



Statens landbruksforvaltning  
Norwegian Agricultural Authority

# Økologisk omsetning i norsk dagligvarehandel

Status per 1. halvår 2010

<https://www.slf.dep.no/no/miljo-og-okologisk/okologisk-landbruk/om-okologisk-landbruk#markedsovervaaking>

Rådgiver Elin Røsnes

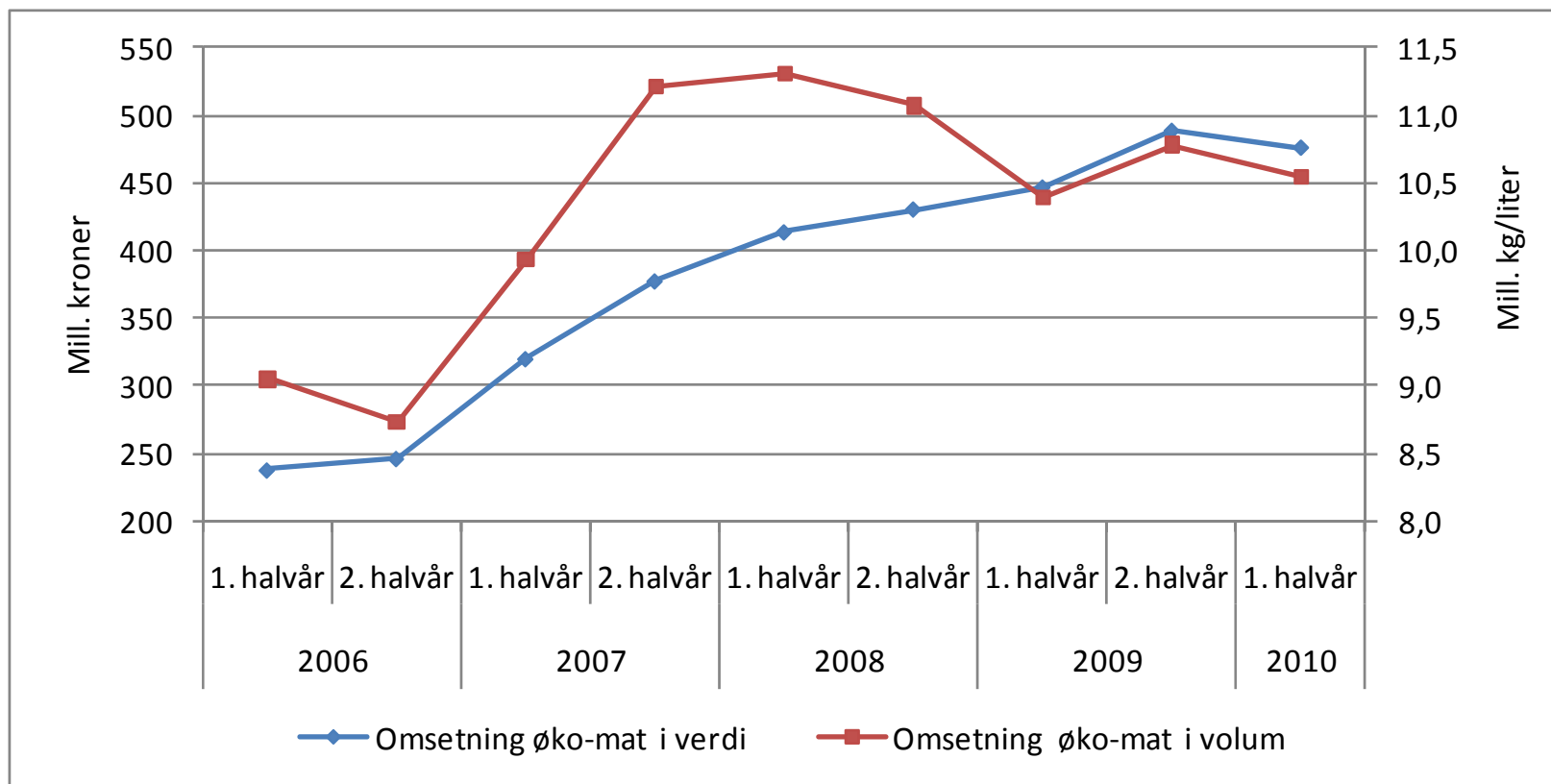
Økologisk fagdag, Nofima mat, 12. oktober

Handlingsplan for å nå målet om 15 pst. økologisk produksjon og forbruk i 2015

## Økonomisk, agronomisk – økologisk!



## Volum og verdi utvikling øko mat totalt

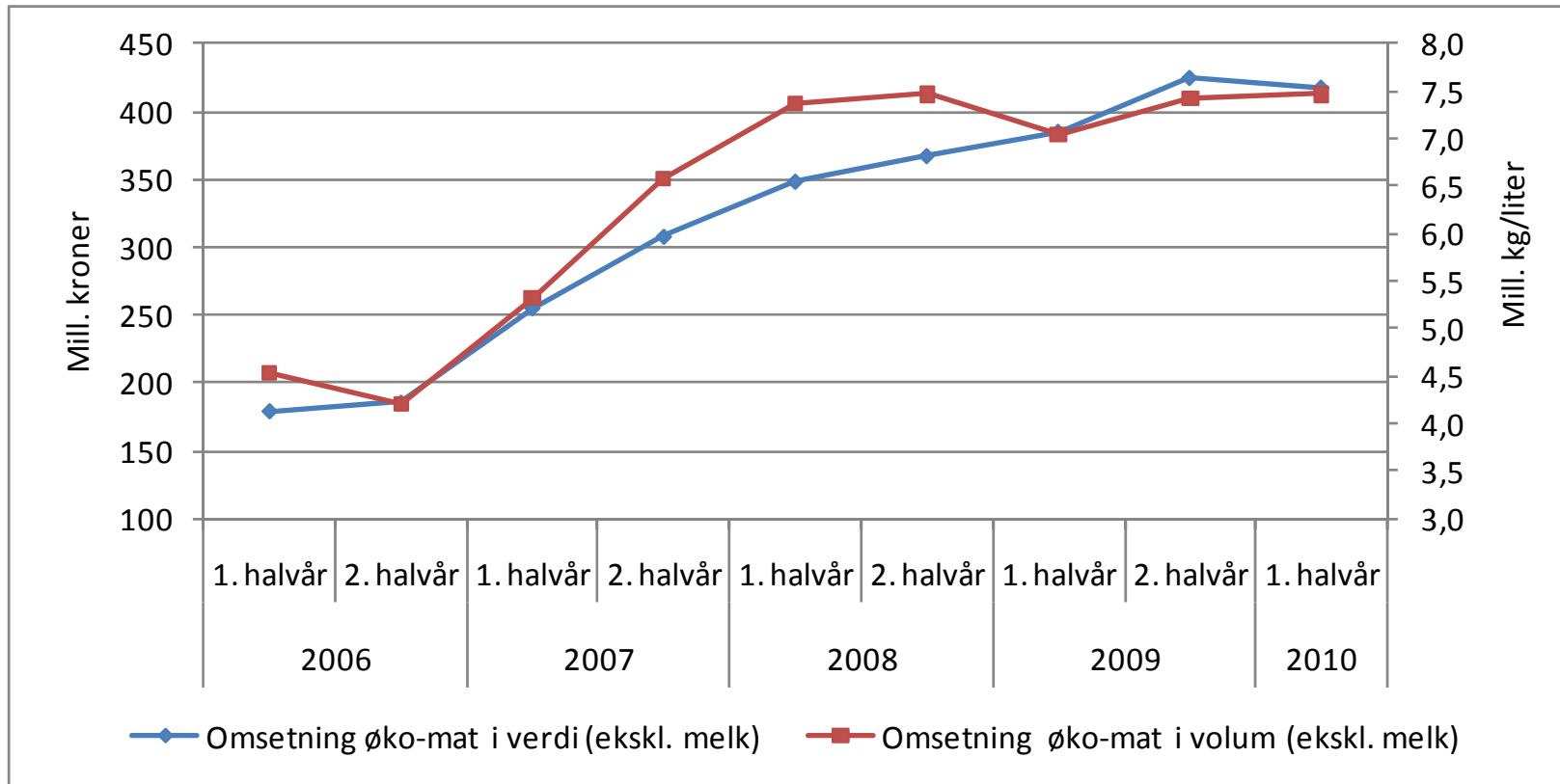


**Figur: Utvikling i omsetning av økologisk mat i dagligvarehandelen, i verdi og volum, 2006-2010 per halvår**

*Kilde: The Nielsen Company*



# Volum og verdi utvikling øko mat ekskl. melk



**Figur: Utvikling i omsetning av økologisk mat ekskl. melk (søt og syrnet) i dagligvarehandelen, i verdi og volum, 2006-2010 per halvår**



## Salg i verdi, utvikling per varegruppe

	2008		2009		2010
	1. halvår	2. halvår	1. halvår	2. halvår	1. halvår
Meieriprodukter	111,8	115,9	114,2	125,9	116,3
Grønnsaker	86,4	77,6	82,2	87,4	89,4
Kornprodukter og bakervarer	79,2	85,2	83,3	79,7	81,4
Egg	30,2	34,0	35,2	40,3	39,4
Drikkevarer	28,5	26,9	25,1	45,6	35,6
Frukt, bær og nøtter	27,1	26,2	31,6	27,7	25,5
Barnemat	30,2	29,6	27,3	28,6	35,5
Kaffe og te	15,1	16,2	22,2	21,5	27,4
Krydder og tilbehør	13,5	14,4	14,9	23,6	17,4
Kjøtt	11,5	14,0	12,5	13,1	11,4
Matfett og oljer	6,3	7,0	9,0	8,9	8,7
Middager	3,1	4,0	6,7	6,6	4,6
Snacks, godteri og desserter	4,1	4,6	5,6	6,0	5,4
Søte pålegg	2,1	2,4	3,1	5,6	6,1
Fisk	0,1	0,4	0,5	0,7	3,1
<b>Totalt økologisk matvarer</b>	<b>410,1</b>	<b>449,1</b>	<b>473,3</b>	<b>521,3</b>	<b>507,3</b>
Hygiene (kremer, såper, hårpleie m.m.)	-	-	0,359	0,376	0,883
Kosttilskudd	-	-	0,020	0,033	0,056
<b>Sum alle økologiske varer</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>473,7</b>	<b>521,7</b>	<b>508,2</b>

**Tabell: Økologisk omsetning (i mill. kr) i dagligvare- og helsekostforretninger, 2008-2010.**

Kilde: The Nielsen Company, Alternativ Mat AS



# Prosentvis endring av salget i verdi og volum

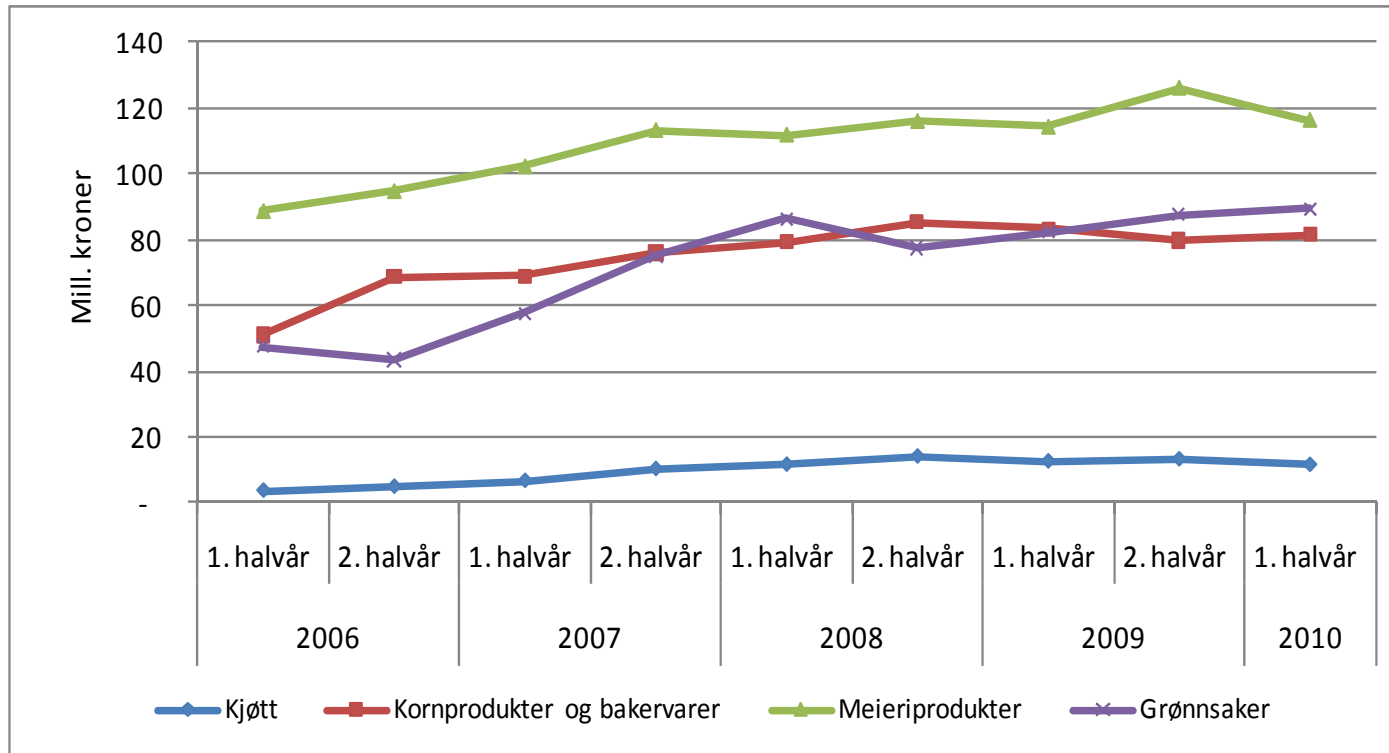
	Prosentvis endring i verdiomssetning per halvår			Prosentvis endring i volumomssetning per halvår		
	2009 1. halvår	2009 2. halvår	2010 1. halvår	2009 1. halvår	2009 2. halvår	2010 1. halvår
Meieriprodukter	- 1	10	- 7	- 6	2	- 8
Grønnsaker	7	6	1	11	5	- 1
Kornprodukter og bakervarer	2	0	- 7	1	- 5	- 8
Egg	4	14	- 2	6	12	4
Barnemat	- 6	4	25	- 14	0	16
Drikkevarer	- 15	68	- 9	- 28	74	- 10
Frukt, bær og nøtter	25	- 18	- 4	27	- 32	6
Kaffe og te	15	35	- 3	15	50	- 5
Krydder og tilbehør	18	21	- 8	- 5	- 2	- 2
Kjøtt	- 11	5	- 13	- 26	- 9	- 12
Matfett og oljer	26	- 4	- 3	25	- 3	- 6
Søte Pålegg	53	88	13	48	72	10
Middager	58	6	- 7	53	8	- 23
Snacks, godteri og desserter	20	7	- 12	34	- 5	- 12
Fisk	52	25	354	71	39	435
<b>Totalt mat</b>	<b>3</b>	<b>10</b>	<b>- 3</b>	<b>- 6</b>	<b>4</b>	<b>- 2</b>

**Tabell: Prosentvise endringer per halvår i øko salget i verdi og volum per varegruppe for dagligvarehandelen**

*Kilde: The Nielsen Company*



# Salgsutvikling i verdi i viktige varegrupper

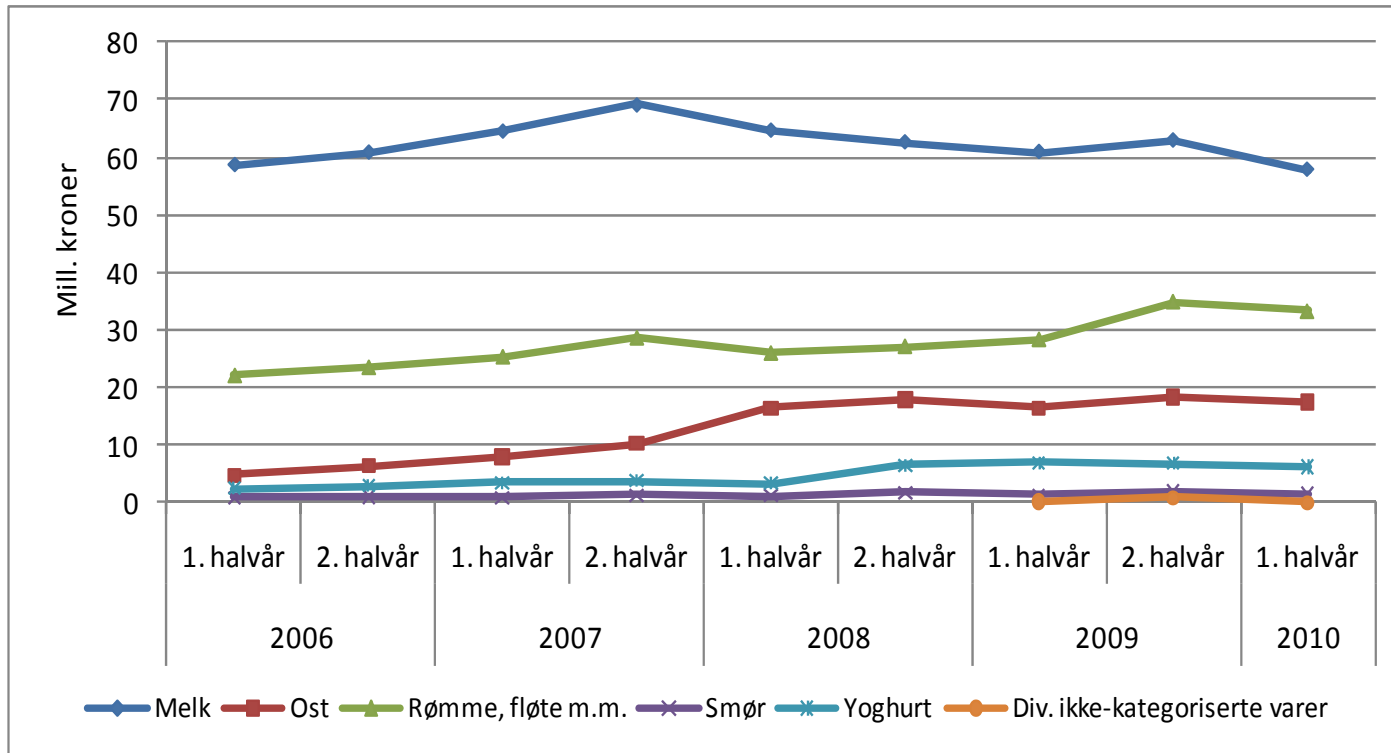


**Figur: Økologisk omsetning i verdi av utvalgte varegrupper i dagligvare- og helsekost**

*Kilde: The Nielsen Company, Alternativ Mat AS*



# Meierivarer, salg i verdi

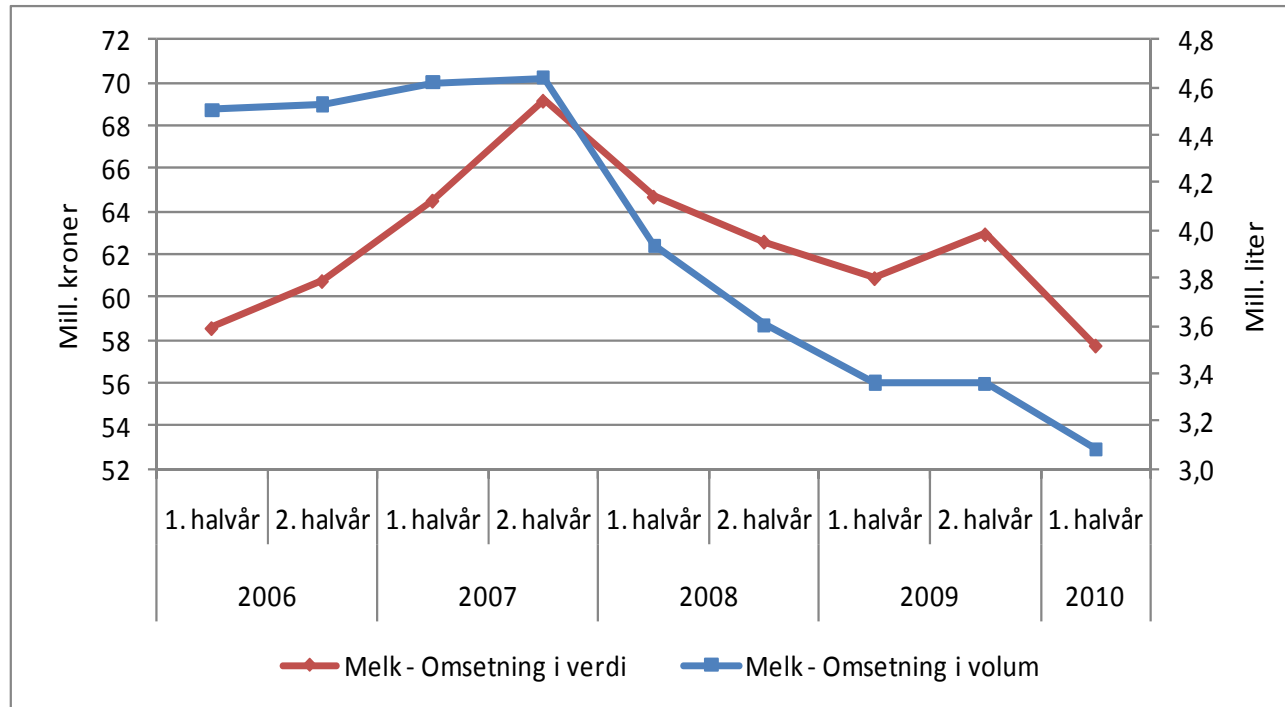


**Figur: Økologisk omsetning i verdi av meierivarer i dagligvare- og helsekost, 2006-2010 per halvår.**

*Kilde: The Nielsen Company, Alternativ Mat AS*



# Melk, salgsutvikling i verdi og volum

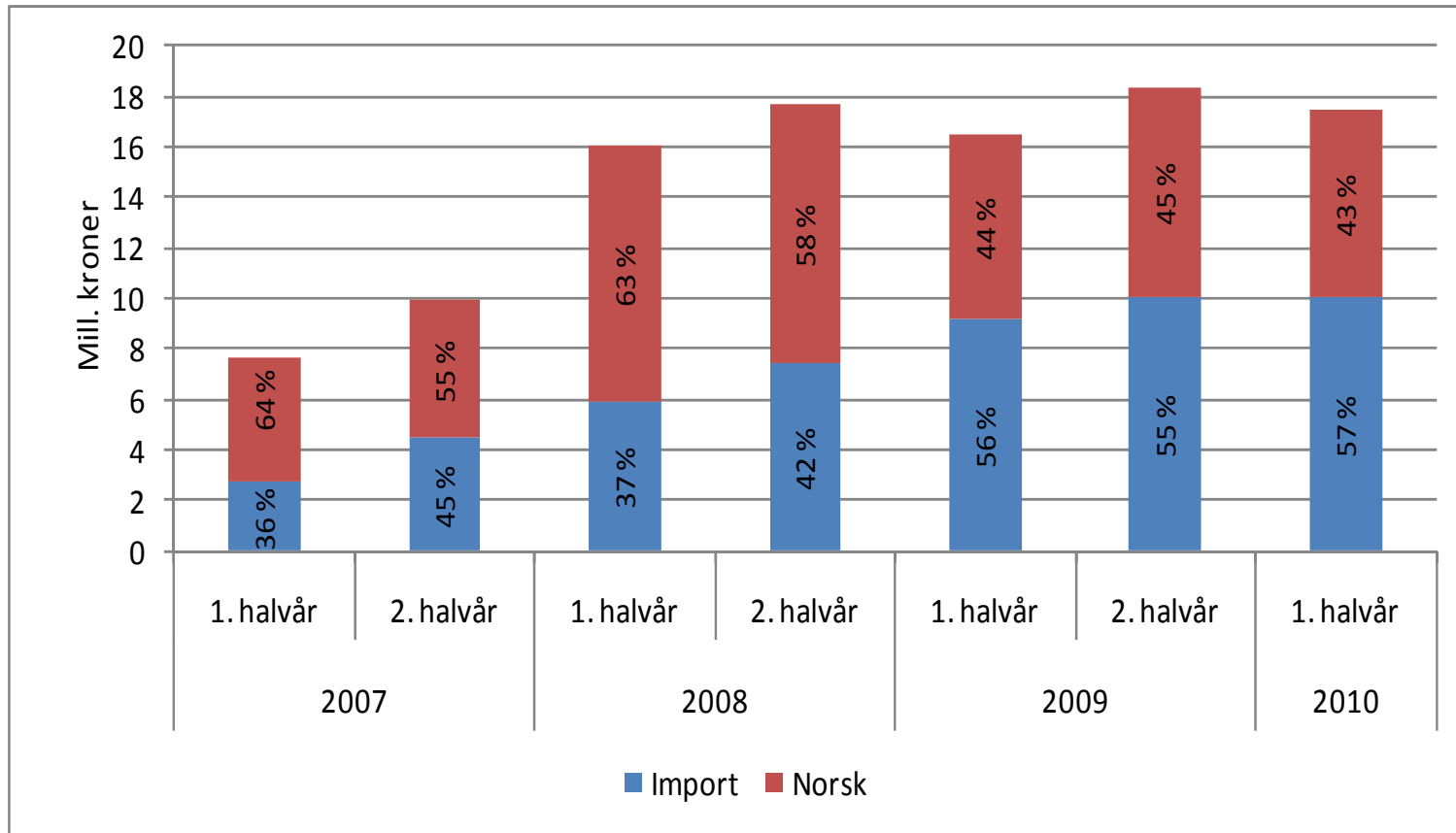


Figur: Utvikling i omsetning i verdi og volum av økologisk melk (søt og syrnet), 2006-2010 per halvår

Kilde: The Nielsen Company



# Oster, norsk og import

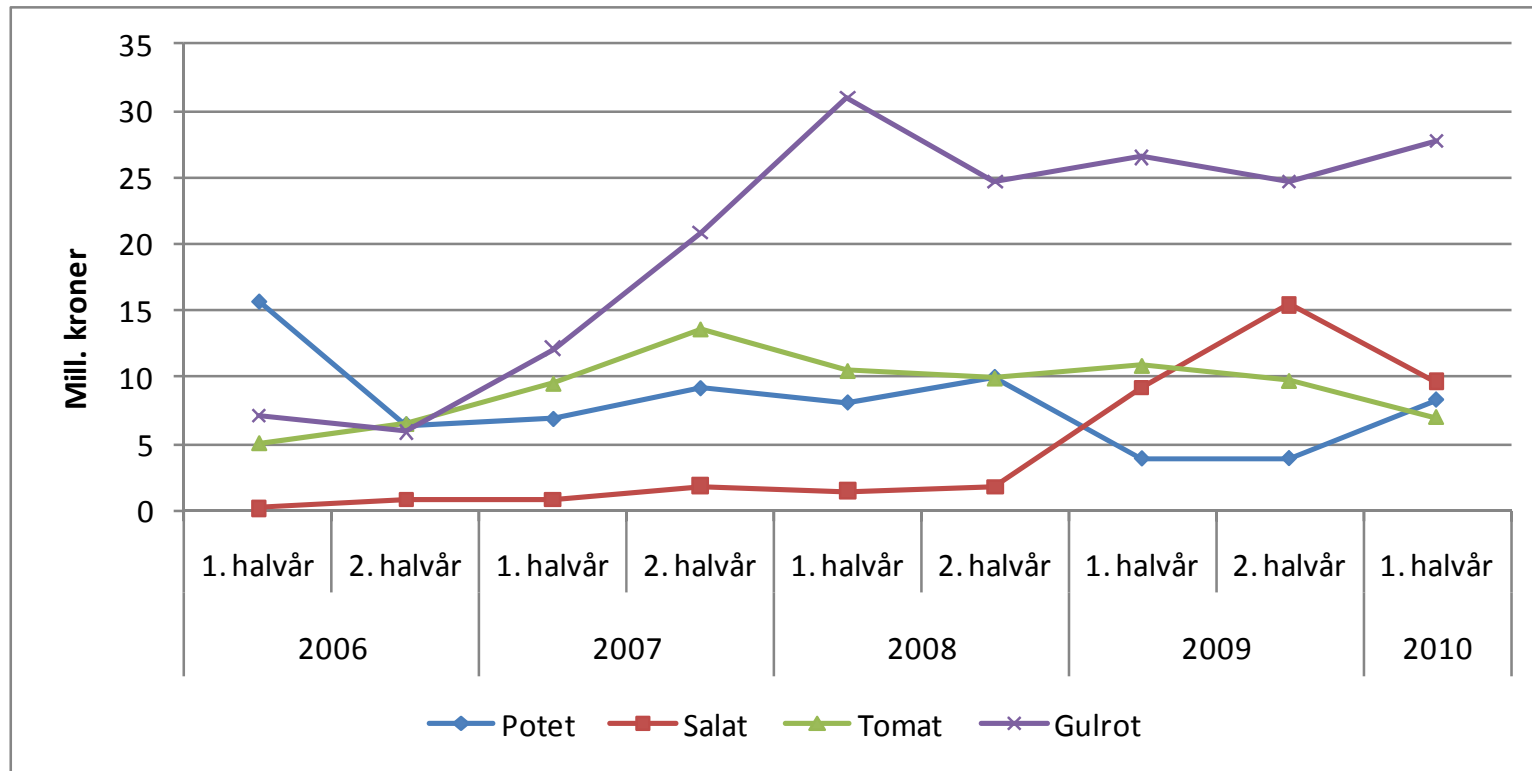


Figur: Omsetning (i verdi) av norskproduserte og importerte økologiske oster, 2007-2010

Kilde: The Nielsen Company



# Grønnsaker, salg i verdi

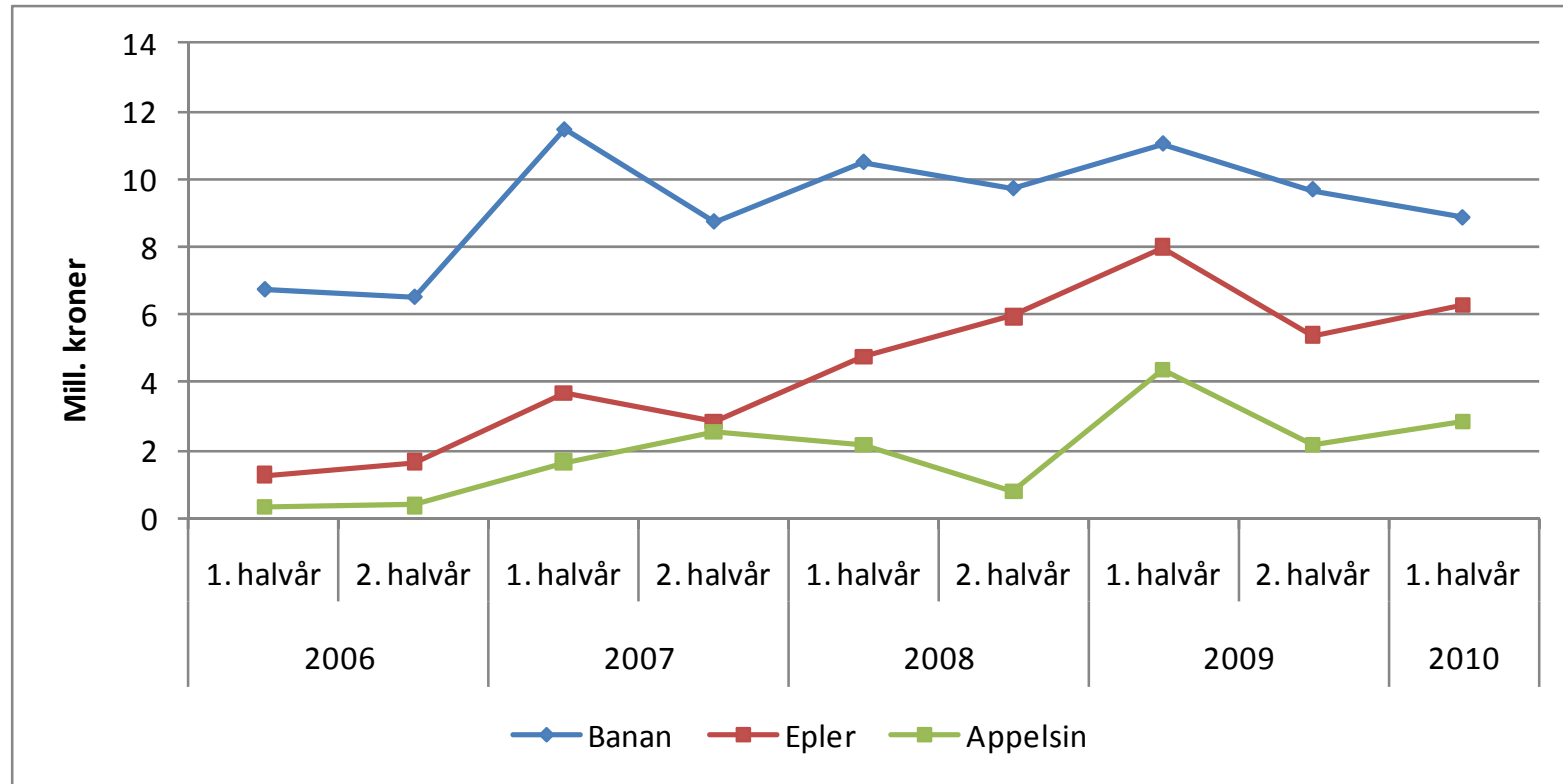


Figur: Utvikling i omsetning i verdi av ulike grøntprodukter

Kilde: The Nielsen Company



# Frukt, salg i verdi

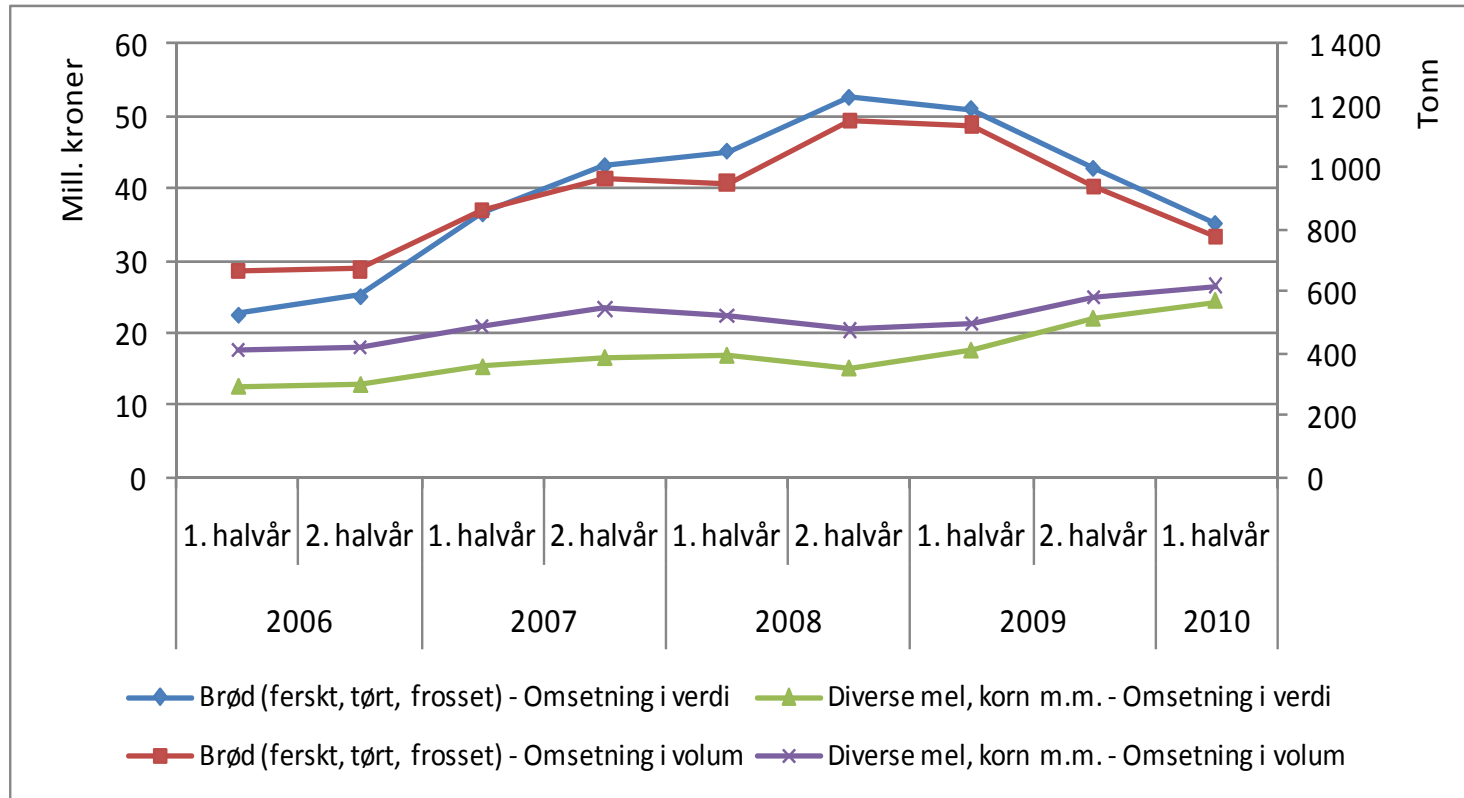


Figur: Utvikling i omsetning i verdi av de største produktene innen frukt

*Kilde: The Nielsen Company*



# Salgsutvikling korn- og bakervarer

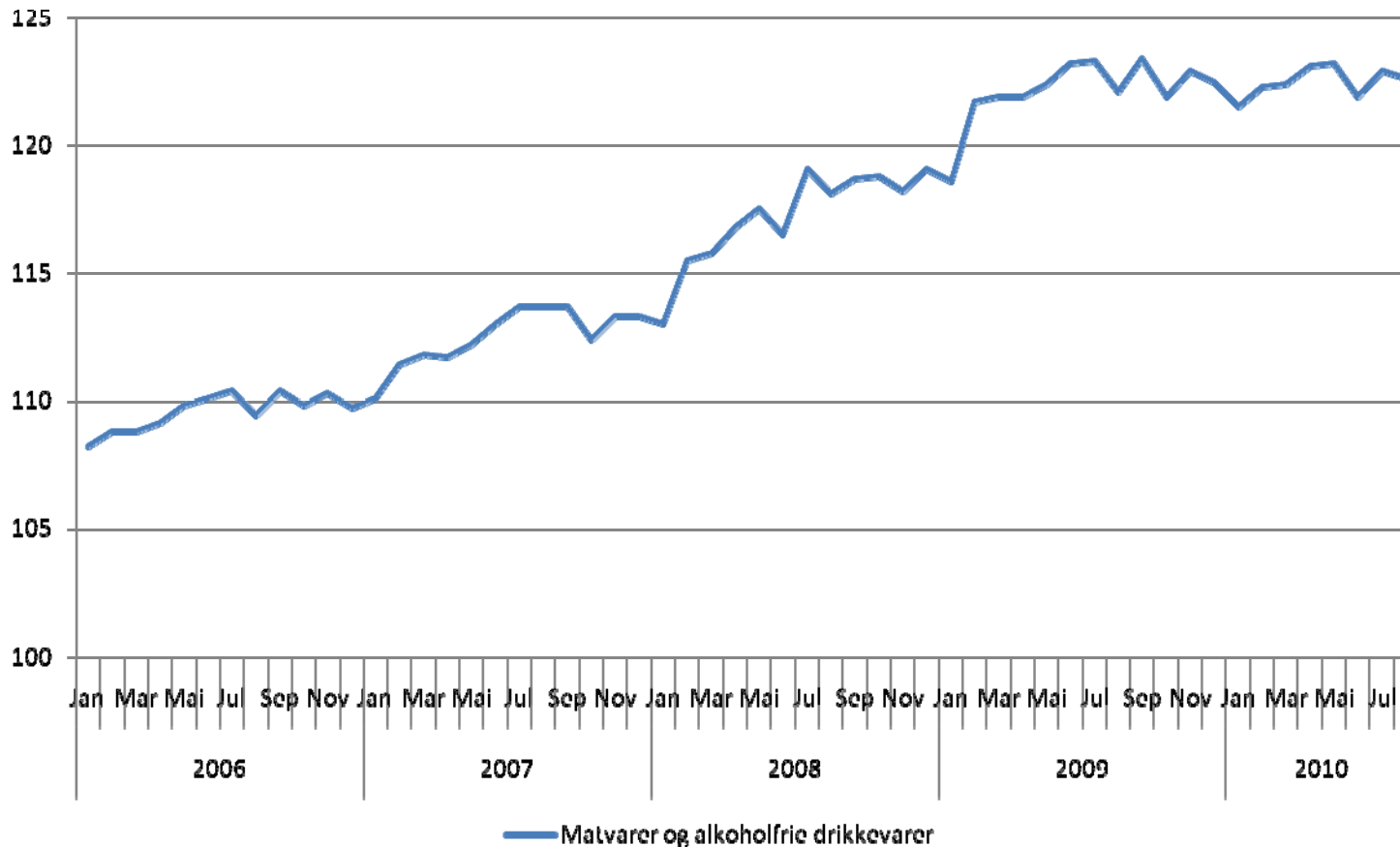


Figur: Utvikling i økologisk omsetning i verdi og volum av brød og diverse mel og kornvarer, 2006-2009 per halvår

Kilde: The Nielsen Company



# Utvikling i konsumprisindeksen



Kilde: SSB



# Søtmeik og syrnet meik verdi og volum

