene på økologisk kraftfôr har i likhet med prisene på konvensjonelt kraftfôr økt gjennom avtaleåret, som vist i figur 12. Av de fôrtypene Landbruksdirektoratet samler inn informasjon om, var prisveksten sterkest for verpefôr. Prisen på alle de økologiske fôrsortene økte markant i mars på grunn av høye importpriser. På grunn av liten tilgang på norsk økologisk korn, følger prisen på økologisk kraftfôr i stor grad prisen på importerte råvarer.

Prisen på fôr til verpehøner økte med 6,6 prosent sammenliknet med forrige avtaleår. Prisen lå høyt på høsten, hadde en dupp fra midten av november til februar, før den økte igjen utover våren. Grunnen til prisnedgangen i november var en produksjonsendring som muliggjorde bruk av fiskemel i fjørfefôr, og en kortere periode med økt tilgang på norsk økologisk havre. Fôr til fjørfe inneholder en stor andel mais og hvete. All mais må importeres, og produksjonen av norsk økologisk fôrhvete er heller ikke stor nok til å dekke forbruket. Da prisen økte igjen i mars var det som følge av høyere importpriser.



Figur 12: Priser på økologisk kraftfôr per forslag, desember 2013–juni 2018. Justert for rabatter og fraktkostnader.

Kilde: Landbruksdirektoratet

Prisen på fôr til drøvtyggere gikk ned på høsten, da det ble ny tilgang på norsk bygg og havre. Prisen på drøv moderat¹ økte med over 20 øre per kilo utover våren, og lå fremdeles høyt ved utgangen av avtaleåret. Gjennomsnittsprisen i avtaleåret lå 1,2 prosent høyere enn året før. Utviklingen for drøv energirik¹ var ganske lik, men med litt mindre svingninger.

Svinefôrprisen økte med 2,7 prosent fra forrige avtaleår. Som med de andre fôrtypene gikk prisen ned på høsten og opp på våren.

Kraftfôr til drøv og svin har begge nådd rekordhøye priser våren 2018. For fjørfe fôr var prisen på topp i oktober 2017.

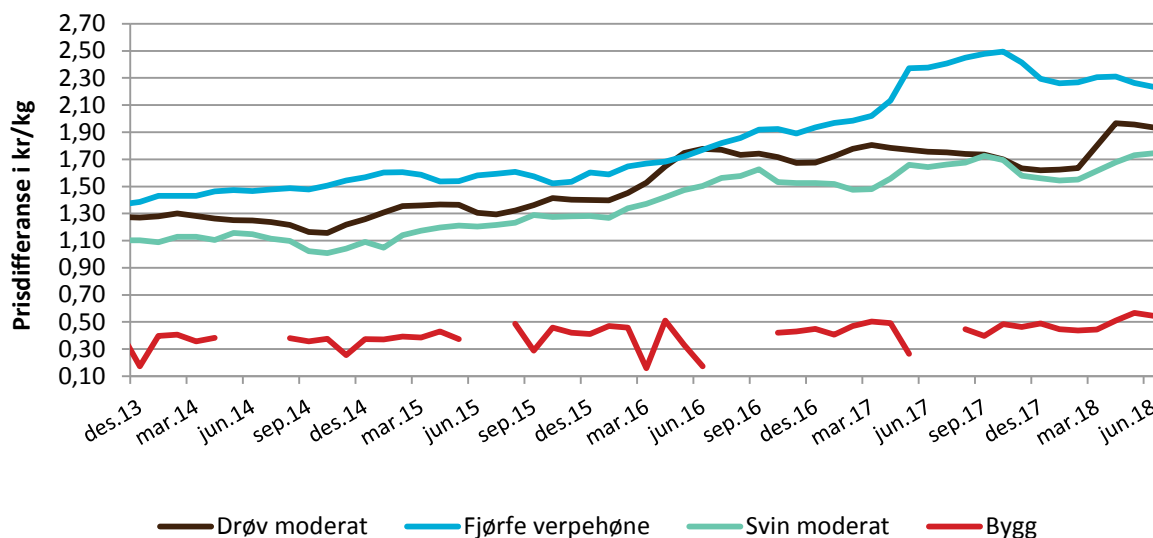
2.4.3 Varierende prisdifferanse mellom økologisk og konvensjonelt kraftfôr

Det siste avtaleåret har prisen på økologisk kraftfôr til drøvtyggere økt i takt med det konvensjonelle. Differansen mellom økologisk og konvensjonelt kraftfôr til høyttytende melkekyr minsket med to prosent, mens differansen for moderat drøvtyggerfôr økte med en prosent. Utviklingen i prisdifferansen mellom økologisk og konvensjonelt kraftfôr er vist i figur 13.

For kraftfôr til verpehøner har prisdifferansen mellom økologisk og konvensjonelt fôr økt med hele 16 prosent. Som vist i figur 13 var differansen størst i oktober 2017, og har siden gått litt ned til rundt kr 2,25 per kilo.

¹ Drøv moderat er en kraftfôrtype med moderat energiinnhold til drøvtyggere. Det betyr at det har færre kalorier per kilo enn for eksempel Drøv energirik. Prisen på kraftfôr er høyere jo mere energi det inneholder. Dette er grunnen til at fôr til verpehøner og energirikt drøvtyggerfôr er dyrere enn drøv moderat og svinefôr, som inneholder mindre energi.

Differansen mellom økologisk og konvensjonelt svinefôr har økt med 6 prosent. Svinefôr inneholder mye bygg, det kornslaget det dyrkes mest av i Norge. Prisen på svinefôr er derfor mindre påvirket av prisen på importerte råvarer. Prisdifferansen mellom økologisk og konvensjonelt bygg har vokst med 8 prosent og har trolig bidratt til den økte prisforskjellen på økologisk- og konvensjonelt fôr.



Figur 13: Utvikling i prisdifferanse mellom økologisk og konvensjonelt kraftfôr, samt norsk bygg fratrullet prisnedskrivningstilskudd, desember 2013–juni 2018.

Kilde: Landbruksdirektoratet

3 Poteter, grønnsaker og frukt

Dette kapitlet presenterer markedet for norskproduserte økologiske poteter, grønnsaker og frukt på engros- og produsentnivå med utgangspunkt i avlingssesongen 2017–2018. Tallene i dette kapitlet avviker fra tallene i kapittel 1, hvor tallene viser omsetning av både norske og importerte varer i verdi.

Hovedkonklusjonen for avlingssesongen 2017–2018 er at salget og prisnivået for økologiske poteter, grønnsaker og frukt fremdeles øker, om enn ikke i samme takt som tidligere år. Omsetningen av norske økologiske grønnsaker økte med 21 prosent sammenlignet med sesongen før, mens omsetningen av norskproduserte poteter sank med 9 prosent, og norskproduserte frukt sank med 6 prosent.

Andelen økologisk av total norsk omsetning var på rundt 2,5 prosent og er fortsatt liten for mange produkter. Noen produkter klarer imidlertid å ta stadig større andeler av det totale norske markedet.

3.1 Svak vekst i norsk omsetning av økologiske grønnsaker

Sesongen 2017–2018 startet dårlig, med mye nedbør og kaldt vær, noe som bidro til forsinket innhøsting, og utfordringer med kvalitet utover i lagringssesongen.

Andelen økologisk av total omsetning varierer mye fra produkt til produkt, men i 2017–2018 var denne andelen liten for et flertall av grønnsakskulturene. Hvor stor omsetningen av et økologiske produkt utgjør av totalen begrenses av tilbudet, men også til en viss grad av etterspørselen. Markedet oppfatter at antall forbrukere som etterspør økologiske varer har stagnert.

For de fleste økologiske grønnsakene starter sesongen senere enn for de konvensjonelle varene, og den norske sesongen er dermed kortere for økologiske grønnsaker. I påvente av ny norsk sesong suppleres markedet med import, noe som fører til en lang periode med import av økologiske produkter til full toll. Dette bidrar til å øke prisdifferansen mellom økologiske og konvensjonelle produkter i denne perioden. For flere produkter er det imidlertid importbehov hele året, inkludert i norsk sesong.

Utvalget av økologiske produkter som tilbys går opp for hvert år. I tabell 10 ser vi at også omsetningen av flere norskproduserte, økologiske grønnsaker økte i sesongen 2017–2018 sammenlignet med sesongen før.

3.2 21 prosent økning i omsetningen av norskproduserte grønnsaker

Hoveddistribusjonen av økologiske grønnsaker går gjennom grossister. I tillegg til salg i dagligvarehandelen omsettes økologiske poteter, grønnsaker og frukt gjennom salgskanaler som gårdssalg, markeder, abonnementer, restauranter, storhusholdning, arrangementer og lignende.

Foran fjorårets sesong signaliserte grossistene og kjedene en økt satsing på økologiske produkter. Salget sto imidlertid ikke i forhold til intensjonene, så en del produkter måtte selges som konvensjonell vare. Likevel økte omsetningen av norskproduserte økologiske poteter, grønnsaker og frukt totalt med 14 prosent fra sesongen 2016–2017 til 2017–2018. Dette utgjorde 2,4 prosent av den totale omsetningen i sesongen 2017–2018.

Grønnsaker, poteter og frukt hadde isolert sett følgende utvikling. Omsetningen av norske økologiske

grønnsaker økte med 21 prosent sammenlignet med fjorårets sesong. Mens omsetningen av norskproduserte poteter sank med 9 prosent, og norskproduserte frukt sank med 6 prosent.

For poteter, grønnsaker og frukt registrerer Landbruksdirektoratet mengder omsatt fra et utvalg av grossister. Utviklingen til de ulike vekstgruppene er omtalt under, og vist i tabell 10.

Omsetningstallene er omregnet til tonn og oppjustert med en faktor som uttrykker omsetning som ikke blir meldt inn til Landbruksdirektoratet. Vi presiserer at vi i dette kapitlet omtaler omsetningen målt i kvantum. Omsetningen gjennom dagligvarehandelen omtales i kapittel 1, men der er den målt i verdi og inkluderer importerte varer.

Tabell 10: Omsetning til direkte konsum av norskproduserte økologiske poteter, grønnsaker og frukt i avlingssesongen 2017–2018. Tonn

Produkter	Omsetning total sesongen 2017–2018	Omsetning økologisk sesongen 2017–2018	Endring i økologisk fra 2016–2017	Andel økologisk av total 2017–2018
Potet	51 241	698	-9 %	1,4 %
Veksthusvarer				
Agurk	17 623	206	61 %	1,2 %
Urter	1 255	202	314 %	16,1 %
Tomat	6 326	106	133 %	1,7 %
Tomater, cherry	1 728	28	4 %	1,6 %
Rapidsalat	56	1	-97 %	2,2 %
Frilandsvare				
Kepaløk	14 799	305	121 %	2,1 %
Rødløk	5 017	79	12 %	1,6 %
Purre	1 758	2	-97 %	0,1 %
Rødbeter	741	138	-9 %	18,7 %
Hvitkål	9 979	167	2 %	1,7 %
Blomkål	5 887	78	57 %	1,3 %
Brokkoli	3 585	128	63 %	3,6 %
Kålrot	12 450	266	-17 %	2,1 %
Squash	297	22	86 %	7,3 %
Gulrot	30 959	1 624	15 %	5,3 %
Knollselleri	2 162	63	98 %	2,9 %
Stilkselleri	754	5	-82 %	0,6 %
Hjertesalat	972	17	5 %	1,7 %
Isbergsalat	4 847	97	-10 %	2,0 %
Frukt				
Epler *	6 909	88	-13 %	1,3 %
Plommer *	1 763	53	6 %	3,0 %

Kilder: Landbruksdirektoratet. *GPS, fruktlagerinspektøren

Generelt vil relativt små endringer fra en lav produksjon kunne gi store prosentvise utslag, noe vi ser for flere produkter.

Poteter

Omsetningen av norske økologiske poteter utgjorde 1,4 prosent av det totale salget i sesongen 2017–2018. Det var en reduksjon i omsetningen av økologiske poteter på 9 prosent sammenlignet med sesongen før, som utgjør 67 tonn. Til sammenlikning gikk det totale salget ned med 25 prosent i samme periode.

Veksthusgrønnsaker

De viktigste veksthusproduktene som omsettes gjennom grossistene er ulike tomater, agurker, krydderurter og rapidsalat.

Helårsproduksjonen av rapidsalat fortsatte å gå ned, fordi produktet taper interesse. Andre salattyper økte sine markedsandeler på bekostning av rapidsalat. Dermed ble salget av økologisk rapidsalat redusert med 97 prosent sammenliknet med forrige sesong. Samtidig var total omsetning i sesongen 2017–2018 kun halvparten så stor som sesongen før.

Økologiske agurker økte sin omsetning med over 60 prosent sammenlignet med sesongen før, men utgjør fremdeles bare i overkant av 1 prosent av den totale omsetningen av agurker. Det er generelt stor etterspørsel etter norske agurker, noe som ga seg utslag i økt mengde som ble solgt fra produsent til grossist.

Salget av runde tomater var mer enn dobbelt så stort i sesongen 2017–2018 enn sesongen før. Omsetningen av spesialtomatene økte også noe. Både de runde og spesialvariantene hadde i underkant av 2 prosent av totalmarkedet for tilsvarende type tomater.

Den store økningen for økologiske urter kan ha sammenheng med at noen produsenter har lagt om hele produksjonen fra konvensjonell til økologisk.

Lagringsgrønnsaker

Gulrot er fortsatt den største norske økologiske grønnsakskulturen på friland, målt i omsatt kvantum. Økologiske gulrøtter økte med 15 prosent fra forrige sesong og utgjorde 5,3 prosent av den totale norske gulrotomsetningen. Sesongen 2017–2018 var utfordrende for både konvensjonelle og økologiske gulrøtter på grunn av mye nedbør i september og oktober, som skapte innhøstingsproblemer. Lagringskvaliteten ble også satt på prøve. Norske økologiske gulrøtter var likevel på markedet frem til slutten av april 2018.

Økologisk kål utgjorde 1,7 prosent av total omsetning, mens salgsveksten var på 2 prosent sammenlignet med forrige sesong. For økologisk kålrot ble det omsatt 17 prosent mindre sesongen 2017–2018 sammenlignet med 2016–2017. Også konvensjonelt dyrket kålrot hadde en reduksjon i salget. Blomkål viste en god vekst fra forrige sesong, på 57 prosent. Økologisk blomkål utgjør 1,3 prosent av totalomsetningen av norsk blomkål. Økologisk brokkoli fulgte den samme trenden og var oppe i 3,6 prosent av all norsk brokkoli. Omsetningsveksten var på 63 prosent fra sesongen før.

Økologisk gul kepaløk mer enn doblet sin omsetning fra forrige sesong. Oppgangen på 167 tonn overgikk nedgangen mellom de to foregående sesongene. Økologisk løk utgjorde 2,1 prosent av den totale omsetningen av norsk løk. Rød kepaløk viste en svak omsetningsøkning på 8 tonn denne sesongen sammenlignet med forrige sesong. Den svarte for 1,6 prosent av den totale omsetningen. Purre hadde igjen en nedtur etter fjorårets positive trend. Det var kun 2 tonn av den omsatte purren som var økologisk.

Omsetningen av økologisk knollselleri i avlingssesongen 2017–2018 var på totalt 63 tonn, noe som er en økning på nærmere 100 prosent fra forrige sesong. Den økologiske knollsellerien utgjorde om lag 3 prosent av total omsetning, mot i underkant av 2 prosent forrige sesong. I avlingssesongen 2017–2018 var det minimalt med økologisk stilkselleri, en nedgang på 82 prosent fra forrige sesong og en andel av total norsk stilkselleri på kun 0,6 prosent.

Frukt og bær

Økologiske epler hadde en reduksjon i omsetning på 13 tonn eller 13 prosent siste sesong. Andelen økologiske epler av total omsetning er på 1,3 prosent for avlingssesongen 2017–2018.

Økologiske plommer viste en knapp økning i omsetningen i sesongen 2017–2018 sammenlignet med året før. Oppgangen var på 6 prosent eller 3 tonn. Av totalomsetningen utgjorde de økologiske plommene 3 prosent.

Se gjerne nærmere omtale om fruktsesongen 2017 i rapport nr. 9/2018 om produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer.

3.3 Ny prisvekst for økologiske grønnsaker og poteter

Flere av de økologiske grønnsakene omsettes til fast avtalte priser gjennom store deler av sesongen. Landbruksdirektoratet registrerer ukentlig priser til produsent, som ligger tilgjengelig på våre nettsider. Tabell 11 viser gjennomsnittsprisene på økologiske poteter, grønnsaker og frukt.

I avlingssesongen 2017–2018 var det en prisoppgang for poteter sammenlignet med forrige sesong, og prisdifferansen mellom økologisk og konvensjonell vare er på kr 4,52 per kg.

Prisene for de fleste grønnsakene og fruktslagene økte i sesongen 2017–2018 sammenlignet med sesongen før. Unntakene var cherrytomater, purre, hvitkål og stilkselleri, som alle hadde små eller moderate prisreduksjoner sammenlignet med fjorårets sesong. Den største prisnedgangen hadde knollselleri og blomkål. For begge produktene kan noe av årsaken til lavere priser knyttes til et større tilfang av økologisk vare. Mengdene økte betraktelig fra året før.

Tabell 11: Priser til produsent for norskproduserte økologiske poteter, grønnsaker og frukt i avlingssesongen 2017–2018, oppgitt i kr per kg eller kr per stk.

Produkter	Priser konvensjonelt dyrket 2017–2018	Priser økologisk dyrket 2017–2018	Prisøkning økologisk fra 2016–2017	Prisdifferanse til konvensjonell 2017–2018
Potet	5,06	9,58	2,30 %	4,52
Veksthusvarer				
Agurk, stk.	6,94	12,37	4,45 %	5,43
Urter, potte	11,40	10,88	6,71 %	-0,52
Tomater, cherry, 250 g	8,97	12,28	-1,47 %	3,31
Rapidsalat, stk.	6,92	7,57	0,00 %	0,65
Frilandvarer				
Kepaløk	7,28	15,24	2,30 %	7,96
Rødløk	9,89	17,35	6,11 %	7,46
Purre	16,92	29,74	-2,52 %	12,82
Rødbeter	10,40	12,39	1,13 %	1,99
Hvitkål	6,83	13,94	-0,07 %	7,11
Blomkål, stk.	8,31	16,95	-6,08 %	8,64
Brokkoli, stk.	8,34	16,01	9,31 %	7,67
Kålrot	6,57	14,21	1,41 %	7,64
Squash	11,44	15,73	4,96 %	4,29
Gulrot	8,99	16,92*	0,30 %	7,93
Knollselleri	18,00	21,22	-15,17 %	3,22
Stilkselleri	12,79	14,90	-1,01 %	2,11
Hjertesalat, pk.	11,31	13,40	7,01 %	2,09
Isbergsalat, stk.	9,20	12,58	0,95 %	3,38
Epler	16,06	21,71	9,35 %	5,65
Plommer	33,84	43,35	**	9,51

*Prisen for økologisk vare er omregnet fra 750 grams pakke til kg, og prisen for konvensjonell vare er per kilo.

** Ingen noteringspris på plommer forrige sesong

Kilde: Landbruksdirektoratets ukentlige prisnoteringer

LANDBRUKSDIREKTORATET OSLO

POSTADRESSE:

Postboks 1450 Vika, 0116 Oslo

BESØKSADRESSE:

Stortingsgt. 28, 0161 Oslo

TELEFON: 78 60 60 00

E-POST: postmottak@landbruksdirektoratet.no

LANDBRUKSDIREKTORATET ALTA

BESØKSADRESSE:

Løkkeveien 111, 9510 Alta

www.landbruksdirektoratet.no