

Produksjon og forbruk av økologiske jordbruksvarer

Rapport for 2019

Rapport nr. 19/2020
16.03.2020



Landbruksdirektoratet
Eanandoallodirektoráhtta



Rapport: Produksjon og forbruk av økologiske jordbruksvarer

Dato: 16.03.2020

Utgiver: Landbruksdirektoratet

Bidragstere: Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet –
storbyuniversitetet

Kontaktperson: Harald Moksnes Weie

Rapport-nr.: 19/2020

Forsidebilde: Pixabay.com

Forord

Denne rapporten presenterer produksjonen og forbruket av økologiske jordbruksvarer i 2019 og utviklingen over tid. I tillegg gir den et bilde av utviklingen internasjonalt i 2018.

I motsetning til tidligere rapporter har vi ikke med tall for omsetning av økologiske varer i dagligvarehandelen. I stedet har Forbruksforskningsinstituttet (SIFO) skrevet et kapittel om utviklingen i forbruket av økologisk mat. SIFO er ansvarlig for alle analyser og konklusjoner i sitt kapittel.

Rapporten er bygd opp som følger. Kapittel 1 viser det overordnede bildet med utvikling i areal og antall dyr. Kapittel 2-6 gir mer detaljer om utviklingen i produksjonen av korn, melk, kjøtt og egg, i tillegg til omsetningen av poteter, grønnsaker og frukt fra grossist. Kapittel 7 viser omsetningen gjennom alternative salgskanaler, mens kapittel 8 beskriver utviklingen i forbruk av økologisk mat. Kapittel 9 beskriver utviklingen internasjonalt, med vekt på Danmark og Sverige. Kapittel 10 viser tilskudd til økologisk jordbruk. Det siste kapitlet gir generell informasjon om idébakgrunn, forvaltning og regelverk for økologisk jordbruk, mens du finner en ordliste som forklarer sentrale begrep og ordninger foran i rapporten.

Landbruksdirektoratet utarbeider rapporten på oppdrag fra Landbruks- og matdepartementet i forbindelse med jordbruksforhandlingene, men rapporten er utformet for å gi en oversikt over produksjon og forbruk av økologiske jordbruksvarer også for andre interesserte.

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

God lesing!

Jørn Rolfsen

Administrerende direktør

Landbruksdirektoratet

Oslo, 16. mars 2020

Innhold

Forord	2
Innhold	3
Ordliste	5
Sammendrag	6
1 Utvikling i økologisk areal og dyretall	8
1.1 Nedgang i økologisk areal og karensareal.....	8
1.2 Flere økologiske verpehøner, færre storfe, småfe og gris	9
2 Korn, mel og kraftfôr	10
2.1 Økt kornproduksjon etter tørkeår	10
2.2 Rom for å produsere mer mathvete.....	11
2.3 Behov for mer norsk fôrkorn	12
2.4 Jevnt salg av kraftfôr	13
2.5 Mer stabile kraftfôrpriser i 2019	13
3 Melk og meieriprodukter	15
3.1 Produksjon av melk ned 2 prosent	15
3.2 Uendret andel økologisk melk	16
3.3 Lavere melkeproduksjon på Østlandet	16
3.4 Lavere volum anvendt økologisk melk.....	17
3.5 Rørosmeieriet omsatte halvparten av den økologiske melken.....	18
3.6 Pris til produsent ned med 14 øre per liter.....	18
4 Kjøtt	19
4.1 Kraftig nedgang i slakt fra storfe, småfe og svin	19
4.2 30 prosent nedgang i salg av kjøtt fra storfe, småfe og svin	23
4.3 Andel økologisk fjørfe gikk ned.....	26
5 Egg	28
5.1 Produksjonen av egg øker fortsatt.....	28
5.2 Høyest salg til dagligvaremarkedet.....	29
5.3 Økning i produksjonen av eggprodukter	30
5.4 Lavere pristillegg for økologiske egg	30
6 Poteter, grønnsaker og frukt	31
6.1 Andelen økologisk synker	31
6.2 Lavere omsetning av poteter	32
6.3 Gulrøtter er fremdeles den største kulturen	33
6.4 Veksthuskulturer - Andelen økologiske agurker øker.....	34
6.5 Lavere priser på frukt i 2019.....	34
7 Omsetning i salgskanaler utenom dagligvare	36
7.1 Sterk vekst over lang tid i storhusholdning	37
7.2 Bakerverarer utenom dagligvare økte med 9 prosent	39
7.3 Direktesalg viktig for produsenter med små volum	39
7.4 Jevn vekst i salget av vin.....	42
8 Utviklingen i forbruket av økologisk mat	44
8.1 Hvor ofte spiser og kjøper forbrukere økologisk mat?.....	44
8.2 Hvor viktig er økologisk mat?	46

8.3	Bruk av og kjennskap til økologimerkene	49
8.4	Anskaffelsesmåter for økologisk mat	51
8.5	Oppfatninger av fordeler med økologisk mat.....	53
8.6	Oppfatninger av barrierer for kjøp av økologisk mat.....	54
8.7	Økologisk forbruk i lys av andre hensyn ved valg av mat (helse, miljø, etikk, opprinnelse og kvalitet)	55
8.8	Hva påvirker forbruket av økologisk mat?	58
9	Internasjonal utvikling.....	60
9.1	Veksten i økologisk areal flatet ut i 2018	60
9.2	Land i Europa og Nord-Amerika har størst omsetningen av økologiske produkter ..	62
9.3	Nesten 20 prosent økologisk jordbruksareal i Sverige	62
10	Tilskudd til økologisk jordbruk	68
10.1	Lite endringer i utbetalt produksjonstilskudd	68
10.2	31 mill. til utviklingstiltak innen økologisk landbruk.....	70
11	Bakgrunnsinformasjon.....	71
11.1	Hva er økologisk jordbruk? – idébakgrunn	71
11.2	Forvaltning av økologisk landbruk.....	71
11.3	Regelverk for økologisk produksjon	71
11.4	Import av økologiske landbruksvarer	72
12	Vedlegg.....	73

Ordliste

Andelslandbruk

Andelslandbruk er et samarbeid mellom bønder og forbrukere der ansvaret og avlingen deles. Forbrukere forhåndsbetaler en andel av gårdens produksjon, som oftest for ett år av gangen.

Anvendelsesgrad

Hvor stor andel av total produksjon av en økologisk vare som blir videresolgt som økologisk.

Avtaleår

Jordbruksavtalen gjelder for ett år av gangen, vanligvis fra 1. juli til og med 30. juni påfølgende år.

Debio

Debio er kontrollinstans for økologisk landbruksproduksjon. Virksomheter som er Debio-godkjent kan bruke Ø-merket, det vil si Norges offisielle merke for økologisk godkjent produksjon, på sine økologiske produkter.

Demeter

Demeter-merket brukes på produkter som er godkjent som biologisk-dynamiske. Dette blir kontrollert av Debio, og virksomheter med godkjent biologisk-dynamisk produksjon kan også bruke Ø-merket på sine produkter (se også **Debio**).

Innmålt melk

Volumet melk som er målt inn på meieriets tankbil ved henting på gården.

Karensareal

Jordbruksareal påbegynt omlagt, men ennå ikke godkjent som økologisk drevet jordbruksareal. I omleggingstiden kalles arealet for karensareal.

Kornår

Perioden fra 1. juli til 30. juni påfølgende år.

REKO-ring

Står for REttferdig KOnsument, og er en distribusjonsmodell for matvarer. Bønder i en region går sammen og presenterer sine produkter på sosiale medier og finner feller leverings- og hentested for kunder.

Sesong

Perioden fra de første norske produktene høstes og er tilgjengelig for salg om våren, til det er tomt på lageret, som kan være påfølgende år. Hver grønnsak, frukt eller bær har en egen sesongkalender.

Økologisk areal

Areal med godkjent økologisk produksjon.

Økologiske produkter

Produkter som har blitt produsert ved økologisk godkjent produksjon og som har godkjent økologisk merking. Mer informasjon om økologisk produksjon finner du under kap. 11.

Sammendrag

Produksjonen av de fleste økologiske jordbruksvarer gikk ned i 2019 sammenliknet med året før. Unntaket er økologiske egg, som har økt årlig siden 2012.

Nedgang i økologisk areal, men stabil andel

Størrelsen på det økologiske jordbruksarealet gikk ned i 2019. Arealet økte fram til 2012, men har siden gått ned årlig. 4,2 prosent av jordbruksarealet var økologisk i 2019. Andelen økologisk var dermed lik som i 2018.

Lav produksjon av korn, men økning etter tørkesommeren

Produksjonen av økologisk korn gikk opp sammenliknet med tørkeåret 2018, men kornmengden ser ut til å bli lavere enn i de to årene før tørken. Den norske produksjonen av både fôrkorn og matkorn er for lav til å dekke behovet, slik at importandelen er høy.

Nedgang i produksjon av melk, men stabil andel videresolgt som økologisk

Produksjonen av økologisk melk fortsatte den nedadgående trenden fra de siste årene, og nedgangen var på 2,1 prosent fra 2018 til 2019. Mengden omsatt som økologisk gikk ikke like mye ned, slik at anvendelsesgraden (andelen omsatt som økologisk av innveid mengde) holdt seg lik som de to foregående årene, på 58 prosent.

Lavere produksjon og omsetning av kjøtt

Redusert bestand av drøvtyggere i 2019 som følge av tørken året før, bidro til en nedgang i produksjonen av økologisk kjøtt fra storfe og småfe. Produksjonen av økologisk kjøtt fra svin og fjørfe gikk også ned i 2019. Mengden av det produserte kjøttet som ble videresolgt som økologisk gikk ned desto mer, slik at andelen videresolgt av produsert mengde var 49 prosent. Til sammenlikning var denne andelen 61 prosent i 2018.

Eggproduksjonen øker fortsatt

Produksjonen av økologiske egg økte med 4,9 prosent i 2019, og andelen økologisk av total produksjon var oppe i 7,5 prosent. Over 90 prosent av de økologiske eggene blir videresolgt med økologisk merking.

Tabell 1: Oversikt over produksjon av økologiske landbruksvarer i 2018 og 2019, endring siste år og andel økologisk av total produksjon.

	Økologisk produksjon		Endring siste år	Andel økologisk av total produksjon
	2018	2019		
Økologisk areal, dekar	416 859	411 524	-1 %	4,2 %
Karensareal, dekar	46 907	41 600	-11 %	
Korn, ert og oljefrø, tonn*	6 670	12 106	81 %	1,0 %
Melk, mill. liter	50	49	-2 %	3,3 %
Kjøtt (storfe, småfe, svin, fjørfe), tonn	3 100	2 718	-12 %	0,8 %
Egg, tonn	4 689	4 920	5 %	7,5 %

*For 2019 (kornåret 2019–2020) er tallene innlevert korn per 27. februar 2020. Normalt er omtrent 90 prosent av kornet levert på dette tidspunktet.

Nedgang i omsetning av poteter, grønnsaker og frukt

Omsetningen av norske økologiske frukt, grønnsaker og poteter til grossist gikk til sammen ned med 3 prosent. Gulrøtter er den største økologiske produksjonen, og andelen økologisk var 4,5 prosent i 2019. Økologiske agurker tar stadig større markedsandel og omsetningen har økt det siste året, selv om andelen økologisk av totalen er forholdsvis liten.

Økt omsetning i de fleste salgskanaler

Omsetningen av økologisk mat og drikke økte i de fleste salgskanaler i 2019. I både storhusholdning og bakerier var veksten rundt 9 prosent. Alternative omsetningskanaler som REKO-ringer og andelslandbruk har økt mye de siste årene, mens omsetningen gjennom spesialbutikker har flatet ut.

Økologisk mat mer tilgjengelig enn før, og frukt og grønt er viktigst å få kjøpt som økologisk

4 prosent av norske forbrukere svarer at de spiser økologisk mat daglig, og antallet som sier at de «ofte» eller «alltid» kjøper økologisk mat har holdt seg stabilt de senere årene. Frukt og grønnsaker er blant produktgruppene som oppgis å være viktigst å få kjøpt økologisk. Økologisk mat har blitt mer tilgjengelig enn tidligere, men en økende andel ser ikke fordeler ved økologisk mat. Samtidig er nesten én av fire er helt enig i påstanden om at økologiske matvarer er for dyre.

Høyt forbruk dratt av offentlig sektor i Danmark og Sverige

Forbrukerne har stor tillit til økologiske varer i både Sverige og Danmark, og offentlig sektor står for mye av forbruket. Danmark er fortsatt landet i verden med størst andel økologisk av total matvareomsetning. Sverige har 20 prosent økologisk jordbruksareal, og er dermed på topp i Norden.

115,9 mill. kroner i direkte tilskudd

Summen utbetalt produksjonstilskudd til økologisk primærproduksjon økte svakt i 2019 sammenliknet med de to foregående årene. Det ble utbetalt 115,9 mill. kroner, en økning på rundt 7 mill. kroner fra året før.

31 mill. kroner ble avsatt over jordbruksoppjøret i 2019 til økologiske utviklingstiltak.

1 Utvikling i økologisk areal og dyretall

Etter en kraftig vekst fram til 2012, har det økologiske arealet gått nedover. I 2019 gikk også karensarealet ned sammenliknet med året før. Andelen økologisk av totalt jordbruksareal holdt seg stabilt på 4,2 prosent.

Antallet økologiske verpehøner fortsetter å vokse, mens antallet øvrige husdyr gikk ned i 2019.

Dette kapitlet viser den overordnede utviklingen i økologisk sertifisert areal og antall dyr, og er basert på tall fra Debio. Mer detaljer om utviklingen innen hver produksjon vises i kapittel 2-6 og i vedlegget til rapporten.

1.1 Nedgang i økologisk areal og karensareal

Det økologiske jordbruksarealet har gått svakt nedover siden 2012. Nedgangen fra 2018 til 2019 var på 1,3 prosent eller 5 300 dekar. I 2019 utgjorde det økologiske arealet 4,2 prosent av totalt jordbruksareal, og andelen økologisk var dermed lik som året før.

Fra 2016 til 2018 var det vekst i areal under omlegging til økologisk drift (karensareal), men dette arealet gikk ned fra 2018 til 2019.

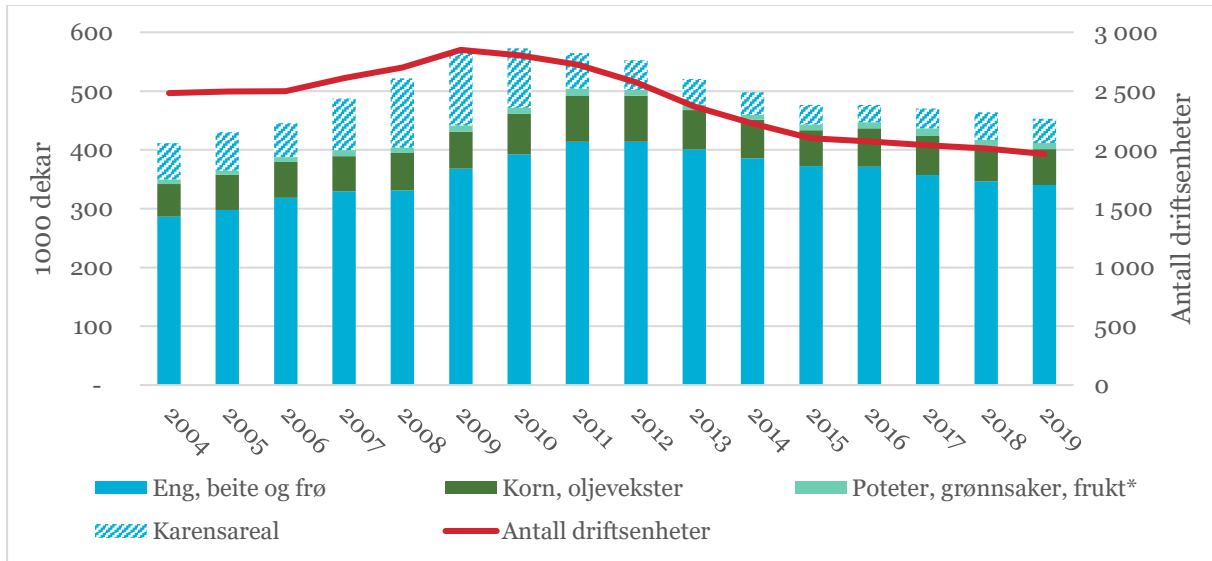
Tabell 2: Økologisk areal, dekar og prosent av totalt jordbruksareal i drift, 2000 og 2017–2019.

	2000	2017	2018	2019	Endring siste år
Totalt jordbruksareal	10 421 798	9 851 116	9 862 802	9 818 216	-0,5 %
Økologisk areal	180 841	436 804	416 859	411 524	-1,3 %
Karensareal	24 387	33 611	46 907	41 600	-11,3 %
Totalt økologisk og karensareal	205 228	470 415	463 766	453 124	-2,3 %
Prosent økologisk av totalt jordbruksareal	1,7 %	4,4 %	4,2 %	4,2 %	
Prosent økologisk og karens av totalt jordbruksareal	2,0 %	4,8 %	4,7 %	4,6 %	

Kilde: Debio og SSB.

Over 80 prosent av Norges økologiske areal nyttes til eng, beite og fôr (se figur 1). Dette arealet har gått ned årlig siden 2012. Nedgangen kan ha sammenheng med endring i tilskudd fra 2011. Endringen kom fordi noe økologisk engareal ikke ble brukt som fôr i økologisk husdyrproduksjon (les mer i kap. 9).

Antallet driftsenheter med økologisk sertifisering har også gått ned de siste ti årene. I 2019 var det 1 965 enheter som drev økologisk, mens tallet var 2 851 i toppåret 2009. Det totale antallet driftsenheter i landbruket har gått ned i samme periode, slik at andelen økologisk av totalt antall driftsenheter var 5 prosent i 2019, mot 6 prosent i 2009.



Figur 1: Utvikling i økologisk areal fordelt mellom ulike produksjoner og karensareal, og antall driftsenheter med økologisk sertifisering, 2004–2019.

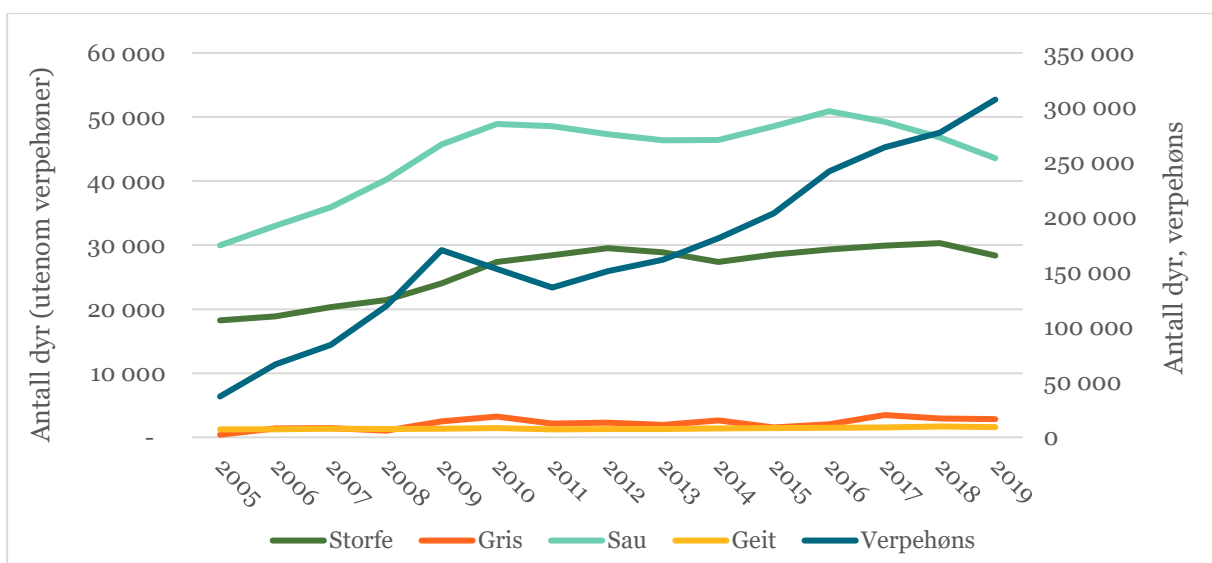
*Inkluderer også annet økologisk areal

Kilde: Debio

1.2 Flere økologiske verpehøner, færre storfe, småfe og gris

Antall økologiske verpehøner har hatt en jevn vekst de siste ti årene. I 2019 utgjorde antall økologiske dyr nesten 8 prosent av totalt antall verpehøner. Mens antall verpehøner har økt, har antall storfe, småfe og gris gått ned. Antall storfe økte fram til 2018, men gikk ned det siste året. Det har vært nedgang i både antall melkekyr, ammekyr og øvrige storfe, men nedgangen har vært størst for ammekyr.

Antall økologiske sauer har gått ned siden 2016, og i 2019 var antallet nede i 38 000. Dette utgjorde i underkant av 5 prosent av det totale antallet sauer (ikke inkl. lam) i Norge. Antall økologiske griser og geiter er lavt, og har alltid vært det. Svinekjøttproduksjonen er den største konvensjonelle produksjonen og antallet økologiske griser utgjorde i 2019 0,4 prosent av det totale antallet griser i Norge.



Figur 2: Utvikling i antall økologiske storfe, gris, sau, geit og verpehøner, 2005–2019

Kilde: Debio. Telledato 1. januar.

2 Korn, mel og kraftfôr

Etter små avlinger som følge av tørkesommeren i 2018, har produksjonen økt i 2019. Foreløpige tall viser likevel at produksjonen ikke ser ut til å være like stor som de to årene før tørkesommeren.

Det produseres mindre norsk økologisk matkorn enn det er behov for. Landbruksdirektoratet anslår at omtrent 60 prosent av mathveten som brukes til mel er importert korn. Det er også stor import av økologisk havre til havregryn.

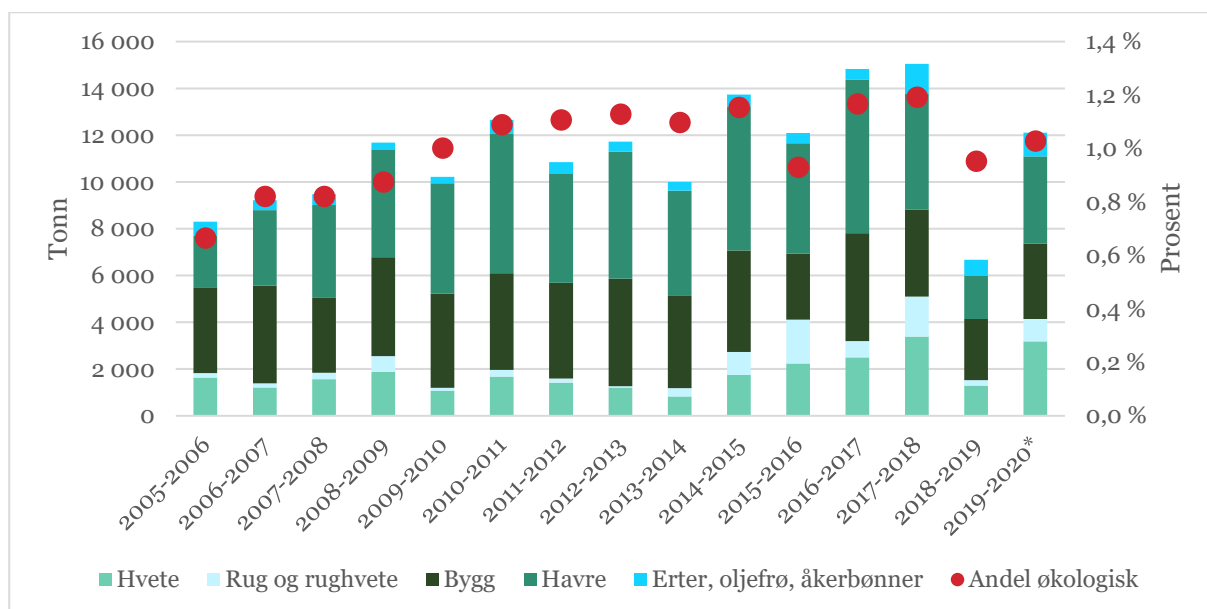
Selv om mesteparten av kornet er av førkvalitet, er det også mangel på norsk økologisk korn til kraftfôr. Dette gjør at importandelen i økologisk kraftfôr er høyere enn i konvensjonelt kraftfôr. Den høye importandelen gjør også at prisen på økologisk kraftfôr er sensitiv for internasjonale prissvingninger, men i 2019 var kraftfôrprisene mer stabile enn årene før.

I denne rapporten blir foreløpige tall for produksjon i kornåret 2019–2020 presentert. Beskrivelse av produksjonen i kornåret 2018–2019 kan du lese om i tillegget til fjorårets rapport, «Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer 1. halvår 2019. Tillegg til rapport nr. 17/2019», som Landbruksdirektoratet publiserte 16.9.2019.

2.1 Økt kornproduksjon etter tørkeår

2018 var et år med ekstremtørke og små avlinger. Selv om kornavlingen i inneværende sesong er mye større enn i 2018–2019, er den ikke like stor som i 2016–2017 og 2017–2018. I figur 3 vises hvor mye korn som har blitt levert fram til slutten av februar i 2020. Dersom vi anslår at 10 prosent av kornavlingen ikke er levert på det tidspunktet, er størrelsen på årets avling rundt 13 000 tonn.

I Norge er hovedsakelig den økologiske kornproduksjonen produksjon av førkorn. Rundt 90–95 prosent av kornet som produseres brukes til fôr. Til sammenligning utgjør førkorn 80–90 prosent av konvensjonell kornproduksjon.



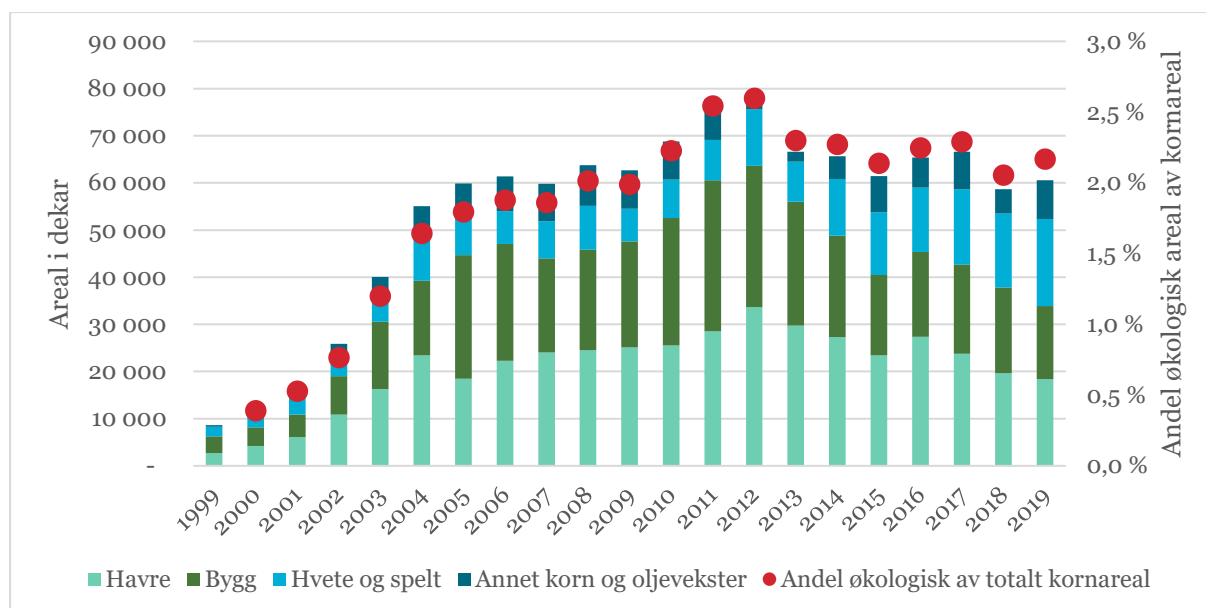
Figur 3: Levert mengde økologisk korn, erter, oljefrø og åkerbønner, og andel økologisk av totalt innveid mengde, de siste ti årene. Tallene inkluderer ikke leiemalt korn og såkorn

Kilde: Landbruksdirektoratet

* Tall til og med 27. februar 2020. Normalt er omtrent 90 prosent av kornet levert på dette tidspunktet.

Størrelsen på det økologiske kornareal økte fram til 2012, men har i etterkant sunket. Veksten var spesielt stor fra 2008/2009, da det var en veilednings- og informasjonssatsing mot konvensjonelle produsenter, og det ble innført et ekstra arealtilskudd til økologisk korn. Veiledningskampanjen varte fram til 2011, mens det ekstra tilskuddet varte til 2015.

I 2019 var det totale økologiske kornareal på i overkant av 60 000 dekar. Som vist i figur 4 er det størst arealer med økologisk havre og bygg, men det har variert fra år til år hvilket av disse arealene som har vært størst. Størrelsen på økologisk hvete- og speltareal har hatt en jevn vekst, og i 2019 var det nesten like store arealer med bygg, havre og hvete.



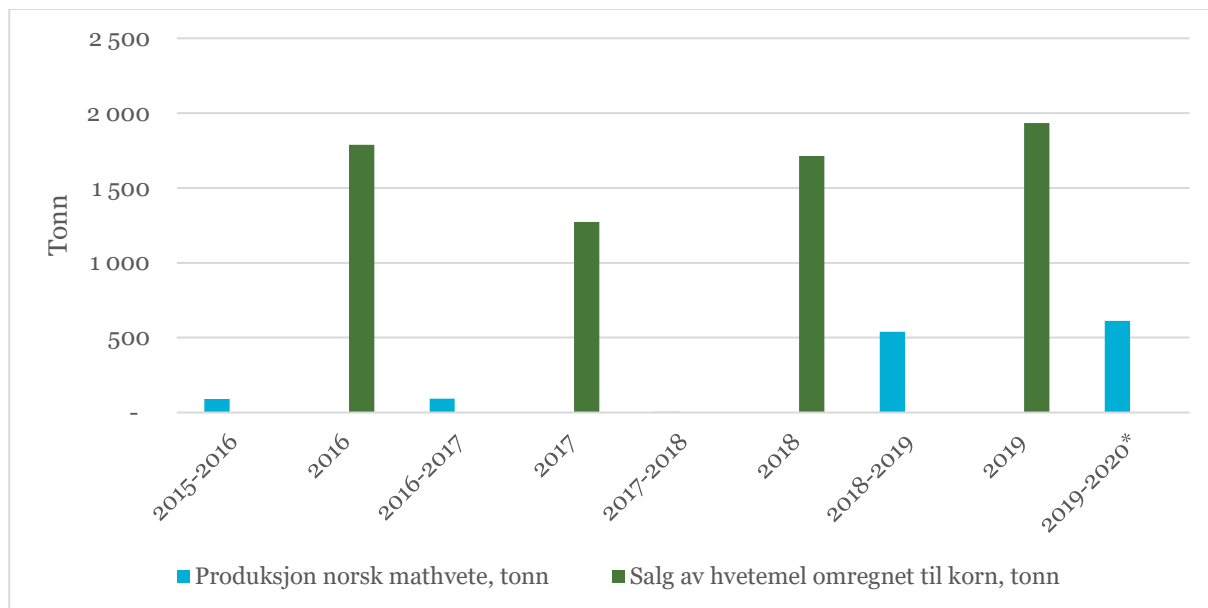
Figur 4: Utvikling i økologisk kornareal fordelt på kornarter

Kilde: Debio

2.2 Rom for å produsere mer mathvete

Landbruksdirektoratet anslår at det i 2019 ble produsert økologisk hvetemel av omtrent 1 900 tonn mathvete. I overkant av 60 prosent av kornet var importert. Det er varierende grad av bruk av importert korn fra mølle til mølle og fra produkt til produkt. I gjennomsnitt er norskandelen lavere for økologisk mel enn konvensjonelt mel. Det kan være varierende kvalitet på den økologiske mathveten som blir produsert i Norge. Derfor må det til tider blandes inn mye importert korn av annen kvalitet for å oppnå god nok bakekvalitet på melet.

Over tid ser man at det totalt sett produseres mye mindre norsk mathvete enn det som brukes til å produsere økologisk hvetemel i Norge, selv om produksjonen av mathvete i Norge har økt de siste årene. figur 5 viser norsk produksjon av mathvete per sesong og salget av hvetemel per kalenderår. Selv om periodene ikke er direkte sammenlignbare, viser figuren at vi er avhengig av en stor del import for å dekke behovet for økologisk hvete til matmel.



Figur 5: Produksjon av norsk mathvete og salg av hvetemel omregnet til anslått mengde korn. Produksjonstallene er per sesong, mens salgstallene er per kalenderår.

Kilde: Landbruksdirektoratet

Potensialet for å bruke mer norsk hvete i økologisk mel er stort. Norge har imidlertid et klima som gjør det utfordrende å produsere matkorn, og det er spesielt utfordrende å produsere økologisk mat fordi man har færre muligheter til å påvirke proteininnholdet i økologisk produksjon enn i konvensjonell. Dersom kornet ikke er av god nok kvalitet når det høstes, vil det bli brukt til fôr i stedet for til mat. Det er imidlertid også potensiale for å øke produksjonen av fôrkorn, jf. kapittel 2.3, og et forsøk på å dyrke hvete til mat vil kunne føre til at kornet i stedet kan brukes til fôr dersom kvaliteten ikke er god nok.

Mye av kornet som brukes til å produsere mel er importert, men det importeres i liten grad ferdigmalt mel.

I tillegg til produksjon av økologisk hvetemel, er det også stort salg av økologisk havregryn. Samtidig er det lite produksjon av norsk havre, og det meste av havregrynet som selges er laget av importert havre. Landbruksdirektoratet anslår at omtrent 95 prosent av mathavren som ble brukt i 2019 var importert. Salget av økologisk havregryn økte fram mot 2018, men stabiliserte seg i 2019.

2.3 Behov for mer norsk fôrkorn

Mens man i konvensjonelt fôr i stor grad er selvforsynt med korn som bygg, rug og havre, er ikke den norske produksjonen av økologisk korn stor nok til å dekke behovet. De siste fem årene har produksjonen av økologisk fôrhvete, fôrrug, rughvete, bygg og havre vært på rundt 11-12 000 tonn. Samtidig var forbruket av disse kornartene til kraftfôr omtrent 20 000 tonn i 2019. Vi må dermed importere en stor andel økologisk fôrkorn, hovedsakelig fra Sverige.

I tillegg er vi avhengig av å importere en rekke råvarer som ikke kan produseres i Norge. Til sammen gir dette en andel import på over 70 prosent i økologisk kraftfôr. Til sammenlikning har andelen import til konvensjonelt kraftfôr i gjennomsnitt vært 44 prosent de siste fem årene.

Nytt regelverk fra 2021

Fra 2021 kan det bli strengere krav til fôret i økologisk husdyrproduksjon, da et nytt regelverk vil tre i kraft i EU. Mattilsynet har sendt ut det nye regelverket på høring med frist 06.04.2020. Forslaget til nytt regelverk innebærer blant annet:

- Strengere krav til hvor stor andel av fôret som må være produsert i Norge eller nærliggende områder
- Utfasing av bruk av konvensjonelle proteinråvarer i fôr til verpehøns

2.4 Jevnt salg av kraftfôr

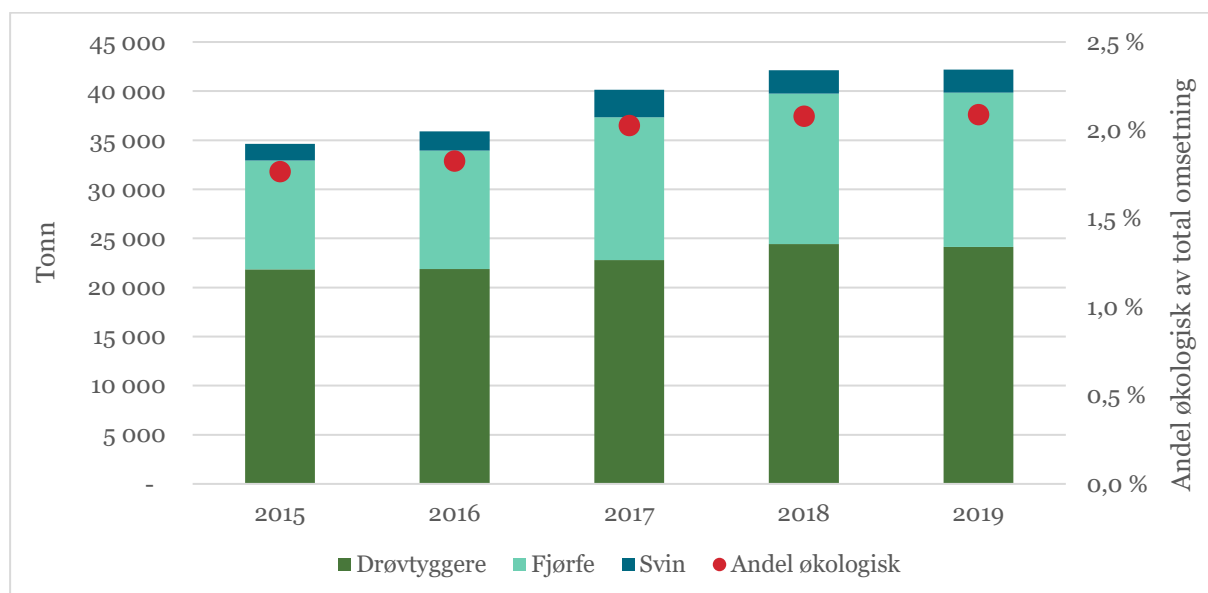
Mesteparten av det norske kornet går til kraftfôr. Landbruksdirektoratet får innrapportert forbruket av økologisk kraftfôr fra kraftfôrmøller¹, og dette forbruket var på 42 200 tonn i 2019. Det var en svak økning fra 2018.

Det var forbruket av fôr til fjørfe som økte i 2019, som følge av fortsatt vekst i produksjonen av økologisk egg. Salget av kraftfôr til fjørfe gikk opp med 2 prosent fra 2018 til 2019. Østfold var fylket med størst produksjon av økologiske egg, og dermed også størst forbruk av fôr. I Østfold økte forbruket med 10 prosent i 2019.

Forbruket av kraftfôr til drøvtyggere gikk noe ned fra 2018 til 2019, med spesielt stor nedgang i 2. halvår. Forbruket var spesielt høyt i 2018 grunnet tørken som bidro til lav tilgang til grovfôr. Forbruket holdt seg deretter på et høyt nivå i 1. halvår 2019, før det gikk ned igjen 2. halvår.

Det produseres lite økologisk svinekjøtt, og forbruket av kraftfôr er lavt. Det holdt seg på 2 400 tonn i 2019, likt som året før. Mesteparten av forbruket av økologisk kraftfôr til svin var i Vestfold og Hedmark. Over 60 prosent av det økologiske kraftfôret til svin ble omsatt i disse områdene i 2019.

Les mer om utviklingen i produksjonen av melk, kjøtt og egg i kapittel 3–5.



Figur 6: Omsetning av økologisk kraftfôr per fôrslag, og andel økologisk av total omsetning. 2015-2019. Tonn.

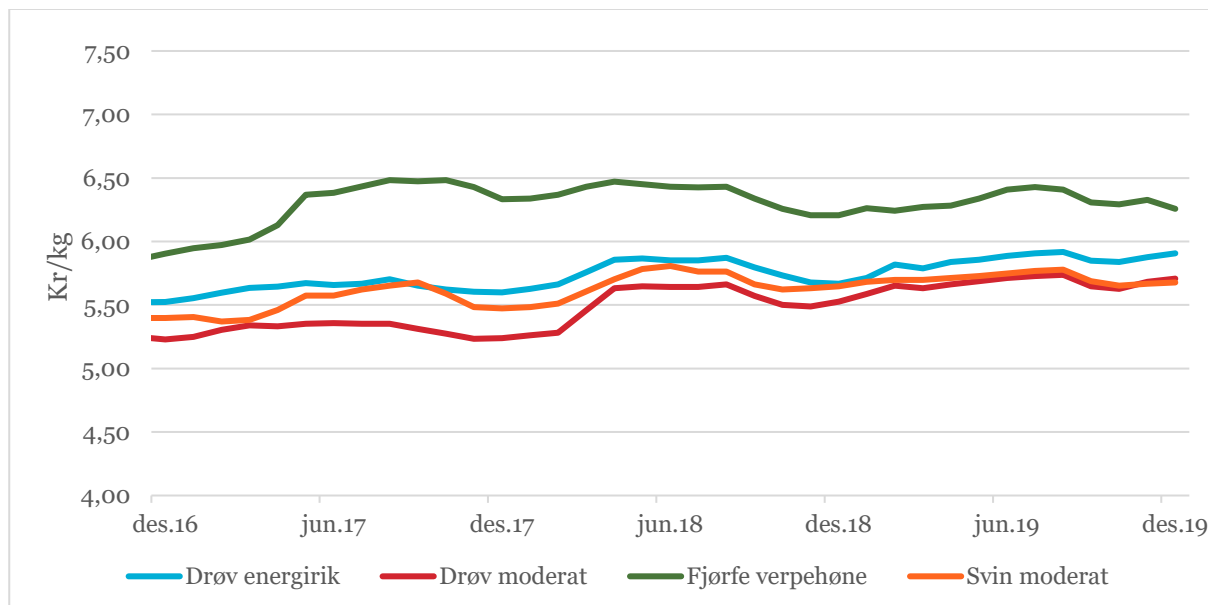
Kilde: Landbruksdirektoratet. Basert på innrapportering fra kraftfôrmøller.

Andelen økologisk av totalt omsatt kraftfôr (vist som rød prikk i figur 6) har vært stabil på rundt 2 prosent over flere år.

2.5 Mer stabile kraftfôrpriser i 2019

Tilgangen på råvarer påvirker prisbildet for kraftfôr. Dette var for eksempel tydelig i 2018, da man gikk tom for norsk råvare rundt mars, og flere av kraftfôrprisene økte betydelig (se figur 7). Økningen var tydeligst for drøvtyggerfôr med moderat energiinnhold, som har stort rom for norske råvarer. Tilgangen og prisen på råvarer påvirker også fôrreseptene, og endringer i disse kan gi utslag i store endringer i prisen per kg kraftfôr.

¹ I tillegg blir en del korn brukt direkte til fôr på den enkelte gård, men dette vil ikke vises i våre tall.



Figur 7: Prisutvikling for økologisk kraftfôr, desember 2016-desember 2019. Kr per kg.

Kilde: Landbruksdirektoratet. Basert på priser fra kraftfôrmøller.

På grunn av høyere importandel påvirkes prisene på økologisk kraftfôr i større grad av internasjonale prissvingninger enn konvensjonelt kraftfôr. Dessuten settes tollsatsene på råvarene til økologisk kraftfôr ut ifra prisen på konvensjonelle råvarer, selv om prisen på disse råvarene kan ha en annerledes utvikling enn prisen på økologisk råvare. Det gjør at prisene på økologisk kraftfôr er mer sensitive for prissvingninger og endringer i valutakurs enn prisene på konvensjonelt fôr.

Prisene i 2019 var mer stabile enn året før. I gjennomsnitt økte prisen på drøvtyggerfôr med moderat energiinnhold med 2,6 prosent fra året før, mens energirikt drøvtyggerfôr økte med 1,4 prosent. Fjørfefôr og fôr til svin hadde en gjennomsnittlig prisendring på under 1 prosent fra 2018 til 2019.

3 Melk og meieriprodukter

Produksjonen av økologisk melk fortsatte den nedadgående trenden fra de siste årene. Den samlede økologiske melkeproduksjonen endte på 49,1 mill. liter i 2019, ned 2,1 prosent fra året før.

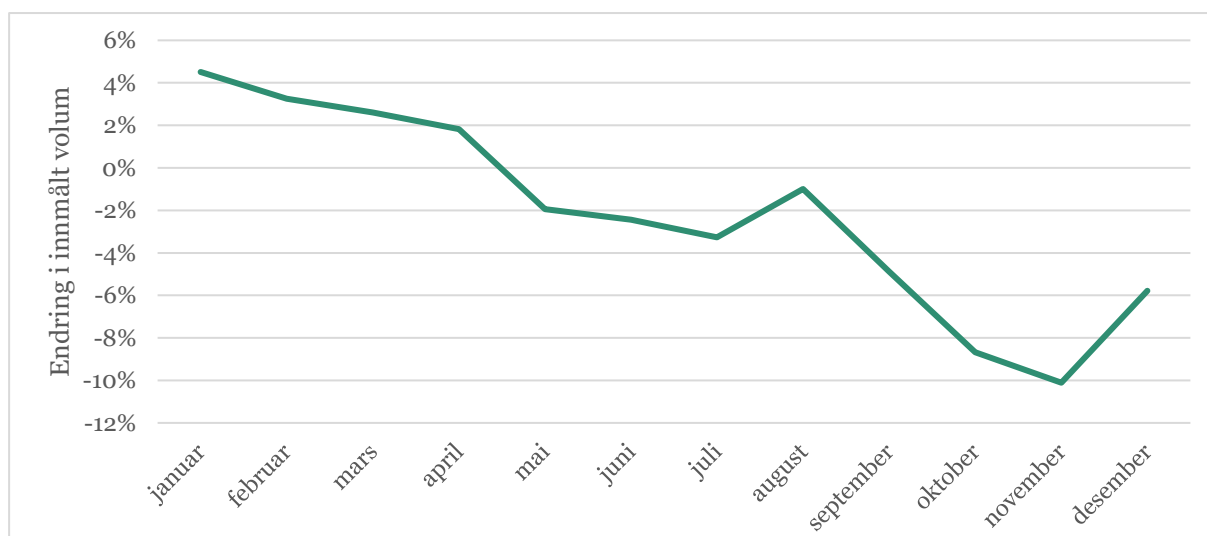
Det ble omsatt 28,7 mill. liter økologisk melk i 2019. Dette gav en anvendelsesgrad, altså andel solgt som økologisk av den totale produksjonen av økologisk melk, på 58 prosent. Denne andelen har vært tilnærmet stabil de siste tre årene.

I dette kapitlet presenteres innmålt og omsatt volum økologisk melk. Mesteparten av den økologiske melken som produseres i Norge blir levert til Tine råvare. Tine råvare foredler ikke melken, men selger den videre til foredling i meieriindustrien.

3.1 Produksjon av melk ned 2 prosent

Det ble innmålt 49,1 mill. liter økologisk produsert melk hos Tine råvare i 2019. Dette var en nedgang på 2,1 prosent, tilsvarende 1 mill. liter, fra året før. Siden 2013, da volumet økologisk melk var størst, har produksjonen blitt redusert med til sammen 5,4 mill. liter. Dette tilsvarer en nedgang på nærmere 10 prosent.

Figur 8 viser endringene i innmålte volumer per måned i 2019, sammenlignet med 2018. Det var spesielt mot slutten av året avvikene var størst. Tørken sommeren 2018 førte til økt nyttbar melkekvote, noe som bidro til økt produksjon i andre halvår 2018. Sammenlignet med 2017 var de månedlige avvikene i 2019 mindre.



Figur 8: Endring i innmålt volum økologisk kumelk per måned i 2019 sammenlignet med samme måned i 2018

Kilde: Tine SA

Debios statistikk viser en nedgang på 420 melkekyr fra 2018 til 2019. Dette tilsvarer en nedgang på 5 prosent. Andelen økologiske melkekyr av den totale melkekubestanden gikk også ned, fra 3,8 prosent i 2018 til 3,7 prosent i 2019. Tallene er øyeblikksbilder per 1. januar 2018 og 2019, og reflekterer i stor grad økt slaktning i andre halvår 2018 etter tørken sommeren 2018.

Leveransetallene for økologisk melk per måned viser at man i de fire første månedene i 2019 hadde høyere volum innmålt melk enn i samme periode i 2018, men med et lavere antall melkekyr. Altså høyere avdrått per ku i januar til april 2019 sammenlignet med samme periode i 2018. Mot slutten av 2019 var imidlertid leveransene lave sammenlignet med leveransene mot slutten av 2018.

3.2 Uendret andel økologisk melk

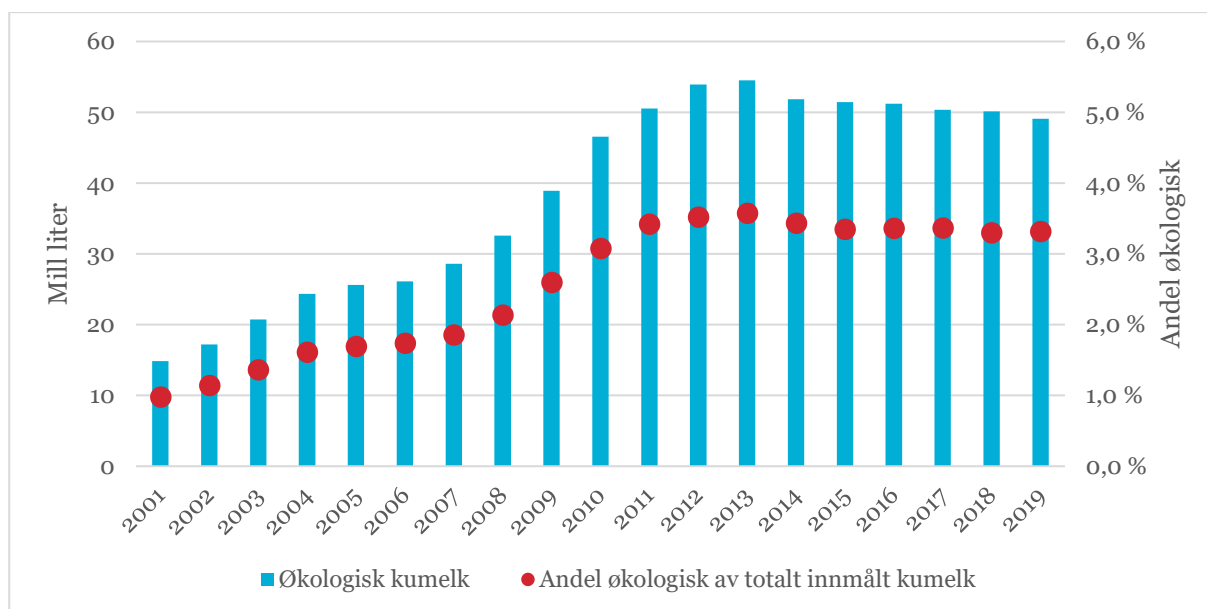
Det ble innmålt i alt 1 481 mill. liter kumelk, både økologisk og konvensjonell, hos Tine råvare og Q-meieriene i 2019. Dette var nesten 40 mill. liter mindre enn året før, tilsvarende en nedgang på 2,6 prosent. Andelen økologisk av totalt innmålt kumelk utgjorde dermed 3,3 prosent, det samme som i 2018.

Tabell 3: Totalt innmålt kumelk og innmålt økologisk kumelk, 2005 og 2017–2019.

	Totalt kumelk, mill. liter	Økologisk kumelk, mill. liter	Andel økologisk kumelk
2005	1 511	25,6	1,7 %
2017	1 495	50,3	3,4 %
2018	1 520	50,1	3,3 %
2019	1 481	49,1	3,3 %
Endring siste år	-2,6 %	-2,1 %	

Kilde: Tine SA

Som vist i figur 9 var det sterk vekst i produksjonen av økologisk melk fram til 2013, mens produksjonen har gått svakt ned de siste årene.



Figur 9: Innmålt økologisk kumelk og andel økologisk av totalt innmålt kumelk, 2001–2019. Mill. liter og prosent

Kilde: Landbruksdirektoratet og Tine SA

3.3 Lavere melkeproduksjon på Østlandet

Produksjonen av økologisk melk er ujevnt fordelt mellom de ulike delene av landet. Tallene fra Tine viser innmålte volum økologisk melk fordelt på fire regioner som til sammen dekker hele landet. Det er på Østlandet og i Midt-Norge at mesteparten av produksjonen skjer, med til sammen 92 prosent av den totale produksjonen. Selv om produksjonen på Østlandet gikk noe ned i 2019 etter flere år med oppgang, er dette fortsatt den regionen med størst melkeproduksjon. Her ble det innmålt 26 mill. liter økologisk melk i 2019. Ifølge Debio var det nedgang i antall økologiske melkekyr både i Hedmark, Oppland og Vestfold.

Trøndelag er ifølge Debio det fylket i landet med flest økologiske melkekyr, nesten 2 700 kyr i 2019. Også her gikk antall melkekyr ned, og per 1. januar var det registrert 211 færre melkekyr enn på samme tid året før. I Midt-Norge, som Trøndelag er en del av, ble det innmålt rett i overkant av 19 mill. liter økologisk melk til Tine i 2019, en nedgang på 2,4 prosent fra året før.

Tabell 4: Innmålt økologisk melk til Tine i 2017–2019, fordelt per region. 1 000 liter

Region	2017	2018	2019	Regional andel av total 2019	Endring siste år
Tine Øst	26 304	26 610	26 058	53,1 %	-2,1 %
Tine Sør /Vest	2 343	2 188	2 149	4,4 %	-1,8 %
Tine Midt-Norge	20 162	19 784	19 319	39 %	-2,4 %
Tine Nord	1 519	1 557	1 567	3 %	0,6 %
Tine totalt	50 329	50 138	49 092	100 %	-2,1 %

Kilde: Tine SA

Det var kun i Nord det ble registrert en liten økning i innmålte volumer økologisk melk til Tine i 2019. Samtidig er produksjonen her liten sammenlignet med resten av landet, og utgjorde kun 3 prosent av den samlede produksjonen av økologisk melk i 2019.

Totalt for Tine på landsbasis var andelen økologisk produsert melk omtrent uendret fra 2018².

Tabell 5: Innmålt kumelk og innmålt økologisk kumelk til Tine, samt andel økologisk i 2019. Mill. liter og prosent.

Region	Tines leveranser 2019		Andel økologisk i 2019
	All kumelk	Økologisk kumelk	
Tine Øst	355,3	26,1	7,3 %
Tine Sør/ Vest	426,4	2,1	0,5 %
Tine Midt-Norge	463,3	19,3	4,2 %
Tine Nord	148,8	1,6	1,1 %
Tine totalt	1 393,8	49,1	3,5 %

Kilde: Tine SA

3.4 Lavere volum anvendt økologisk melk

Det anvendte volumet økologisk melk, det vil si hvor mye av det innmålte volumet økologisk melk som selges videre som råvare til foredling til økologiske meieriprodukter, har gått svakt nedover siden 2016, jf. tabell 6. Fordi det innmålte volumet også gikk ned, holdt imidlertid andelen solgt som økologisk (anvendelsesgraden) seg stabil på 58 prosent. Totalt ble det solgt 28,7 mill. liter økologisk melk som råvare fra Tine råvare i 2019.

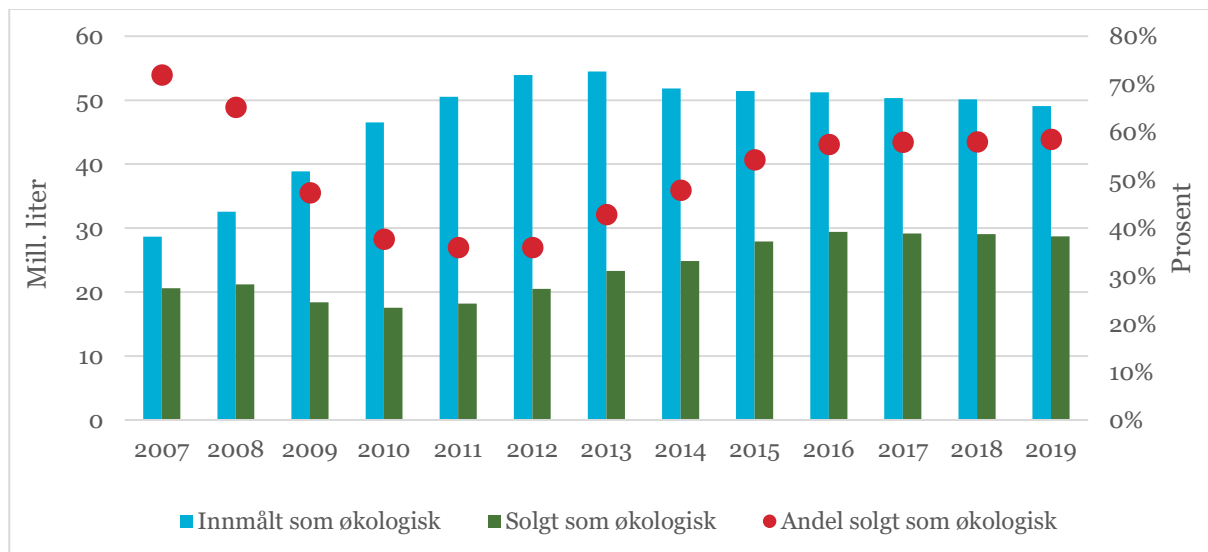
Tabell 6: Innmålt økologisk melk og omsatt økologisk melk fra Tine råvare, 2007 og 2017–2019. 1 000 liter

	2007	2017	2018	2019	Endring siste år
Innmålt som økologisk	28 643	50 329	50 138	49 092	-2,1 %
Solgt som økologisk	20 601	29 144	29 055	28 717	-1,2 %
Andel solgt som økologisk	72 %	58 %	58 %	58 %	

Kilde: Tine SA

Figur 10 viser utviklingen i mengden videresolgt som økologisk siden 2007, og andelen dette utgjorde av totalt innveid mengde. Samtidig som produksjonen av økologisk melk gikk ned fra 2014, fortsatte mengden videresolgt som økologisk å øke. Dette gjorde at anvendelsesgraden (andelen solgt som økologisk av innveid mengde) økte fram til 2017.

² Andel økologisk melk av totalt innveid kumelk (dvs. til Tine og Q-meieriene) blir som omtalt tidligere, noe lavere.



Figur 10: Innmålt økologisk kumelk, melk omsatt fra Tine råvare som økologisk og andel solgt som økologisk, 2007–2019.

Kilde: Tine SA

3.5 Rørosmeieriet omsatte halvparten av den økologiske melken

Det er Tine og Rørosmeieriet som er de største foredlerne av økologisk melk. Omsetningen fra Rørosmeieriet har økt jevnt de siste årene. Fra å utgjøre en fjerdedel av markedet i 2015, utgjorde økologisk melk fra Rørosmeieriet omkring halvparten av all omsatt økologisk melk i 2019.

Frem til 2019 var Tine den største aktøren i markedet for økologiske meieriprodukter. Tine produserer økologiske søtmelksvarianter og surmelksvarianter, økologisk rømme, gulost, blåmuggost og brie. De produserer også et betydelig antall produkter for storhusholdning.

I tillegg til søtmelk produserer Rørosmeieriet blant annet også cottage cheese, skjørost, fløte, rømme, smør, yoghurt og syrnet melk. I tillegg produserer de tjukkmylk basert på tettekultur fra Rørosområdet. Meieriet produserer også egne merkevarer for Coop.

3.6 Pris til produsent ned med 14 øre per liter

I 2019 betalte Tine i gjennomsnitt kr 6,34 per liter til sine produsenter av økologisk melk. Dette var 14 øre per liter mindre enn i 2018. Tillegget for økologisk melk var uendret fra året før på 75 øre per liter.

De siste ti årene har prisen til produsent av økologisk melk økt med kr 1,20 per liter. Dette er basert på gjennomsnittlig utbetalt beløp fra Tine råvare og Tine industri til deres produsenter av konvensjonell melk, tillagt pristillegget for økologisk melk, jf. Tabell 7. Geografisk lokalisering og pristillegg knyttet til kvalitet på den leverte melken, kan gjøre at prisen utbetalt til hver enkelt bonde kan avvike fra den beregnede prisen.

Tabell 7: Anslag for pris til produsent for økologisk melk, i kroner per liter, 2014–2019

	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Utbetalt fra Tine råvare	4,85	5,02	5,03	5,05	5,16	5,16
Utbetalt fra Tine industri	0,43	0,59	0,66	0,57	0,57	0,43
Pristillegg for økologisk melk	0,65	0,65	0,70*	0,75	0,75	0,75
Pris til produsent for økologisk melk	5,93	6,26	6,39	6,37	6,48	6,34

*Pristillegget for økologisk melk i 2016 var kr 0,65 per liter i første halvår og kr 0,75 per liter i andre halvår.

Kilde: Tine SA, årsmeldinger 2014 - 2019

4 Kjøtt

Redusert bestand av drøvtyggere i 2019 som følge av tørken året før, bidro til en nedgang i produksjonen av økologisk kjøtt. Fra 2018 gikk produksjonen ned med nesten 14 prosent. Mens den økologiske storfeproduksjonen gikk ned med 15 prosent, gikk produksjonen av kjøtt fra økologisk småfe ned med 16 prosent. Også produksjonen av kjøtt fra økologisk gris gikk ned i 2019, med rundt 7 prosent.

Fra de tre bedriftene som er størst på økologisk kjøtt ble det solgt 936 tonn. Dette var ned 40 prosent fra året før. Med sterkere nedgang i salget enn i produksjonen, gikk andelen vare som ble anvendt som økologisk ned med 11 prosentpoeng i 2019.

Produksjonen av fjørfekjøtt gikk ned i 2019 og andelen økologisk av total fjørfekjøttproduksjon var lavere i 2019 enn i 2018. Det er første gangen siden 2014 at andel økologisk gikk ned.

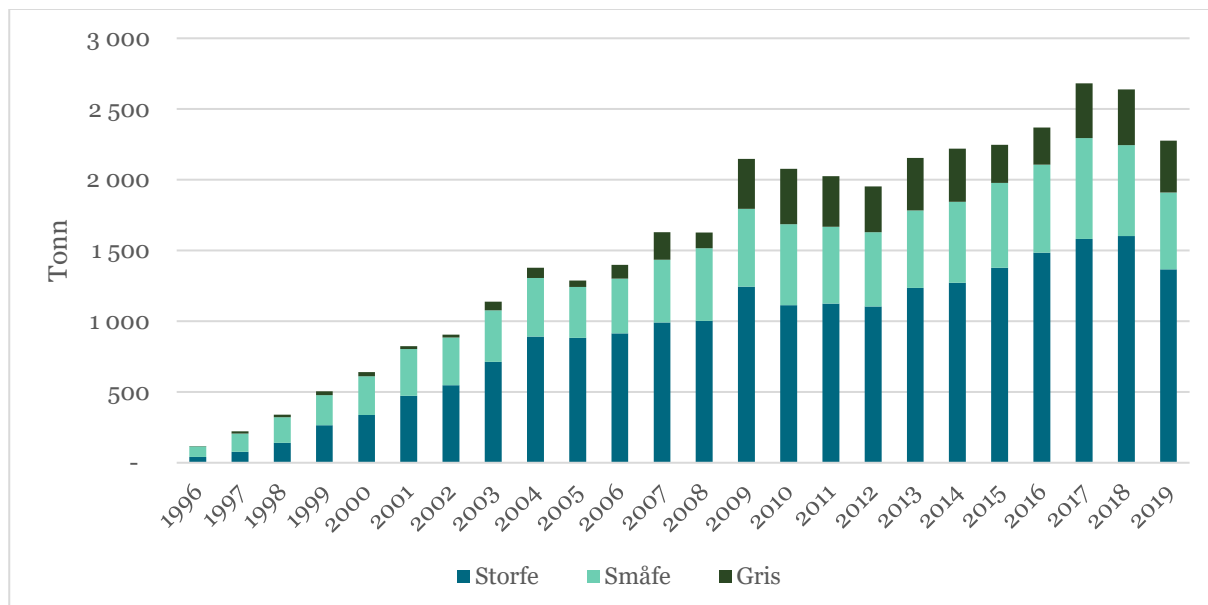
Dette kapitlet omtaler først produksjon og salg av kjøtt fra storfe, småfe og svin. Kjøtt fra fjørfe er omtalt for seg selv i kapittel 4.3.

Statistikken som omhandler produksjon av økologisk slakt av storfe, småfe og svin er basert på tallmateriale fra Animalia, dersom ikke annet er presisert. Animalias tall omfatter alle slakterier som er koblet opp mot et elektronisk innrapporteringsystem. Materialet er representativt for norsk produksjon, men det finnes noen mindre aktører som ikke er representert. I tillegg bruker Landbruksdirektoratet opplysninger om omsatte mengder økologisk kjøtt som er hentet inn fra aktører i slakteri- og foredlingsleddet. Dette blir brukt til å beregne hvor stor andel av det økologiske kjøttet som går til produkter merket som økologisk, og hvor mye som går inn i konvensjonell varestrøm.

Kapitlet om fjørfekjøtt er basert på opplysninger fra de viktigste aktørene innen slakt og foredling av økologisk slaktekylling og kalkun i Norge, i tillegg til Landbruksdirektoratets leveranseregister for slakt.

4.1 Kraftig nedgang i slakt fra storfe, småfe og svin

Som vist i figur 11 var det rekordhøy produksjon av økologisk kjøtt i 2017. Produksjonen gikk deretter ned, både i 2018 og i 2019. I 2019 ble det levert 2 281 tonn økologisk kjøtt av storfe, svin og småfe til slakteri, 362 tonn mindre enn året før. Dette tilsvarte en nedgang på nesten 14 prosent. Nedgangen kom først og fremst av at det ble slaktet færre drøvtyggere i 2019 enn i 2018. Dette var et resultat av økt slakting etter tørkesommeren i 2018, og dermed mindre bestand ved inngangen til 2019.



Figur 11: Norsk produksjon av økologisk storfe, lam/sau og gris i perioden 2000–2019

Kilde: Animalia

Også den konvensjonelle produksjonen av kjøtt gikk noe ned i 2019, men målt i prosent betydelig mindre enn den økologiske produksjonen. Som følge av dette gikk andelen økologisk av den totale kjøttproduksjonen ned fra 1,04 prosent i 2018 til 0,94 prosent i 2019.

På tross av en nedgang i den økologiske produksjonen både i 2018 og 2019, er produksjonen i dag relativt høy, historisk sett. Fra 2003 er produksjonen doblet, drevet av produksjonsvekst innenfor alle kjøttslagene. De siste ti årene har derimot veksten avtatt, spesielt for kjøtt fra gris og fra sau/lam.

4.1.1 Storfeproduksjonen påvirket av tørken i 2018

Storfe er den største økologiske kjøttproduksjonen. I 2019 ble det produsert nærmere 1 370 tonn økologisk storfekjøtt i Norge, 235 tonn mindre enn i 2018.

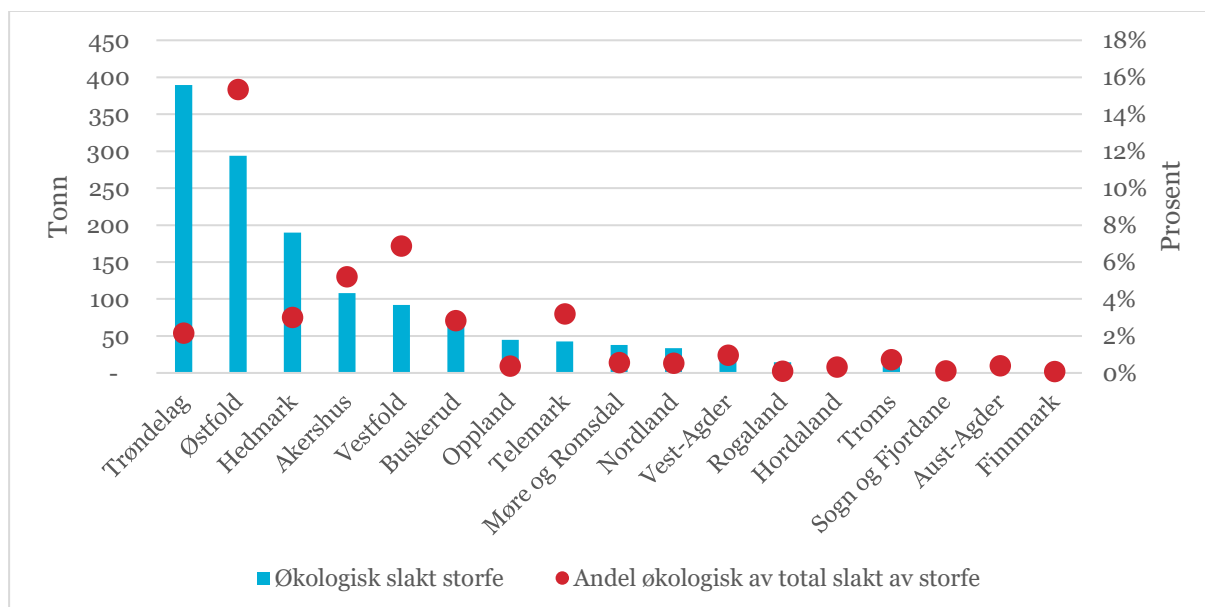
Produksjonen av økologisk storfekjøtt i 2019 tilsvarte 1,6 prosent av den totale storfeproduksjonen. De to siste årene har andelen økologisk gått ned, etter flere år med jevn stigning.

Økologisk storfe

Produksjon i 2019:	1 368 tonn
Endring siste år:	-14,7 %
Andel økologisk:	1,6 %
Høyest produksjon i:	Trøndelag

Med unntak av Hordaland og Nordland var det en nedgang i slaktning av økologisk storfe i alle fylkene. Som vist i figur 12 var Trøndelag det fylket med størst produksjon av økologisk storfekjøtt. Samtidig var andelen økologisk av den totale produksjonen her på kun 2 prosent. I Østfold var mer enn 15 prosent av produksjonen av storfekjøtt økologisk i 2019. Østfold var dermed det fylket med høyest andel økologisk.

Som for konvensjonell produksjon av storfekjøtt, ble også den økologiske produksjonen av storfekjøtt påvirket av tørken i 2018. Den utfordrende grovførsituasjonen førte til økt slaktning i 2018, noe som trakk ned antallet dyr ved inngangen til året. Ifølge Debio var det per 1. januar 2019 registrert 1 950 færre storfe enn på samme tid i 2018.



Figur 12: Økologisk produksjon av storfe per fylke i 2019. Tonn og prosentandel av total produksjon

Kilde: Animalia

Det var spesielt stor nedgang i antall økologiske storfe i Trøndelag, hvor det ble registrert rundt 470 færre storfe enn året før. I Østfold økte antallet økologiske melkekyr noe i 2019, mens det var en nedgang for ammekyr og andre storfe. Som vist i figur 12 var det kun fem fylker i 2019 hvor andelen økologisk av den totale produksjonen av storfe var større enn 3 prosent.

Både Trøndelag og Østfold er blant områdene med høyest antall økologiske kyr, noe som trolig henger sammen med mye økologisk melkeproduksjon i disse områdene. Ifølge Debio var det registrert 420 færre økologiske melkekyr per 1. januar 2019 enn på samme tid året før.

For økologisk storfe utbetalte slakteriene et gjennomsnittlig pristillegg på kr 0,50 per kg økologisk storfe. Enkelte slakterier har også ulike tillegg. Eksempelvis utbetaler Nortura et økologisk kvalitetstillegg på kr 6,50 per kg for utvalgte vekter og kvaliteter³. Fatland gir et ekstra pristillegg på kr 1,50 per kg ved levering av fire storfe eller flere.

4.1.2 Nedgang i produksjon av sau og lam

Produksjonen av økologisk småfe⁴ gikk kraftig ned i 2019. Etter flere års oppgang, falt produksjonen med 10 prosent i 2018, og så videre med 16 prosent i 2019. Produksjonen av økologisk småfe har ikke vært så lav siden 2013.

Økologisk sau og lam

Produksjon i 2019:	542 tonn
Endring siste år:	-15,5 %
Andel økologisk:	2,3 %
Høyest produksjon i:	Trøndelag

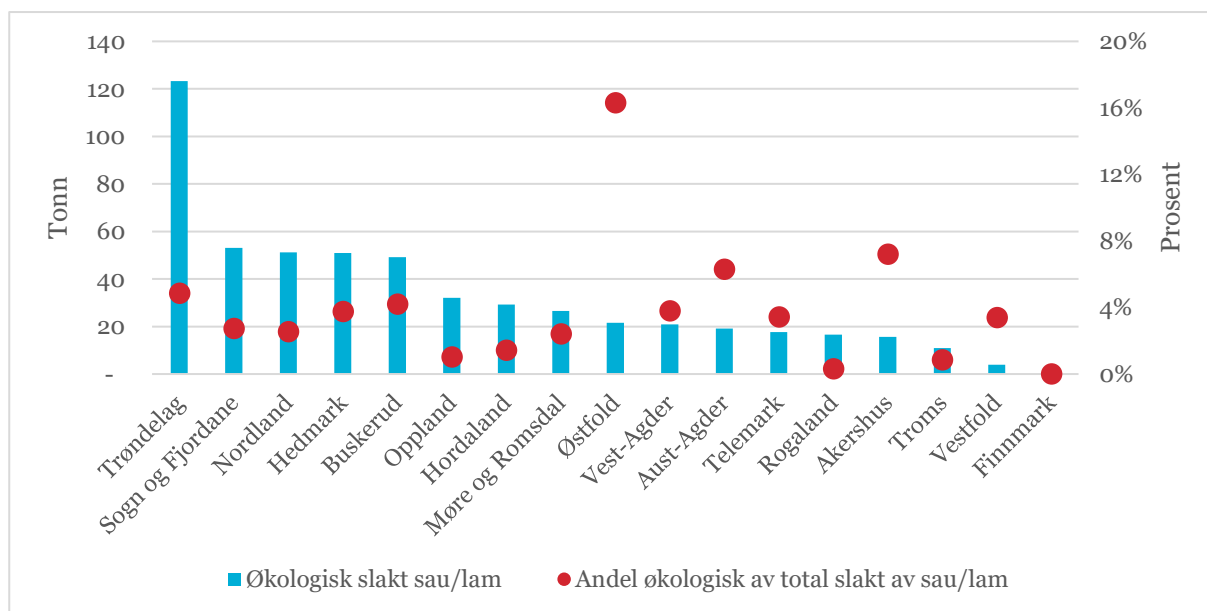
Det ble til sammen produsert 542 tonn økologisk sau- og lammekjøtt i Norge i 2019. Dette var om lag 100 tonn mindre enn året før. Til sammenligning gikk den totale produksjonen av sau og lam, det vil si både økologisk og ikke-økologisk, ned med rundt 11 prosent.

Produksjonen er spredt rundt i hele landet, men er spesielt stor i Trøndelag, som stod for mer enn en femtedel av produksjonen i

³ Ung okse, ung ku, kvige og kastrat, slaktevekt fra 200 kg, slakteklasse P+ eller bedre, fra fettgruppe 1

⁴ Sau/lam og geit.

2019. Som for de fleste andre fylker gikk produksjonen også i Trøndelag ned, fra 153 tonn i 2018 til 123 tonn i 2019.



Figur 13: Økologisk produksjon av sau og lam per fylke i 2019. Tonn og prosentandel av total produksjon

Kilde: Animalia

Rogaland er fylket med desidert størst produksjon av konvensjonelt, altså ikke-økologisk, sau- og lammekjøtt. Den økologiske produksjonen i Rogaland er imidlertid ganske liten, på kun 0,33 prosent. Som vist i figur 13 er det lite samsvar mellom mengden økologisk slakt av sau og lam i et fylke og andelen økologisk av totalt slakt. Som for storfe er Østfold området med størst andel av den økologiske produksjonen, hele 16 prosent, men her er mengden økologisk slakt av sau- og lammekjøtt relativt liten.

Målt i antall viser Debios tall per 1. januar 2019 en nedgang på 3 270 økologiske sau og lam sammenlignet med 2018.

I 2019 lå pristillegget fra Nortura for økologisk ungsau/sau på kr 1,00 per kg. For økologisk lam⁵ var pristillegget på kr 3,00 per kg. I tillegg ble det gitt et kvalitetstilskudd på kr 40,00 per lam i klasse O+ og bedre.

4.1.3 Færre griser

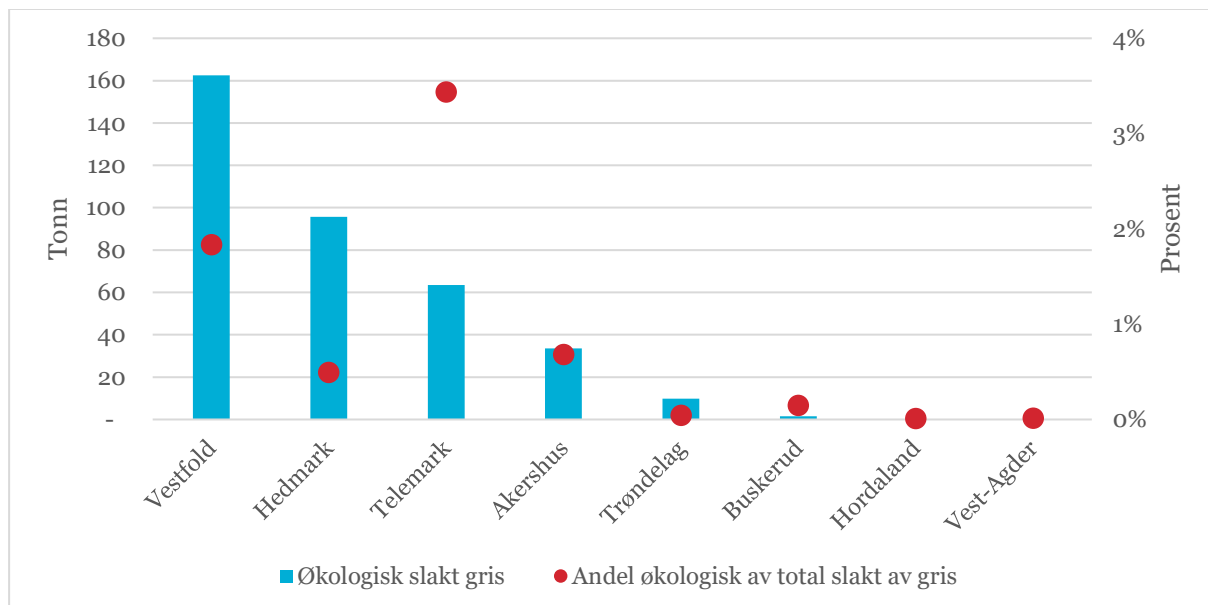
Svineproduksjonen var den største norske konvensjonelle kjøttproduksjonen i 2019, men kun 0,3 prosent av produksjonen var økologisk. Andelen var omtrent uendret fra året før.

Den økologiske produksjonen av svinekjøtt endte på 367 tonn i 2019, en nedgang på nesten 7 prosent fra 2018. Produksjonen av økologisk svinekjøtt er konsentrert rundt noen få fylker, som vist i figur 14. Det var ingen registrert økologisk svineproduksjon nord for Trøndelag i 2019.

Økologisk svin

Produksjon i 2019:	367 tonn
Endring siste år:	-6,9 %
Andel økologisk:	0,3 %
Høyest produksjon i:	Vestfold

⁵ Økologisk stjernelam: slaktevekt 15,1kg eller mer, klasse O+ eller bedre, fettgruppe 1+, 2-,2,2+ og 3.



Figur 14: Økologisk produksjon av gris per fylke i 2019. Tonn og prosentandel av total produksjon

Kilde: Animalia

Ifølge Debio var det registrert rundt 100 færre økologiske griser i 2019 enn året før. Det var først og fremst en nedgang i antall avlspurker. Til sammenligning registrerte Debio en nedgang på hele 550 dyr fra 2017 til 2018.

4.2 30 prosent nedgang i salg av kjøtt fra storfe, småfe og svin

I 2019 stod de tre største aktørene i slakteri- og foredlingsleddet⁶ for til sammen 83 prosent av slaktemengden som framkommer i Animalias slaktestatistikk. Tallmaterialet fra denne gruppen av aktører gir derfor et godt bilde av markedet for økologisk kjøtt.

⁶ I dette kapitlet presenteres opplysninger om omsetning og innveide mengder av kjøtt fra storfe, kalv, småfe og gris, innhentet fra de tre største aktørene i slakteri- og foredlingsleddet. På bakgrunn av dette materialet har Landbruksdirektoratet vurdert hvor stor andel av det økologiske kjøttet som går til produkter merket som økologiske og hvor mye som går til konvensjonell varestrøm.

Mengdene av økologisk slakt avviker noe fra det som er referert til i kapittel 4.1. som er basert på tallmateriale fra Animalia. Dette skyldes først og fremst at Animalia sine tall omfatter opplysninger fra flere aktører.

Landbruksdirektoratet har ikke justert for eventuelle lagerendringer i tallmaterialet. Eksempelvis vil andel solgt som økologisk derfor kunne fremstå lavere enn reelt, dersom det har vært betydelig lagerbygging et enkeltår.

Det samlede salget av økologisk kjøtt fra de tre aktørene gikk ned med 30 prosent fra 2018 til 2019, og endte på til sammen 936 tonn. Samtidig gikk den innveide mengden økologisk kjøtt ned med rundt 14 prosent. Med sterkere nedgang i salget enn i produksjonen, gikk andelen vare som ble anvendt som økologisk, det vil si videresolgt som økologisk vare eller i retur til produsent, ned med 11 prosentpoeng i 2019.

Andelen av økologisk slakt fra de tre aktørene som ble videresolgt som økologisk utgjorde 49 prosent i 2019, se figur 15.

Etter seks år med jevn økning i innveid mengde økologisk, gikk denne kraftig ned i 2019. Dette gjaldt for samtlige aktører som rapporterte. Om lag 6 prosent av den økologiske produksjonen i 2019 ble levert i retur til produsentene, jf. faktaboks.

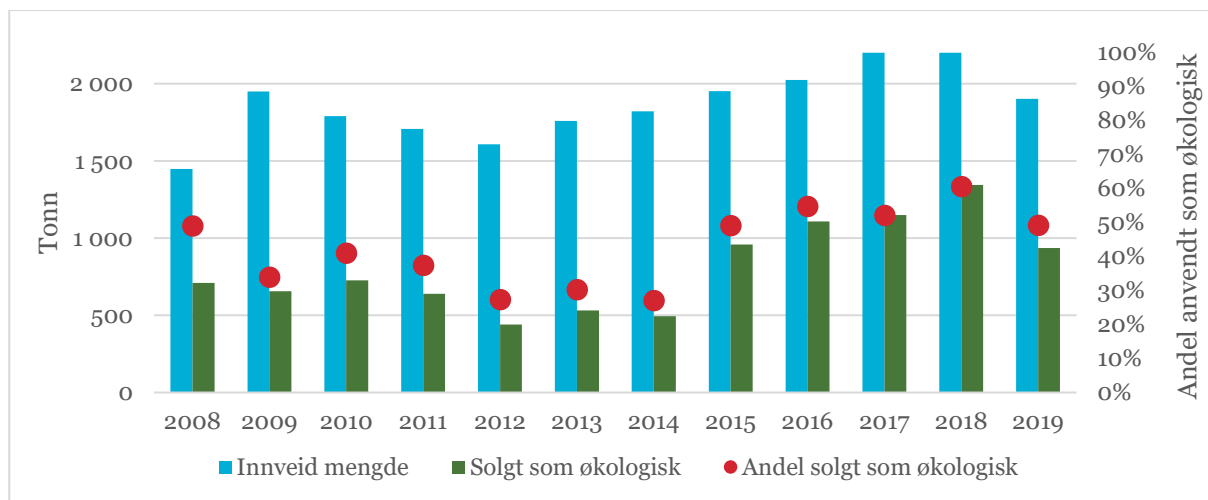
Retur til produsent og videresalg som økologisk vare

I kjøttsektoren er det vanlig at en del av den innveide slaktemengden blir levert i retur til produsenter. Dette kjøttet kan gå inn i både privat konsum og lokal foredling for videresalg ved gårdsutsalg, Bondens marked osv.

Totalt for de tre største slakteri- og foredlingsbedriftene gikk 6 prosent av den innveide økologiske slaktemengden i retur til produsenter i 2019. Det er imidlertid stor variasjon mellom kjøttslagene:

- Kalv: 74 prosent
- Voksne storfe: 5 prosent
- Gris: 0,1 prosent
- Sau/lam: 9 prosent

Når vi beregner hvor mye av det økologiske slaktet som blir anvendt som økologisk vare, inngår både videresalg som økologisk kjøtt og retur til produsenter i mengden som blir anvendt som økologisk.



Figur 15: Innveide og solgte mengder økologisk storfe, småfe og svin, samt andel vare solgt som økologisk fra utvalgte markedsaktører. 2008–2019. Tonn⁷

Alle mengder er presentert som hele/halve slakt. Salget inkluderer retur til produsent. Merk at solgt mengde enkelte år også kan omfatte noe salg fra tidligere års produksjon.

Kilde: Landbruksdirektoratet, basert på innrapporteringer fra Nortura SA, Fatland AS og Grøstadgris AS

⁷ Figur 15 viser innveide og anvendte mengder økologisk kjøtt, vist som hele/halve slakt. Mengdene anvendt er regnet tilbake fra stykningsdeler/kjøttvarer til hele/halve slakt, og tallene inkluderer dermed de delene av slaktet som faller bort i prosessen med oppstykking/foredling. Dette for at mengden retur og salg skal være sammenlignbar med mengden innveid slakt.

Den innveide mengden kjøtt fra **økologisk storfe** hos de tre største aktørene ble 200 tonn lavere i 2019 enn året før, tilsvarende en nedgang på 17 prosent. Samtidig gikk den omsatte mengden av økologisk storfekjøtt ned like mye, noe som tilsvarte en nedgang på 30 prosent.

Fra 2012 til 2018 var det vekst i bruken av det økologiske storfekjøttet, fra 22 prosent til 58 prosent. Som vist i figur 16 ble rett under halvparten av det økologiske storfekjøttet, 49 prosent, anvendt som økologisk i 2019, enten som retur eller omsatt.

Mens mengde storfe som gikk i retur til produsent økte noe i 2019, ble det returnert nesten 5 tonn mindre av økologisk kalv til produsent enn året før.

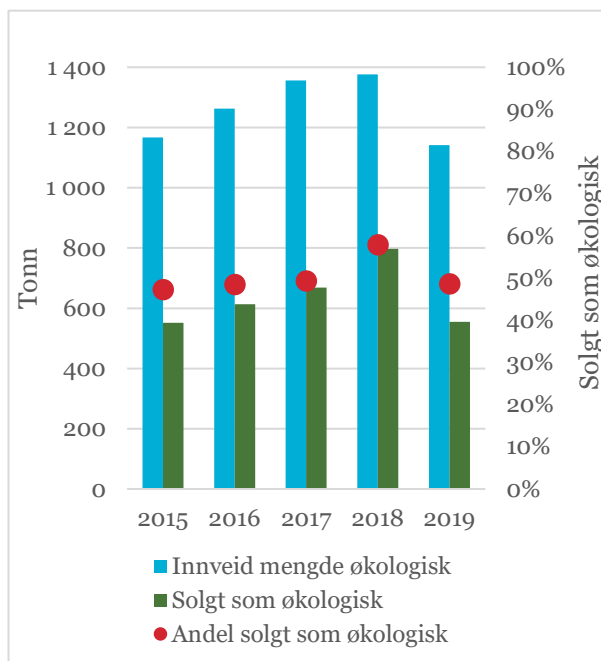
Omsetningen av økologisk storfekjøtt fra de tre aktørene til grossister, dagligvare og storkjøkken og eventuelt andre salgskanaler gikk ned med rundt 246 tonn, tilsvarende 34 prosent, fra 2018. Selv om det samlede salget er nedadgående, melder noen aktører om økt salg av enkelte varer av økologisk storfe i dagligvare.

Både salget og produksjonen av kjøtt fra **økologisk småfe**, i all hovedsak økologisk lammekjøtt, hos de tre aktørene gikk ned i 2019. Det ble innveid 425 tonn økologisk kjøtt av småfe, ned 19 prosent fra året før. Samtidig ble salget av økologisk småfekjøtt mer enn halvert i 2019, noe som trekker ned andelen av det som faktisk ble solgt som økologisk.

Både mengden økologisk sau- og lammekjøtt som gikk i retur til produsent, samt videresalget av økologisk sau- og lammekjøtt, gikk ned i 2019. Det ble videresolgt, eller omsatt, 64 tonn økologisk lammekjøtt fra de tre aktørene i 2019, omregnet til hele/halve slakt. Nesten 39 tonn økologisk kjøtt gikk som retur til produsent, 19 tonn mindre enn året før.

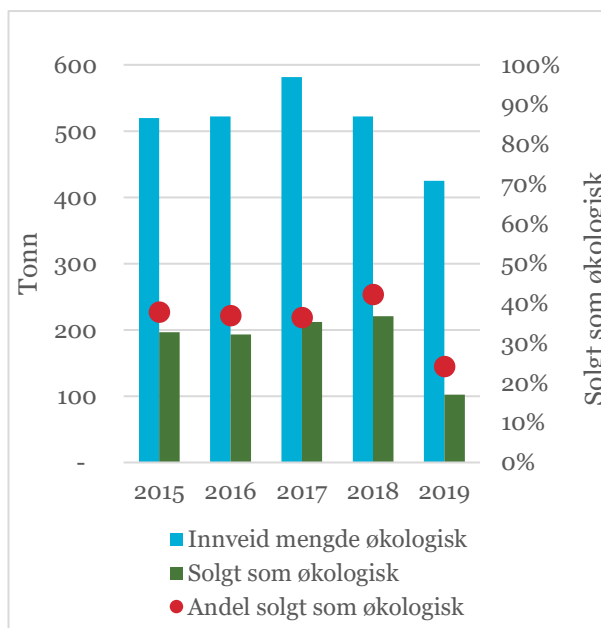
Til sammenligning gikk det totale norske engrossalget av saue- og lammekjøtt ned med 9 prosent i 2019.⁸

Basert på de innrapporterte tallene ble kun 24 prosent solgt som økologisk. Andelen småfekjøtt som selges som økologisk har generelt vært lav, og noe varierende. På sitt høyeste, i 2008, ble rundt halvparten av produksjonen solgt som økologisk. For fem år siden, i 2014, var imidlertid andelen helt nede på 13 prosent. Landbruksdirektoratet har fått innspill fra markedsaktører om at norske forbrukere i stor grad oppfatter norsk produksjon av konvensjonelt



Figur 16: Innveide og solgte mengder, økologisk kjøtt fra storfe, 2015–2019. Tonn

Kilde: Landbruksdirektoratet, basert på innrapporteringer fra Nortura SA, Fatland AS og Grøstadgris AS



Figur 17: Innveide og solgte mengder, økologisk kjøtt fra småfe, 2015–2019. Tonn

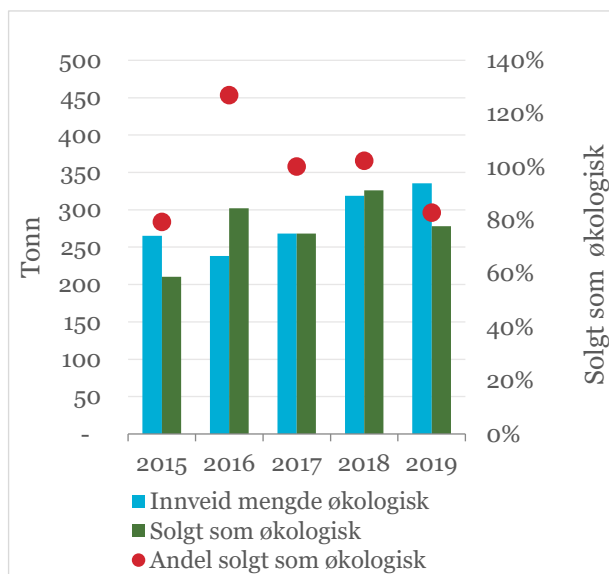
Kilde: Landbruksdirektoratet, basert på innrapporteringer fra Nortura SA, Fatland AS og Grøstadgris AS

⁸ Totalmarked kjøtt og egg (2020). Markedsprognose kjøtt og egg pr. januar 2020.

småfe som rent og miljøvennlig, noe som trekker ned betalingsvilligheten for økologisk lammekjøtt. Dette kan forklare den lave anvendelsesgraden.

Figur 18 viser innveide og anvendte mengder kjøtt fra **økologisk gris** hos de tre aktørene i 2019. Innveid mengde svinekjøtt hos de tre aktørene endte på 335 tonn i 2019, en økning på rundt 5 prosent fra året før. Samtidig gikk mengden til retur og salg som økologisk vare noe ned fra året før, og endte på 280 tonn. De siste tre årene har det spesielt vært en stor nedgang i retur av økologisk vare til produsent, og i 2019 endte denne på kun 300 kg. Til sammenligning var tilsvarende mengde for 2018 på 35 tonn. Også videresalget til grossister, dagligvare og storkjøkken og eventuelt andre salgskanaler gikk ned i 2019, med rundt 5 prosent.

Nedgangen i salget av økologisk vare, sammen med en økning i innveide mengder, trekker ned andelen vare som ble solgt som økologisk fra året før. Mens andelen som ble solgt som økologisk i 2018 var over 100 prosent, noe som blant annet skyldes at det ble solgt en del vare fra lager, endte tilsvarende andel i 2019 på 83 prosent.



Figur 18: Innveide og solgte mengder, økologisk kjøtt fra gris, 2015–2019. Tonn

* Salget i 2016 og 2018 omfattet også salg av produksjon fra tidligere år, og er dermed høyere enn innveid mengde svinekjøtt hos de tre aktørene disse årene

Kilde: Landbruksdirektoratet, basert på innrapporteringer fra Nortura SA, Fatland AS og Grøstadgris AS

4.3 Andel økologisk fjørfe gikk ned

Produksjonen av økologisk fjørfe i Norge er lav, og begrenser seg til noen få, små produsenter. Produksjonen av økologisk kylling- og kalkunkjøtt har økt fra 165 tonn i 2015 til 459 tonn i 2018. I 2019 gikk produksjonen derimot ned med 22 tonn, noe som utgjør 5 prosent.

Aktørene melder om utfordringer i markedet. De ser en viss økning i etterspørselen, men det krever mye innsats for markedsføring av produktene. Prisforskjellen mellom økologisk og konvensjonell produsert fjørfekjøtt er høy, noe som bidrar til at etterspørselen holder seg på et lavt nivå.

Anvendelsesgraden for fjørfekjøtt har vært over 90 prosent de siste fem årene. Hovedsakelig skyldes det at mange slakterier produserer på bestilling og klarer å avsette hele produksjonen som økologisk.

Tabell 8: Total og økologisk fjørfeslakt i tonn, og prosent økologisk av totalt fjørfeslakt, 2009 og 2017–2019

	2009	2017	2018	2019
Total slaktet	79 361	99 020	96 532	105 389
Økologisk slakt	219	328	458	437
Andel økologisk	0,28 %	0,33 %	0,48 %	0,41 %

Kilde: Landbruksdirektoratet

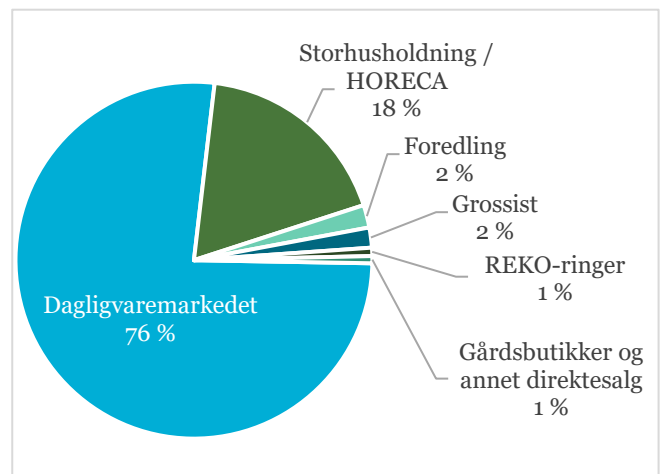
Det produseres noe økologisk hønsekjøtt, men dette er ikke inkludert i tabellen.

Andelen økologisk av total fjørfekjøttproduksjon er lav og i 2019 var den lavere enn i 2018. Sterk vekst i produksjonen av konvensjonelt fjørfekjøtt og nedgang i produksjonen av økologisk kylling dro andelen økologisk ned til 0,41 prosent. Det er første gangen siden 2014 at andelen økologisk går ned.

76 prosent av det økologiske fjørfekjøttet selges gjennom dagligvarehandelen. Den nest største avsetningskanalen er storhusholdning og restauranter som mottar ca. 18 prosent av salget av økologisk fjørfe. Det er ca. 2 prosent av omsetningen som blir omsatt direkte, og herav går halvparten gjennom REKO-ringer.

Kostnadene ved produksjon av økologisk kylling er høyere enn for konvensjonell fjørfeproduksjon, bl.a. på grunn av kravet om karenstid som gjør at kylling som ikke er født økologisk må leve i minst 10 uker før de slaktes.

Det kan være vanskelig å ta ut merpris på økologisk vare i markedet. Aktørene opplever at det er vanskelig å kommunisere til forbruker hvorfor man skal betale mer for den økologiske kyllingen. En årsak til dette er at det finnes stadig flere konvensjonelle fjørfekjøttprodukter på markedet som skiller seg ut ved at det er brukt mer saktevoksende hybrider og annerledes førsammensetning enn det som brukes i størsteparten av kyllingkjøttproduksjonen.



Figur 19: Avsetningskanaler for økologisk fjørfekjøtt i 2019

Kilde: Landbruksdirektoratet

5 Egg

Produksjonen av økologiske egg fortsatte å øke i 2019. Innrapporterte mengder viser at de fire eggpakkeriene med mottak av økologiske egg mottok 4 920 tonn økologiske egg i 2019, en økning på 4,9 prosent fra 2018. Mengden økologiske egg utgjorde 7,5 prosent av totalt innveid mengde i 2019.

To av eggpakkeriene produserer økologiske eggprodukter. Samlet økte mengden egg benyttet til produksjon av økologiske eggprodukter med 65 prosent i 2019.

Pristillegget for økologiske egg var på kr 9,64 per kg i 2019, en nedgang på 4,7 prosent fra 2018.

I dette kapitlet presenterer vi utvikling og status for produksjon og videresalg av økologiske egg fra eggpakkeriene. I 2019 var det totalt fem eggpakkeri i Norge; Den Stolte Hane AS, Jonas H Meling AS, Nortura SA⁹, Toten Eggpakkeri AS og Rias-Pakkeri AS. De fire førstnevnte mottar, pakker og videreselger økologiske egg. To av aktørene hadde i 2019 i underkant av 80 prosent markedsandel basert på mengden innleverte økologiske egg.

Informasjonen som presenteres i kapitlet er basert på tall hos Landbruksdirektoratet, samt besvarelser på utsendte spørreskjemaer fra alle eggpakkeri med mottak av økologiske egg. Produksjon og omsetning fra eggprodusenter som selger egg direkte fra gården på lokale markeder, slik som Bondens Marked, eller selv distribuerer egg til storhusholdning eller dagligvarehandel med mer, er ikke med i angitte statistikk.

5.1 Produksjonen av egg øker fortsatt

Produksjonen av økologiske egg har økt over lengre tid. Økningen var spesielt stor fra 2007 til 2009. Den kraftige økningen i denne perioden førte imidlertid til overproduksjon, noe som ga seg utslag i en nedgang i produksjonen fra 2010 til 2012. Fra 2013 og frem til i dag har det igjen vært en jevn stigning i produksjonen av økologiske egg.

Økningen i produksjonen av økologiske egg fortsatte i 2019. Produksjonen var 4,9 prosent høyere i 2019 enn i 2018. Samtidig økte den totale produksjonen av egg (konvensjonell og økologisk), men veksten var sterkest for økologisk. Økologiske egg utgjorde 7,5 prosent av totalt innveide egg hos eggpakkeriene i 2019, og andelen økologisk var dermed noe høyere enn i 2018.

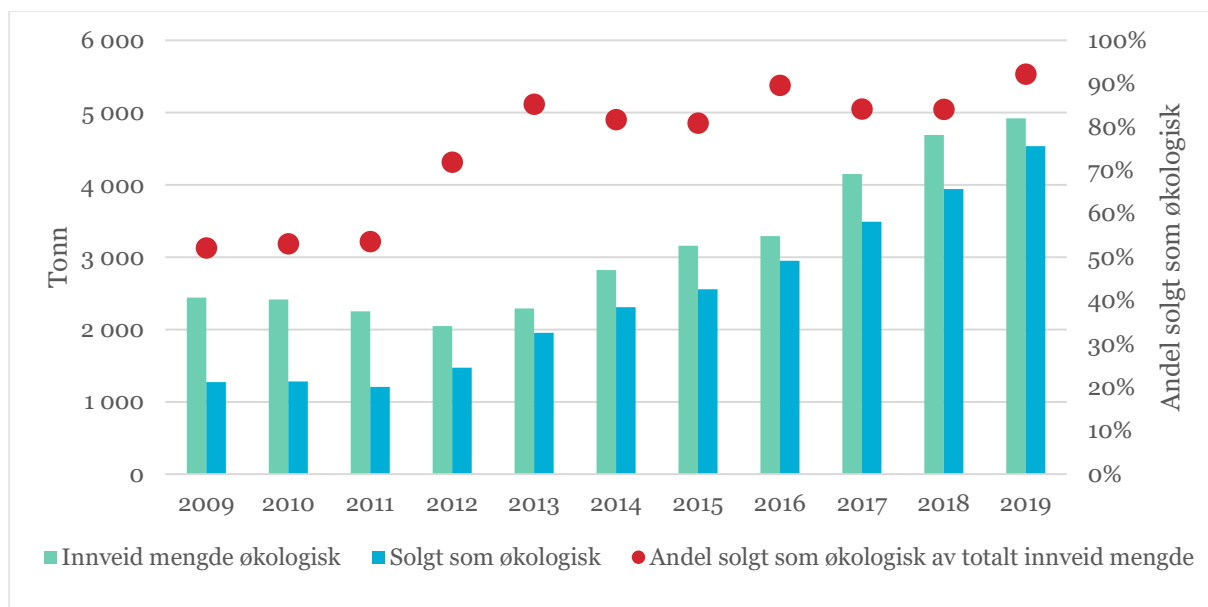
Tabell 9: Andel økologiske egg av totalt innveide egg til registrerte eggpakkerier, 2009 og 2017–2019. Tonn.

Totalt egg	2009	2017	2018	2019	Endring siste år
Totalt innveid	54 055	62 736	63 328	65 721	3,8 %
Herav økologiske egg	2 440	4 149	4 689	4 920	4,9 %
Andel økologiske egg	4,5 %	6,6 %	7,4 %	7,5 %	

Kilde: Landbruksdirektoratet

Eggpakkerienes salg av økologiske egg har økt de senere år. Trenden fortsatte i 2019 hvor mengden egg som ble solgt som økologisk var 4 524 tonn, en økning på 15 prosent fra 2018. Totalt var andelen økologiske egg som ble solgt som økologisk i 2019 på 91 prosent. Se figur 20 for en nærmere oversikt for perioden 2009–2019.

⁹ Nortura SA har tre eggpakkerier; Nortura Rakkestad, Nortura Hå og Nortura Heimdal.



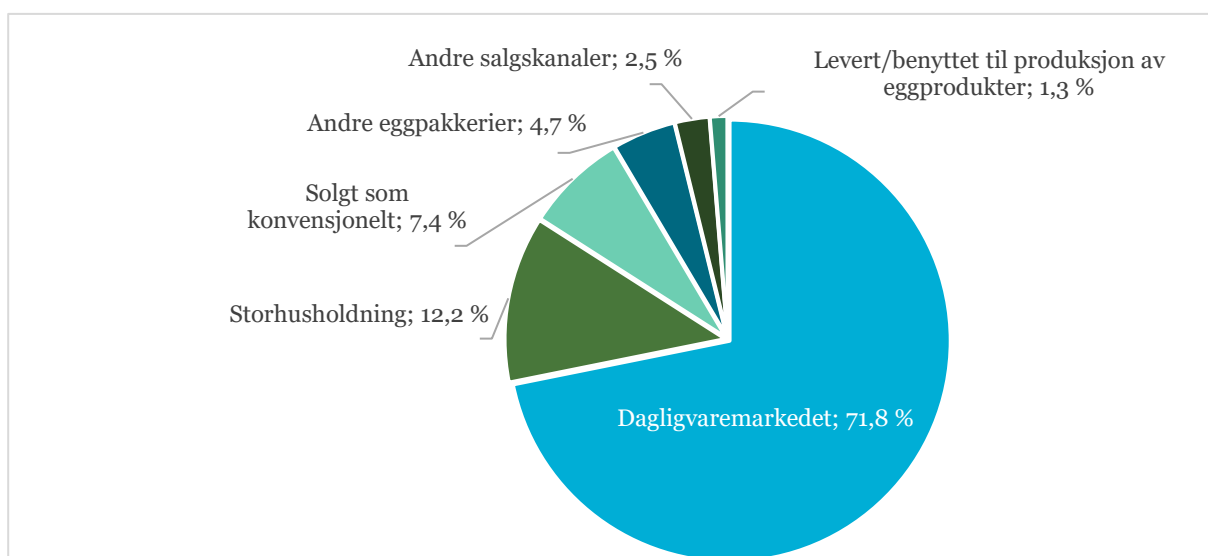
Figur 20: Utvikling i totalt innveide økologiske egg og solgte mengder økologisk merkede egg, samt prosentandel solgt som økologisk av totalt innveid mengde økologiske egg. 2009–2019

Kilde: Landbruksdirektoratet. Enkelte av tallene er korrigert fra tidligere rapporter.

To av eggpakkeriene opplevde et overskudd av økologiske egg i 2019. Ett av disse oppgir at de har hatt problemer med å avsette hele produksjonen, da økologiske egg er dyre og at dette begrenser etterspørselen. Et annet eggpakkeri opplevde at de i 2019 var i balanse.

5.2 Høyest salg til dagligvaremarkedet

Økologiske skallegg omsettes gjennom en rekke kanaler. Basert på svarene fra spørreundersøkelsen rettet mot eggpakkeriene med mottak av økologiske skallegg var dagligvaremarkedet den største avsetningskanalen for økologiske skallegg i 2019. Fordelingen på resterende avsetningskanaler er vist i figur 21.



Figur 21: Avsetningskanaler for økologiske egg i 2019.

Kilde: Landbruksdirektoratet

5.3 Økning i produksjonen av eggprodukter

To av eggpakteriene produserer økologiske eggprodukter til storhusholdningsmarkedet. Produksjonen og produktutviklingen hos begge var i oppstartsfasen i 2017, og i 2019 har det kommet nye eggprodukter. Det blir nå produsert økologisk omelettmiks, eggmasse, eggemiks og kokte egg. Mengden egg benyttet til produksjon av økologiske eggprodukter økte i 2019.

5.4 Lavere pristillegg for økologiske egg

For både økologiske og konvensjonelle egg har prisen eggpakteriene betaler til produsentene økt de siste årene, vist i tabell 10. I 2019 gikk derimot prisen for økologiske egg ned med 1,8 prosent. For konvensjonelle egg økte prisen med 0,1 prosent.

Prisen på konvensjonelle egg har økt mer enn prisen på økologiske egg, og pristillegget for økologiske egg har derfor gått ned de siste årene. Trenden fortsatte i 2019 hvor pristillegget for økologiske egg var på kr 9,64 per kg, en nedgang på 4,7 prosent fra 2018.

Tabell 10: Vektete priser betalt til produsent for økologiske og konvensjonelle egg str. M og L. Kr per kg.

Type egg	2016	2017	2018	2019	Endring siste år
Økologisk	25,61	25,94	26,01	25,55	-1,8 %
Konvensjonell	15,00	15,84	15,90	15,92	0,1 %
Pristillegg økologisk	10,61	10,10	10,11	9,64	-4,7 %

Kilde: Landbruksdirektoratet. Enkelte av tallene er korrigert fra tidligere rapporter.

6 Poteter, grønnsaker og frukt

Omsetningen av norske økologiske frukt, grønnsaker og poteter er redusert med 3 prosent sammenlignet med 2018. Gulrøtter er den største økologiske produksjonen, men andelen økologisk er redusert med 0,7 prosentpoeng fra 2018 til 2019, og er nå på 4,5 prosent. Økologiske agurker tar stadig større markedsandel og omsetningen har økt det siste året, selv om andelen økologisk av totalen er forholdsvis liten.

Dette kapitlet presenterer markedet for kalenderåret 2019 for norskproduserte økologiske poteter, grønnsaker og frukt på engros- og produsentnivå. Mengder gjelder salg til konsummarkedet, mens vi i hovedsak omtaler priser til produsent. Flere detaljer om priser og mengder per kultur finnes i vedlegg til rapporten.

Sesongen 2018–2019 kan du lese om i tillegget til fjorårets rapport, «Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer 1. halvår 2019. Tillegg til rapport nr. 17/2019», som Landbruksdirektoratet publiserte 16.9.2019.

6.1 Andelen økologisk synker

Tørken i 2018 påvirket lagringssesongen for grønnsaker også inn i 2019. For både konvensjonelle og økologiske produkter var det lavere lagerbeholdninger på en del grønnsaker ved årsskiftet 2018–2019, enn året før. Vekstsesongen 2019 hadde utfordringer som frost og fuktig vær, som påvirket kvalitet og avlinger i 2019.

For de fleste grønnsakskulturene er andelen økologisk av total omsetning liten, men den varierer mye fra produkt til produkt. Andelen økologisk er redusert fra 2,6 prosent i kalenderåret 2018 til 2,5 prosent i 2019. Omsetningen av økologiske produkter begrenses av etterspørselen etter produktene, men også til en viss grad av tilbudet.

De fleste økologiske grønnsakene har en senere sesongstart enn de konvensjonelle, og den norske sesongen for økologiske grønnsaker blir derfor kortere. I påvente av ny norsk sesong suppleres markedet med import, noe som kan føre til en lang periode med import av økologiske produkter til ordinær tollsats. For flere produkter er det imidlertid importbehov hele året, inkludert i norsk sesong.

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

Samtidig som omsetningen gjennom grossistene reduseres viser Debios tall en økning i det økologiske arealet til poteter, grønnsaker frukt og bær.

Tabell 11: Dekar økologisk areal til poteter, grønnsaker, frukt og bær i 2014 og 2018–2019 samt endring siste år og andel økologisk areal.

Kultur	2014	2018	2019	Endring siste år, prosent	Andel økologisk av totalt areal
Poteter	918	1 167	1 263	8 %	1,1 %
Gulrot	855	885	840	-5 %	
Kålrot	76	149	199	34 %	
Andre frilandsgrovnnsaker	1 188	2 327	2 365	2 %	4,7 %*
Diverse veksthuskulturer	136	148	172	16 %	11,1 %
Sum grønnsaker	2 255	3 508	3 576	2 %	4,8 %
Epler	1 324	1 306	1 303	0 %	8,7 %
Annen frukt	438	495	520	5 %	7,6 %
Jordbær	64	70	69	-3 %	0,5 %
Andre bær	515	852	966	13 %	13,3 %
Sum frukt og bær	2 340	2 725	2 856	5 %	6,8 %

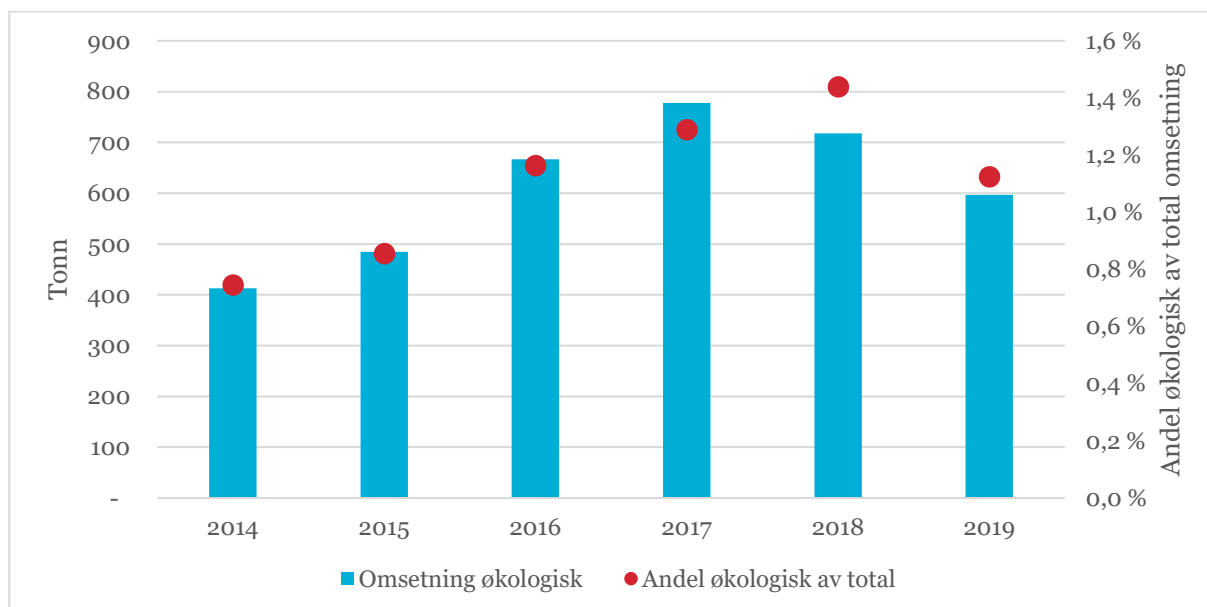
* Andelen inkluderer alle frilandsgrovnnsaker inkl. gulrot og kålrot.

Kilde: Debio, per 31.12.2019. Andelen økologisk er beregnet ved bruk foreløpige arealtall fra SSB. Jordbruksareal i drift, ekskludert karensareal.

Oversikt over omsetning totalt og økologisk for de siste to årene ligger i vedlegg til denne rapporten.

6.2 Lavere omsetning av poteter

Omsetningen av økologiske poteter gikk ned i 2018 og 2019. Mens den totale omsetningen av poteter (økologiske og konvensjonelle) økte med 6 prosent fra 2018 til 2019, gikk andelen økologisk ned fra 1,4 til 1,1 prosent.



Figur 22: Utviklingen i omsatte mengder norskprodusert økologisk potet og andel av total omsetning fra 2014 til 2019. Tonn og prosent.

Kilde: Landbruksdirektoratet

6.3 Gulrøtter er fremdeles den største kulturen

Omsetningen av norske økologiske frilandsgrovnnsaker gikk ned med 1 prosent i 2019, sammenlignet med 2018. Samtidig har arealet for økologisk dyrkede frilandsgrovnnsaker økt med 1 prosent. Våren 2019 var preget av mye nedbør i perioden fra midten av mai og ut juni i deler av landet. Mye regn og kaldt vær på høsten førte til kvalitetsutfordringer i flere områder, noe som til en viss grad gjenspeiles i lagerbeholdningen. Per 1. januar 2020 viste lagerbeholdningen en stor nedgang i økologisk kålrot på lager. De andre produksjonene som har lavere lagerbeholdning enn forrige sesong er knollselleri, rødbeter og pastinakk.

Tabell 12 viser at omsetningen av økologiske gulrøtter og kepaløk gikk ned i 2019 sammenlignet med året før. Økologiske gulrøtter er den største produksjonen, men den gikk ned 7 prosent fra 2018 til 2019. I 2018 var andelen økologisk av total omsetning av gulrøtter på 5,2 prosent, mens den i 2019 var 4,5 prosent. Den totale omsetningen av gulrøtter (økologisk og konvensjonell) økte med 5 prosent sammenlignet med 2018. Produsentprisen for økologiske gulrøtter økte med 4 prosent fra 2018 til 2019 (Detaljer om prisene finnes i vedlegget til rapporten).

Tabell 12: Omsetning av norskproduserte økologiske frilandsgrovnnsaker i 2018 og 2019. Tonn og andel i prosent

Frilands- grovnnsaker	2018		2019		Endring økologisk 2018–2019
	Omsetning økologisk	Andel økologisk	Omsetning økologisk	Andel økologisk	
Gulrot	1 677	5,1 %	1 558	4,5 %	-7 %
Kålrot	317	2,5 %	283	2,4 %	-11 %
Hvitkål	185	1,9 %	369	3,8 %	100 %
Blomkål	92	2,0 %	73	1,5 %	-20 %
Brokkoli	134	4,3 %	79	2,5 %	-41 %
Kepaløk	358	2,4 %	229	2,3 %	-36 %
Rødløk	79	1,5 %	108	2,5 %	36 %
Purre	10	0,6 %	69	3,6 %	579 %
Stilkselleri	25	2,7 %	19	2,1 %	-22 %
Knollselleri	71	3,4 %	100	4,4 %	41 %
Rødbeter	138	14,2 %	184	18,3 %	33 %
Pastinakk	33	8,7 %	19	4,8 %	-41 %
Squash	32	7,8 %	7	2,3 %	-77 %
Isbergsalat	85	1,8 %	101	2,2 %	18 %
Hjertesalat	43	4,2 %	31	3,4 %	-29 %
Ruccola	16	4,8 %	18	10,6 %	19 %

Kilde: Landbruksdirektoratet

Kepaløken var en av kulturene som ble hardest rammet av tørke. Avlingen ble nær halvert, og det var lite på lager per 1. januar 2019. Dette medførte en lavere omsetning av norsk økologisk løk i 2019. Tollsatsen for løk ble satt ned for å supplere den norske produksjonen. Høsten 2019 gjorde de fuktige værforholdene at den tørkede løken kom senere på markedet enn normalt.

Omsetningen av norsk økologisk løk i 2019 var 36 prosent lavere enn året før, og produsentprisen økte med 17 prosent.

Rødbeter er den frilandsproduksjonen med den største andelen økologisk av totalomsetning. Samtidig er omsetningen av friske rødbeter liten, på om lag 1 000 tonn totalt. Til sammenligning er total omsetning av kålrot 12 000 tonn. I 2019 var andelen økologiske rødbeter mer enn 18 prosent, en økning på 4 prosentpoeng fra 2018. Produsentprisen for norske økologiske rødbeter økte med 8 prosent fra året før.

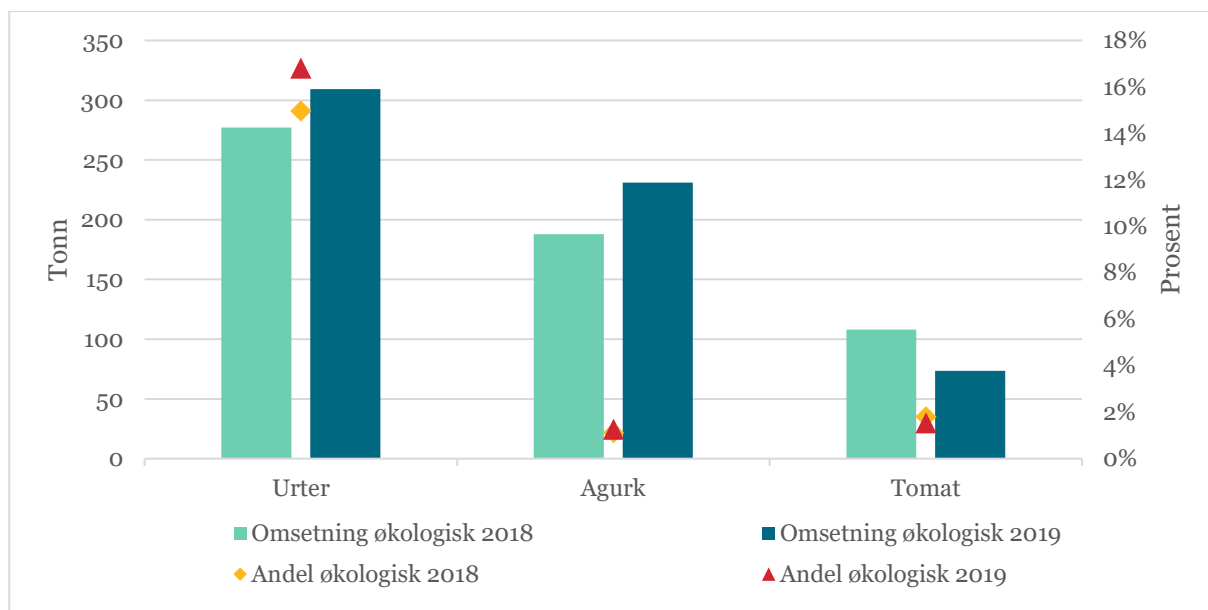
6.4 Veksthuskulturer - Andelen økologiske agurker øker

Den totale omsetningen av økologiske veksthusgrønnsaker økte med 6 prosent i 2019 sammenlignet med 2018. Den største økningen er for agurk, der andelen økologisk økte med 23 prosent sammenlignet med 2018. Allikevel er andelen økologiske agurker av total produksjon kun 1,3 prosent.

Av veksthuskulturene har urter den største andelen økologisk, med nesten 17 prosent av totalomsetningen. Mens totalomsetningen hadde en liten reduksjon, økte omsetningen av økologiske urter med 12 prosent.

Prisen på økologiske urter holdt seg uforandret fra 2018 til 2019, mens konvensjonell vare hadde en reduksjon i pris til produsent på 2 øre.

Arealtallene viser også en økning i arealet til veksthusgrønnsaker fra 2018 til 2019.



Figur 23: Omsetning av norskproduserte økologiske veksthusgrønnsaker. Tonn og andel i prosent.

Kilde: Landbruksdirektoratet

6.5 Lavere priser på frukt i 2019

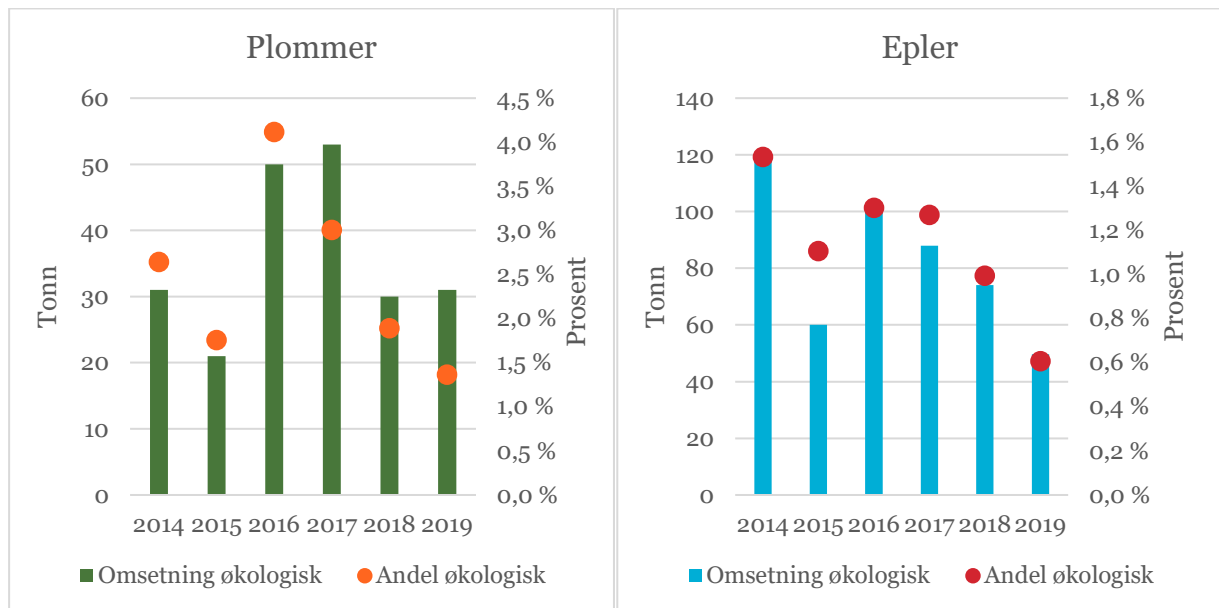
Eplelesongen 2019 var den beste siden 2008, med en rik fruktblomstring og store avlinger, spesielt på vestlandet. På tross av den store avlingen var det en nedgang i omsetningen av økologiske epler direkte til forbruker. Det er god økonomi i å levere økologiske epler til press, som kan forklare noe av omsetningsnedgangen.

Prisene på økologiske epler gikk ned med 11 prosent fra 2018 til 2019. Konvensjonelle epler hadde en liten prisoppgang, på om lag 0,6 prosent eller 10 øre.

Store mengder plommer ble ferdig modnet samtidig sommeren 2019, og det førte til utfordringer med distribusjon og salg. Omsetningen holdt seg stabil fra 2018 til 2019, men i 2018 ble kun en fjerdedel av de økologiske plommene solgt som økologiske. I 2019 ble det produsert 112 tonn med økologiske plommer, men kun 11,5 tonn ble omsatt som økologiske.

Produsentprisen på økologiske plommer ble redusert med 10 prosent, noe som utgjorde nesten 50 øre, mens de konvensjonelle plommene hadde en prisoppgang på om lag 6 øre.

Flere detaljer om prisene på poteter, grønnsaker og frukt finnes i vedlegget til rapporten.



Figur 24: Omsetning av økologiske plommer og epler i 2014–2019 og andel økologisk av totalen. Tonn og prosentandel.

Kilde: Landbruksdirektoratet

7 Omsetning i salgskanaler utenom dagligvare

Omsetningen av økologisk mat og drikke økte i de fleste salgskanaler i 2019. Storhusholdningsmarkedet har over tid hatt en jevn og stor vekst, og økte med 8,6 prosent i 2019. Omsetningen i bakerier økte med 9,3 prosent.

Omsetningen gjennom spesialbutikker som vi har registrert har gått ned de siste to årene. Dette kan blant annet forklares med at spesialbutikker taper mot dagligvares over tid lavere priser og etter hvert økende utvalg.

De siste årene har REKO-ringer og andelslandbruk fått fotfeste og har hatt stor vekst. Det er salgskanaler som har karakter av å utvikle nære relasjoner mellom bonde og forbruker, relasjoner som ikke dagligvare kan tilby.

Omsetningen av økologiske drikkevarer gjennom Vinmonopolet har vokst de siste årene, i takt med økt utvalg.

I dette kapitlet presenteres omsetningen av økologiske produkter gjennom salgskanaler utenom dagligvare. Dette er omsetningstall fra storhusholdning, Bondens marked, bakeri, spesialbutikker, andelslandbruk og Vinmonopolet.¹⁰

Tall presentert i dette kapitlet gir ikke et fullstendig bilde av all omsetning utenom dagligvare. Det er flere aktører og salgskanaler Landbruksdirektoratet ikke har registreringer for, slik som gårdssalg, mathaller, netthandel, REKO-ringer med flere.

Landbruksdirektoratet registrerte et salg utenom dagligvarehandelen på 1 392 mill. kroner i 2019. Det var en økning på 5,5 prosent fra 2018. Bortsett fra Vinmonopolet er de to største salgskanalene storhusholdning og bakerier (med kaféutsalg). Disse gikk opp med henholdsvis 8,6 prosent og 9,3 prosent. Omsetningen gjennom andelslandbruk hadde den sterkeste relative veksten og økte med 25,2 prosent eller 2,8 mill. kroner fra 2018 til 2019. Det var en svak nedgang i salgskanalene «spesialbutikker» og «Bondens marked».

Tabell 13: Omsetning i salgskanaler utenom dagligvare 2017–2019 mill. kroner

Salgskanal	2017	2018	2019	Endring siste år, mill. kr.	Endring siste år
Storhusholdning, grossistledd	253,7	271,1	294,4	23,3	8,6 %
Bakerier	187,0	189,4	207,0	17,6	9,3 %
Spesialbutikker	42,1	37,8	36,8	-1,0	-2,6 %
Bondens marked	9,7	9,4	9,0	-0,4	-4,4 %
Andelslandbruk		9,2	11,8	2,6	28,3 %
Sum	492,5	518,4	560,6	42,1	8,1 %
Vinmonopolet	726,1	801,5	831,4	29,9	3,7 %
Sum inkl. Vinmonopolet	1 218,6	1 319,9	1 392,0	72,0	5,5 %

Kilde: Landbruksdirektoratet, basert på opplysninger fra aktørene.

De historiske tallene er justert etter nye opplysninger, og avviker derfor noe fra fjorårets rapport. Tallene er ekskludert mva.

Det ser ut til at dagligvarekjedene gjennom bedre utvalg og lavere priser over tid har tatt markedsandeler særlig fra spesialbutikker, helsekostkjeder og abonnementsordninger.

¹⁰ Tall for omsetning gjennom andelslandbruk er nytt i årets rapport. Tidligere har vi også hatt med omsetning gjennom helsekostkjedene og abonnementsordninger, men de to siste årene har vi ikke fått tilstrekkelig opplysninger til å kunne publisere dette.

Det har vist seg å være svært krevende å etablere abonnement- og nettsalg. To aktører som solgte en stor andel økologiske varer, 123.levert og Marked.no, har lagt ned i henholdsvis 2017 og 2018, selv etter omfattende satsing.

7.1 Sterk vekst over lang tid i storhusholdning

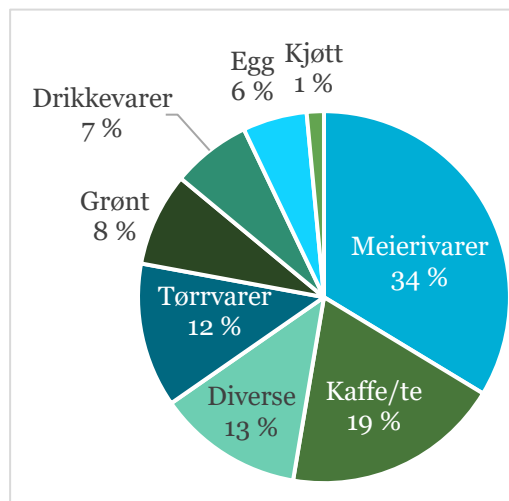
Landbruksdirektoratet har samlet inn opplysninger om grossistsalg av økologisk mat til storhusholdningsmarkedet siden 2009. Det er hentet inn opplysninger fra storhusholdningsgrossister som også leverer økologiske varer. I tillegg har Landbruksdirektoratet siden 2010 samlet opplysninger fra større aktører som Tine og Bama, for et mer dekkende bilde av omsetningen av økologiske produkter til storhusholdning.

Tabell 14: Verdi av økologiske produkter solgt til storhusholdning fra grossister og leverandører i 2018 og 2019, mill. kroner

Varegruppe	2018*	2019	Endring siste år, mill. kr.	Endring siste år, prosent
Meierivarer	89,3	94,9	5,6	6,3 %
Kaffe/te	62,4	74,7	12,3	19,8 %
Tørrvarer med mer.	64,2	65,0	0,7	1,2 %
Drikkevarer	16,5	14,9	-1,6	-10,0 %
Grønt	21,2	24,2	3,0	-14,1 %
Egg	15,5	19,1	3,6	0,7 %
Kjøtt	1,96	1,5	-0,5	-25,0 %
Sum	271,1	294,4	23,2	8,6 %

Kilder: ASKO, Bama, Eugen, Norganic, Servicegrossistene, Solberg Hansen og TINE

*Tall for 2018 avviker fra tidligere publiserte tall fordi tallgrunnlaget er oppdatert med nyere tall fra aktørene



Figur 25: Fordeling av omsetning i storhusholdning

Kilde: Landbruksdirektoratet

Storhusholdningsmarkedet er en relativt stor salgskanal for økologiske produkter, og omsetningen utgjør om lag en tiendedel av omsetningen gjennom dagligvare.¹¹ Tabell 14 viser at omsetningen på grossistnivå av økologisk mat og drikke til storhusholdninger var 294,4 mill. kroner i 2019, og utgjorde ca. 1 prosent av det totale storhusholdningsmarkedet. Veksten fra 2018 var på 8,6 prosent eller 23,2 mill. kroner.

Storhusholdningsmarkedet er det markedet som relativt sett økte mest i perioden 2010 til 2018 med ca. en firedobling. Dagligvaremarkedet har hatt ca. en tredobling i samme periode. Meieriprodukter er den aller største økologiske kategorien innen storhusholdning, fulgt av kaffe/te. Se Figur 25 for fordeling av omsetning i storhusholdning fordelt på varegrupper.

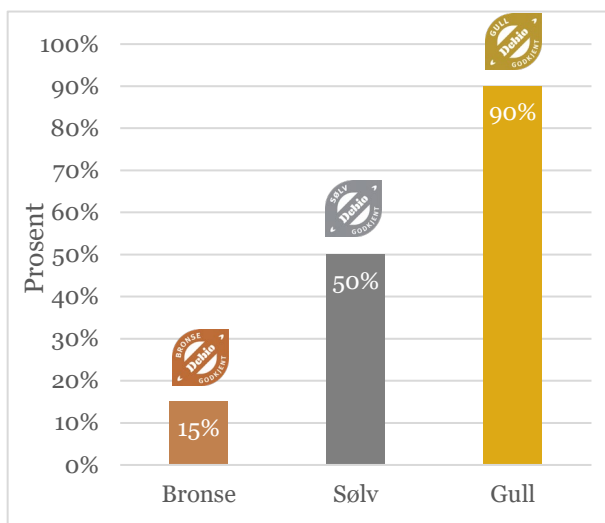
¹¹ Basert på tall for 2018. Landbruksdirektoratet har ikke tall for omsetning i dagligvarehandelen i 2019.

7.1.1 Debios valørmerker

Valørmerkene er markedsføringsmerker som brukes for å profilere andel økologiske/Debio-godkjente produkter i servering eller matvarehandel. Valørmerkene kan ikke brukes for merking av produkter. Valørmerkene finnes i bronse, sølv og gull, hvor andelen økologiske varer måles i innkjøpssum eller vekt. Bronsemerket krever minimum 15 prosent, sølv minimum 50 prosent og gull minimum 90 prosent økologiske varer. Valørmerkene kan brukes av serveringssteder (storhusholdning) eller i matvarehandelen.¹²

I tillegg til å understøtte utviklingen av økologiske varer, gir valørmerkeordningen et bilde på hvilke aktører som er viktige for utviklingen av økologisk mat innen storhusholdningssegmentet.

Debio publiserer en egen oversikt over omfanget av tilslutning til denne ordningen på sine hjemmesider. De viser til en liten nedgang (1,1 %) i bruk av valørmerker i 2019 sammenlignet med 2018.¹³



Figur 26: Andel økologiske varer for å oppnå de ulike valørmerkene.

Kilde: Debio

Private serveringssteder står for mesteparten av valørmerkene

Privateide serveringssteder som hoteller, restauranter og kaféer utgjør omtrent 85 prosent av antallet serveringssteder med valørmerke. Resten av serveringsstedene med valørmerke er offentlige og halvoffentlige serveringsvirksomheter som barnehager, skoler, kommunale og andre offentlige kantiner.

De fleste serveringssteder har valørmerke i bronse, og hotell er den største kategorien med slik sertifisering. Typiske storhusholdningskategorier med gullmerke er barnehager, skoler og kafeer.

Landbruksdirektoratet gir tilskudd til prosjekter som skal fremme forbruk av økologisk mat i offentlige storhusholdninger. Les mer om dette i kapittel 10.2.

Fallende interesse for valørmerking av festivaler

Det er registrert en fallende interesse for bruk av valørmerkene på festivaler, og siden 2017 har det vært en halvering i antall festivaler og kortvarige arrangementer med slik merking.

Øyafestivalen er den festivalen med høyest omsetning av økologisk mat og drikke i Norge. I 2018 serverte Øyafestivalen over 100 000 porsjoner økologisk mat til over 80 000 publikummere, 3000 frivillige og rundt 500 artister. I tillegg ble det servert økologisk kaffe, øl, vin og mineralvann.

Økning av valørmerking i matvarehandelen

Godkjenning i denne kategorien kan omfatte utsalgssteder som dagligvarebutikker, torgsalg, abonnementsordninger, nettbutikker, o.l. som omsetter andeler økologiske/Debio-godkjente varer, enten samlet for butikkens omsetning eller spesifisert for definerte kategorier (f.eks. frukt- og grønt, egg, barnemat etc.). Antallet har økt fra 5 virksomheter i 2018 til 9 virksomheter i 2019.

¹² Et kjøkken kan også tildeles et Ø-merke hvor man ikke binder seg til en viss andel, men har tilbud om definerte retter som er heløkologiske.

¹³ Omfanget av tilslutning til ordningen 2019: <https://debio.no/nyheter/debios-statistikk-for-2019/>

7.2 Bakervarer utenom dagligvare økte med 9 prosent

Omsetningen av økologiske bakervarer¹⁴ var på 207 mill. kroner i 2019. Det tilsvarte en økning på 17,6 mill. kroner fra 2018, eller en vekst på 9 prosent. Omsetningen foregår hovedsakelig gjennom egne kaféutsalg, men også til helsekostforretninger og kantiner. Godt Brød har doblet sine antall av utsalg fra 11 i 2013 til 22 utsalg i 2019. I samme periode har Godt Brød doblet forbruket av økologisk mel til ca. 1,25 mill. kg. Det meste av melet er foredlet på norske møller. Kolonihagen bakeri selger det meste av sine bakervarer gjennom Rema 1000, men dette salget er ikke inkludert i denne framstillingen. Kolonihagen selger også mye til bedriftskantiner og anslår at 95 prosent av disse er private.

Tabell 15: Omsetning fra bakeriutsalg og bakervarer utenom dagligvare 2009, og 2014–2019, mill. kroner

	2009	2014	2016	2017	2018	2019	Endring siste år Mill. kr	Endring siste år prosent
Sum	85	118	173	187	189	207	17,6	9 %

Kilde: Opplysninger fra Godt Brød, Den gode baker og Kolonihagen

Det har de senere år vært vekst i antall «håndverksbakerier» som blant annet selger surdeigsbrød, ofte med økologisk mel i brødet. De fleste av disse håndverksbakeriene har likevel ikke søkt om Debio-godkjenning og kan da ikke merke brødet sitt som økologisk, og faller derfor utenfor formålet med statistikkinnsamling til denne rapporten.

7.3 Direktesalg viktig for produsenter med små volum

En del produsenter har en allsidig produksjon, men for små volumer til at de kan få avtaler med større grossister. For disse produsentene kan gårdssalg, abonnementsalg, salg på markeder, direktesalg til butikker og restauranter, andelslandbruk og salg gjennom REKO-ringer være viktige alternative omsetningskanaler. Bonden kan gjennom direktesalg oppnå god kontakt med kunden, formidle historien og merverdien til produktene og oppnå høyere priser. Forbrukertrender knyttet til ren, ekte og lokal mat, økt bruk av sosiale medier og apper som forenkler kommunikasjon, distribusjon og administrasjon, har i sum gitt et større mulighetsrom for bønder som ønsker å stå for mer av salget selv.

7.3.1 Rask vekst i antall REKO-ringer

Et nytt konsept som har økt i omfang i 2018 og 2019 er REKO-ringer¹⁵. REKO-ring går ut på at bønder i en region går sammen og presenterer sine produkter på sosiale medier (Facebook) og gjør seg relevante for potensielle kunder ved å finne et felles leverings- og hentested. Norsk Bonde- og Småbrukarlag har deltatt i etablering av REKO-ringer i Norge etter inspirasjon fra Finland og Sverige, og den første ble etablert i november 2017. Landbruksdirektoratet har ikke tall for omsetningen av økologiske varer gjennom REKO-ringer, men omtaler her utviklingen i omfanget av ordningen.

I løpet av 2018 ble det etablert 37 REKO-ringer over hele landet, og ved utgangen av desember 2019 var dette mer enn doblet til ca. 80 ringer. I 2018 regnet man med at ca. 400 produsenter leverte produkter, og antallet leverandører har trolig økt i 2019, siden antall REKO-ringer er fordoblet. Telemarksforskning publiserte i januar 2020 rapporten «Reko-ring: En viktig omsetningskanal for økologisk landbruk» som presenterte en spørreundersøkelse blant leverandører og kunder til REKO-ringer. Undersøkelsen gikk via facebook ut til de 55 REKO-ringene som var etablert i september 2019, og 215 produsenter og 2 386 kunder svarte.

Av produsentene som svarte hadde 18 prosent kun Debiosertifiserte produkter til salgs, mens 12 prosent hadde både konvensjonelle og økologiske produkter. Om lag 10 prosent¹⁶ mente at REKO-ring har gjort det mulig å starte opp egen bedrift, og like mange svarte at de har økt sin økologiske produksjon på grunn av

¹⁴ fra tre hel-økologiske bakerier vi har registrert omsetning for.

¹⁵ REKO betyr RETtferdig KONsum og er et handelsfenomen som ble grunnlagt av Thomas Snellman i Finland i 2013.

¹⁶ Av 132 produsenter som svarte.

mulighetene til omsetning gjennom REKO-ring. Ifølge produsentene er særlig økologiske grønnsaker etterspurt blant kundene, men også kjøttprodukter, egg, poteter, frukt og bær.

7.3.2 Andelslandbruk har etablert seg

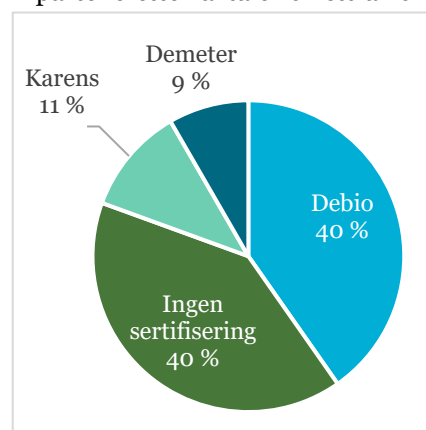
De siste årene har det vært en økende interesse for å dyrke mat selv. Dette har gitt grunnlag for den sterke veksten i antall «andelslandbruk».

Andelslandbruk er sterkt voksende over store deler av verden, og har blant annet sine røtter fra Japan på 60-tallet. Andelslandbruk ble populær i USA og Europa på 80-tallet. I Norden er det Norge som de siste årene har ført an i utviklingen av andelslandbruk.

Andelslandbruk er definert som «et langsiktig samarbeid mellom forbrukere og de som produserer mat og andre landbruksprodukter». Ansvar, risiko og avling blir delt mellom partene etter avtale for ett år om gangen. Andelslandbruk finnes i ulike former og omfang, men som regel karakteriseres det av at forbrukere kjøper andeler av gårdens produksjon og får sin andel av grønnsaker, frukt og bær utover i sesongen.

Antall organiserte andelslandbruk gikk opp fra 14 stk. i 2014 til 72 stk. i 2019.¹⁷ Av disse 72 ble 43 andelslandbruk kontrollert og godkjent av Demeter. Det betyr at 60 prosent av alle andelslandbruk var sertifisert økologiske eller i Karens.¹⁸ Demeter kontrollerer også gårdsbruk som produserer etter biologisk-dynamiske driftsmetoder. Det var 6 andelslandbruk i 2019 som produserte etter disse prinsippene.

Figur 28 viser fylkene med andelslandbruk i 2018 og 2019 og andelen som var Demeter-kontrollert av totalen. I 2019 var det andelslandbruk i de fleste fylker, med unntak av Finnmark, Møre og Romsdal, Nordland, Sogn og Fjordane samt Troms. Ca. 70 prosent av det Demeter-kontrollerte grøntarealet lå på Østlandet.

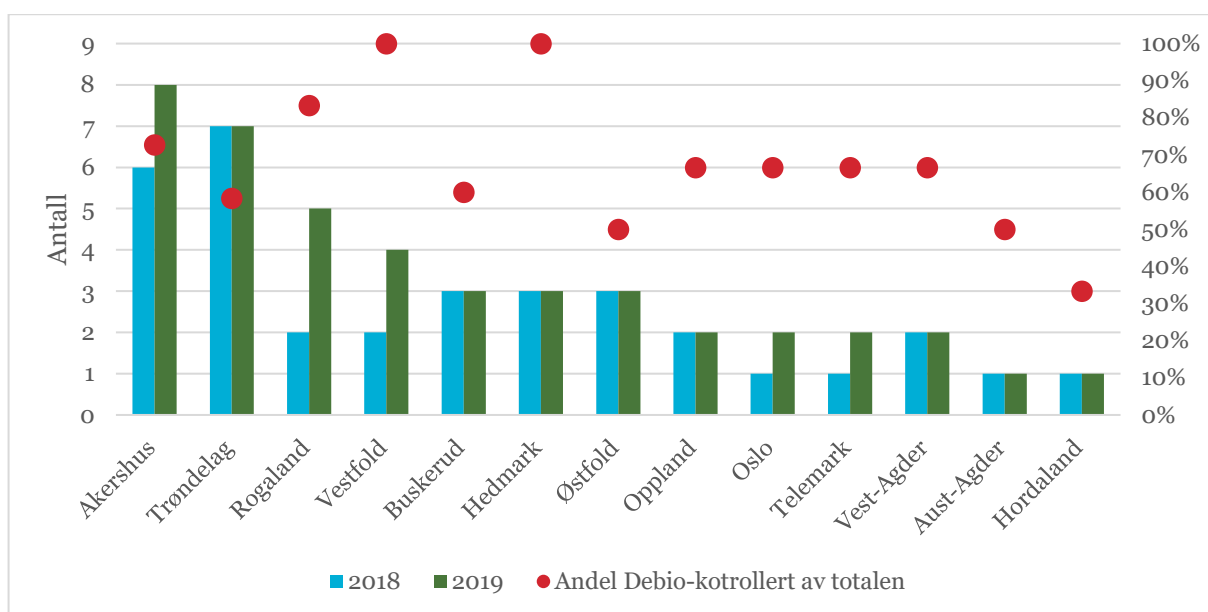


Figur 27: fordeling av andelslandbruk etter driftsform

Kilde: Økologisk Norge

¹⁷ I 2019 kom det til 7 nye andelslandbruk, mens 7 hadde pause fra året før, slik at antallet var likt for 2018 og 2019.

¹⁸ Selv om ikke alle er sertifisert, drives flesteparten av andelslandbrukene etter økologiske prinsipper, uten bruk av syntetiske sprøytemidler og kunstgjødsel.



Figur 28: Utvikling i antall aktive, Debio-kontrollerte¹⁹ andelslandbruk i 2018–2019 og andel økologisk av total andelslandbruk i 2019

Kilde: Økologisk Norge

Omsetningsverdien fra andelslandbruk som er kontrollert av Debio i 2019

Økologisk Norge har gjort en kartlegging av antall andeler og pris for en hel andel hos hvert andelslandbruk. De Debio-kontrollerte andelslandbrukene omsatte hele andeler for ca. 11,7 mill. kroner i 2019, en vekst på 36 prosent, eller 2,6 mill. kroner fra 2018.

Det var store forskjeller i prisen per andel, da det også er stor forskjell i hva som inngår i en andel.²⁰ De dyreste andelene var i Trøndelag med kr 6 634 per andel mens de billigste var i Vestfold, med kr 784 per andel.

Dette gir i gjennomsnitt en omsetning på:

- kr 337 000 per debiosertifisert andelslandbruk (ekskudert karens), en økning på over kr 60 000 per andelslandbruk fra 2018
- gjennomsnittspris per andel på landsbasis var på kr 3 900 per andel, en økning på kr 740 fra 2018

For flere detaljer om antall dekar til andelslandbruk, andeler og omsetning per fylke, se tabell i vedlegg til rapporten.

7.3.3 Nedgang i salg gjennom Bondens marked

Bondens markeds totale omsetning i 2019 var på 75,2 mill. kroner, en vekst på ca. 13 prosent fra 2018. Av denne omsetningen utgjorde økologiske produkter ca. 9,0 mill. kroner, som er 0,4 mill. kroner mindre enn i 2018.

¹⁹ Debio-kontrollert andelslandbruk omfatter økologisk (Debio-merket), karens og Demeter-merket

²⁰ For eksempel om andelslandbruket har med kjøtt og andre animalske produkter, og hvor stor arbeidsinnsats som kreves av andelshaver.

Trøndelag er regionen med desidert høyest omsetning i landet. Ca. 60 prosent av omsetningen av økologiske produkter gjennom Bondens marked i landet skjer i Trøndelag. Totalt for Bondens marked utgjør Trøndelag 35 prosent av omsetningen.

Ulike markeder i Trøndelag hadde i sum en omsetning på ca. 5 mill. kroner i 2018 som utgjorde over halvparten av all omsetning av økologiske produkter fra Bondens marked i Norge.

Tabell 16: Omsetning på Bondens marked (BM) totalt og økologisk i 2009 og 2018–2019, mill. kroner

	2009		2018		2019		Endring siste år	Andel økologisk 2019
	Totalt	Økologisk	Totalt	Økologisk	Totalt	Økologisk		
Trøndelag, Bergen og Oslo	12,9	1,97	47,9	7,9	54,5	7,6	-4,4 %	12,9 %
Øvrige markeder inkl. Matstreif	9,4	0,83	18,7	1,5	20,6	1,4	-4,4 %	6,8 %
Sum Bondens marked	22,3	2,8	66,6	9,4	75,2	9,0	-4,4 %	12,0 %

Kilde: Opplysninger fra Bondens markeds sekretariat (19.02.2020) basert på markedsledere lokalt.

Omsetningen gjennom Bondens marked totalt sett gikk opp med neste 13 prosent fra 2018 til 2019, mens omsetningen av økologiske produkter falt med over 4 prosent. Andelen økologisk av total omsetning gjennom Bondens marked gikk dermed ned fra 14 prosent i 2018 til 12 prosent i 2019. Bondens markeds sekretariat forklarer nedgangen med at noen større aktører har gitt seg de siste årene, mens nye aktører som har kommet inn har mindre volumer.

7.3.4 Utflating i omsetning fra spesialbutikker siden 2015

I dette avsnittet beskriver vi omsetningen fra noen spesialbutikker med et relativt stort utvalg av økologisk mat.

De siste årene er det etablert flere frittstående spesialbutikker, som legger vekt på kvaliteter som at varene skal være kortreist, lokalt produsert, fra grasfødte dyr, og at varene ikke er emballert i plast.

Landbruksdirektoratet har hentet informasjon om omsetning fra seks spesialbutikker i Stavanger, Bergen og Oslo. Disse seks butikkene rapporterte en samlet omsetning av økologisk mat i 2019 på 36,8 mill. kroner, en nedgang på 2,8 prosent fra 2018. Dette tilsvarte en gjennomsnittlig omsetning per butikk på 6,3 mill. kroner i 2019. Det var en vekst blant disse butikkene fram til 2014, men fra 2015 har det vært en utflating og svak nedgang. En årsak til nedgangen i omsetningen i spesialbutikkene kan være økt konkurranse fra dagligvare som over tid i større grad har tilbudt tilsvarende varer som man finner i spesialbutikkene, men til lavere priser. Konkurranse fra Andelslandbruk og REKO-ringer nevnes også som årsak til nedgang.

Tabell 17: Omsetning fra 6 spesialbutikker i Stavanger, Bergen og Oslo, 2012 og 2018–2019, mill. kroner

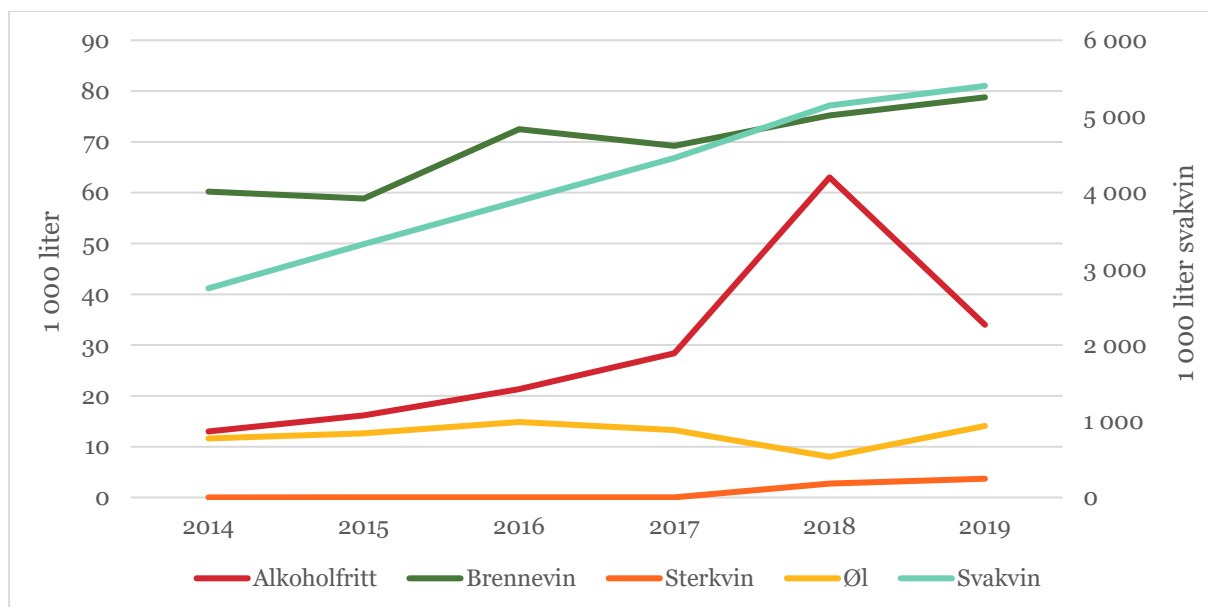
	2012	2018	2019	Gj.snittlig omsetning per butikk 2019	Endring siste år, mill. kr	Endring siste år prosent
Omsetning	35,8	37,8	36,8	6,3	-1,0	-2,8%

Kilde: Landbruksdirektoratet²¹

7.4 Jevn vekst i salget av vin

Salget av økologiske drikkevarer gjennom Vinmonopolet har vokst de siste årene, i takt med økt utvalg. Svakvin er gruppen med klart størst omsetning, både totalt sett og innen økologiske drikkevarer. I 2019 ble det solgt 5,5 mill. liter økologiske drikkevarer, hvorav 5,4 mill. liter var svakvin.

²¹ basert på informasjon fra Økologisk Dagligvare (2 butikker i Stavanger), Røtter (3 butikker i Oslo m/omegn) Reindyrka (Bergen).



Figur 29: Årlig salg av økologiske drikkevarer gjennom Vinmonopolet i perioden 2014–2019. Salget av svakvin er vist på høyre akse, mens salget av øvrige drikkevarer er vist på venstre akse. 1 000 liter.

Kilde: Vinmonopolet. Salgstall for alle produkter som var sertifisert økologisk ved utgangen av det gitte året.

Andelen økologisk av totalt salg er størst for varegruppene alkoholfritt og svakvin. I 2019 var andelen økologisk av totalt salg av alkoholfritt 6 prosent, mens for svakvin var den 8 prosent. For øvrige varegrupper var andelen økologisk av totalt salg under 1 prosent.

Mye av den alkoholfrie økologiske drikkevaren er norskprodusert (se Tabell 18). Salget av norsk alkoholfri drikke økte betydelig fra 2016 til 2018, men gikk ned igjen i 2019. Dette har sammenheng med at Vinmonopolets produktutvalg er dynamisk hvor produkter stadig fases inn og ut, noe som kan bidra til svingninger i salget fra et år til et annet. Generelt for norsk alkoholfri drikke skyldes tilbakegangen en nedgang i salget av møster. Årsakene til dette kan være flere, men de knyttes blant annet til at dagligvare har styrket sitt utvalg av norske eplemøster, samt utfordringer med tilgjengelighet gjennom hele året og kvalitetsutfordringer.

Tabell 18: Omsetning av økologiske drikkevarer i liter, samt andel norsk vare og andel økologisk av totalt salg. 2018 og 2019.

	2018			2019		
	Omsetning, liter	Andel norsk vare	Andel økologisk av totalt salg	Omsetning, liter	Andel norsk vare	Andel økologisk av totalt salg
Svakvin	5 145 066	0 %	8 %	5 400 953	0 %	8 %
Brennevin	75 190	2 %	1 %	78 775	2 %	1 %
Alkoholfritt	63 012	66 %	11 %	33 983	15 %	6 %
Sterkvin	2 762	0 %	1 %	3 701	0 %	1 %
Øl	8 018	35 %	0 %	14 070	30 %	0 %
Total	5 294 048	1 %	6 %	5 531 482	0 %	7 %

Kilde: Vinmonopolet. Salgstall for alle produkter som var sertifisert økologisk ved utgangen av det gitte året.

8 Utviklingen i forbruket av økologisk mat

Av: Gunnar Vittersø, Annechen Bahr Bugge, Alexander Schjøll og Hanne Torjusen,

Forbruksforskningsinstituttet SIFO, OsloMet – storbyuniversitetet.

Det har vært en jevn vekst i omsetningen av økologisk mat i de seneste årene²², men til tross for en positiv utvikling utgjør økologisk mat bare ca. to prosent av matomsetningen i dagligvaremarkedet. Til sammenligning nærmer økologisk mat seg nesten 15 prosent av markedet i Danmark og ni prosent i Sverige²³.

Siden tidlig på 2000-tallet har det vært satt mål for salg og forbruk av økologisk mat, og i 2005 ble det satt et mål om at økologisk mat skulle utgjøre 15 prosent av matproduksjonen og matforbruket innen 2015²⁴. Dette målet har siden gjennomgått ulike endringer, og selv om nåværende regjering har gått bort fra å sette et konkret mål for nivået på forbruket, tillegges forbruket fortsatt stor politisk betydning ved at utviklingen av produksjon og forbruk skal være etterspørselsdrevet²⁵.

I kapitlet ser vi nærmere på forbruksmønsteret for økologisk mat. Spørsmål vi drøfter er: Hvor ofte spiser og kjøper forbrukere økologisk mat? Hvor viktig er denne type produkter når man handler? Hvilken kjennskap har forbrukere til økologisk merket mat? Hvor handler forbrukerne slike produkter? Hva oppfatter forbrukere som fordelaktig med økologisk mat, og hva er barrierene for kjøp av økologisk mat? Disse spørsmålene vil bli sett i sammenheng med generelle holdninger og vurderinger blant forbrukere på matområdet.

Kapitlet bygger i hovedsak på tre kilder til data. For det første SIFO-surveyen som har vært gjennomført regelmessig siden 2005 blant et representativt utvalg av norske forbrukere. Gjennom denne surveyen følger SIFO utviklingen over tid spesielt på områder som mat, ernæring og miljø²⁶. Den andre datakilden er Organic-PLUS-surveyen som ble gjennomført våren 2019 blant et representativt utvalg av forbrukere i Frankrike, Italia, Norge, Polen, Spania, Storbritannia og Tyskland. I dette kapitlet presenteres resultater fra den norske delen²⁷. En tredje viktig datakilde vi har benyttet er Norske Spisefakta. Dette er en spørreundersøkelse som har vært gjentatt hvert annet år siden 1985 av analysebyrået Ipsos.

8.1 Hvor ofte spiser og kjøper forbrukere økologisk mat?

Figur 30 viser at tre av ti forbrukere spiste økologisk mat én gang i uken eller oftere (2019), mens kun et fåtall svarte at de spiste økologisk mat på daglig basis (4 prosent). En betydelig andel svarte at de spiste økologisk mat sjeldnere enn én gang i uken: 15 prosent 1-3 ganger i måneden og 23 prosent sjeldnere enn én gang i måneden. 13 prosent oppga at de aldri spiste økologisk mat. Verdt å merke seg er at så mange som 18 prosent av respondentene krysset av for «vet

Hvor mange spiser økologisk?

- 3 av 10 svarer at de spiser økologisk mat én gang i uken eller oftere, men bare 4 prosent daglig.
- Over 1 av 3 spiser økologisk sjeldnere enn én gang i måneden.

²² Total omsetning av økologiske varer gjennom dagligvarehandelen økte med 8 prosent fra 2017 til 2018 og var på 2,8 mrd. kroner. (Landbruksdirektoratet 2019. Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer. Rapport for 2018. Rapport nr. 17/2019).

²³ Landbruksdirektoratet 2019. Produksjon og omsetning av økologiske landbruksvarer. Rapport for 2018. Rapport nr. 17/2019.

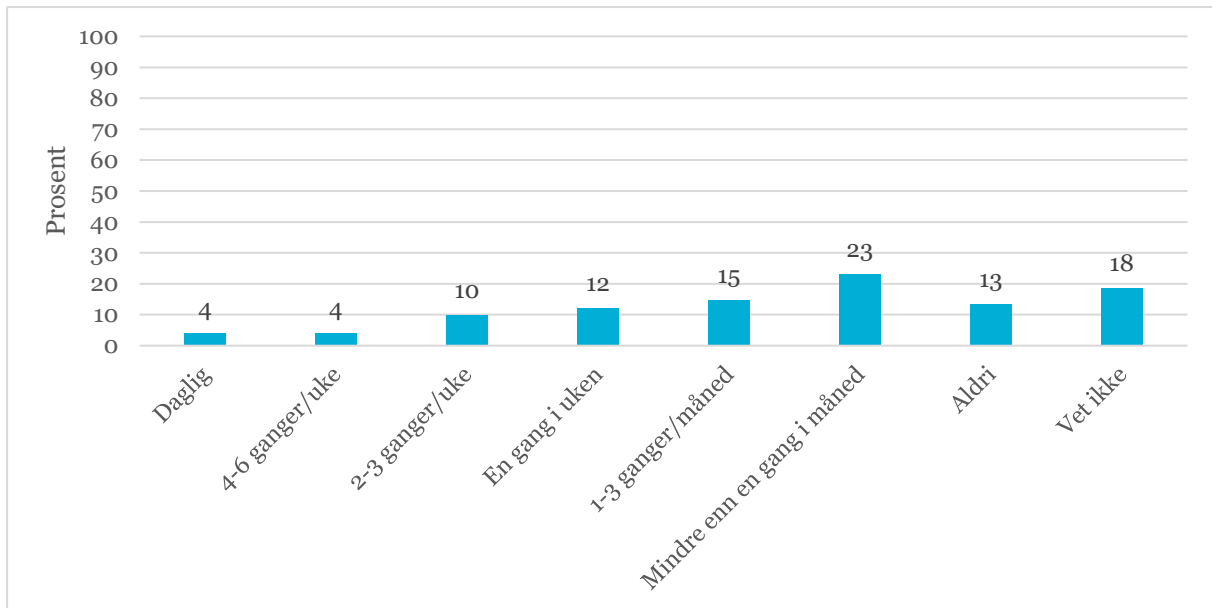
²⁴ https://www.regjeringen.no/globalassets/upload/smk/vedlegg/2005/regjeringsplattform_soriamoria.pdf

²⁵ Landbruks- og matdepartementet 2016. Meld. St. 11 (2016 – 2017) Endring og utvikling En fremtidsrettet jordbruksproduksjon.

²⁶ Lavik, R. & L. S. Bøyum. 2017. Forbrukstrender: SIFO-survey 2005 – 2017. Figur- og tabellrapport. Prosjektnotat nr. 12 – 2017. Forbruksforskningsinstituttet SIFO - Høgskolen i Oslo og Akershus.

²⁷ Vittersø, G., et al. (2019). Report from survey on public opinion regarding contentious inputs. Deliverable 2.2. Organic-PLUS, European Union's innovation and research programme Horizon 2020 under grant agreement NO 774340.

ikke». Dette betyr at nesten én av tre forbrukere enten ikke spiste økologisk mat i det hele tatt og/eller ikke kjenner til denne type produkter.



Figur 30: Tenk på spisevanene i din husholdning i løpet av den siste måneden, hvor ofte har dere spist økologisk mat? (N=2072).

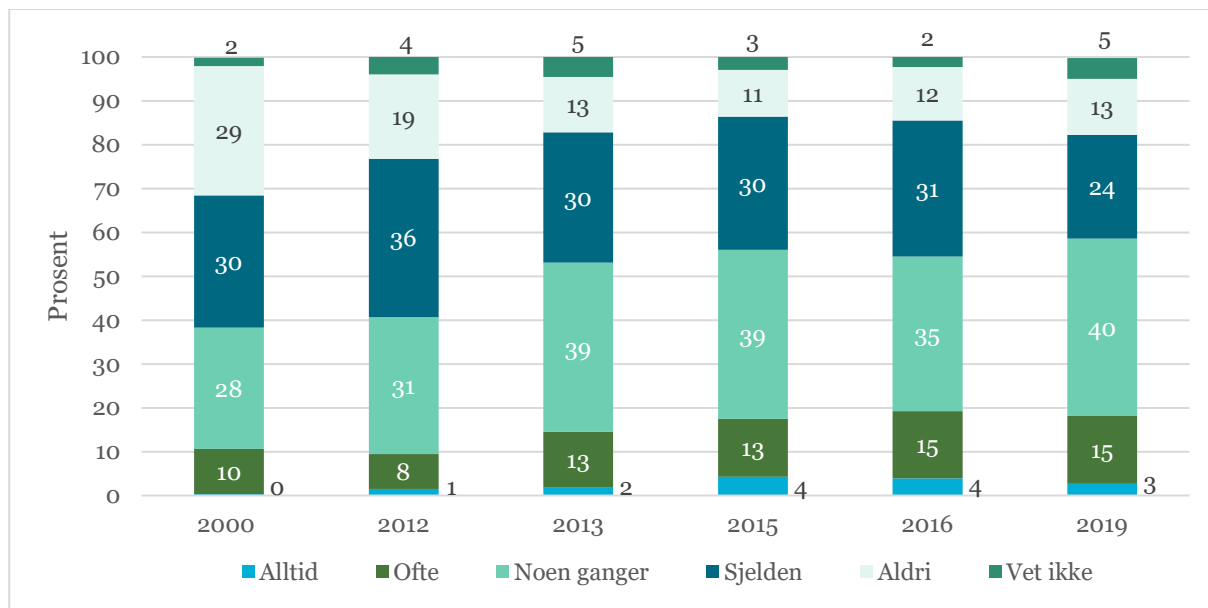
Kilde: Organic-PLUS. Data fra 2019.

Hvor mange kjøper økologisk?

Nesten 1 av 5 svarer at de kjøper økologisk mat ofte eller alltid, mens mer enn 1 av 3 svarer sjelden.

Figur 31 viser utviklingen i kjøp av økologisk mat i perioden 2000 – 2019. Vi ser en lignende frekvens for kjøp som for bruk av økologisk mat. Kun tre prosent svarte at de alltid så etter økologiske produkter (2019), mens 15 prosent ofte kjøpte slik mat. Hele 40 prosent rapporterte at de noen ganger kjøpte økologiske produkter, mens én av fire (24 prosent) svarte de sjelden handlet økologisk og 13 prosent aldri kjøpte. Det var ikke vesentlige alders- eller regionale forskjeller i hvor ofte man kjøpte økologisk, men flere kvinner enn menn svarte at de «ofte» kjøpte økologisk (19 prosent), mens flere menn svarte at de aldri kjøpte økologisk (18 prosent).

Det er en svak positiv tendens i antall forbrukere som rapporterte å kjøpe økologisk mat. Men det er først og fremst i de lavere frekvensene fra «sjelden» til «noen ganger» det har skjedd en endring siden 2016. Andelen som oppga at de «sjelden» kjøper økologisk har sunket fra 31 prosent til 24 prosent, mens andelen som svarte «noen ganger» har økt fra 35 til 40 prosent. Det er imidlertid ingen endring blant de hyppige brukerne, det vil si de som kjøpte økologisk «ofte» eller «alltid». Det må betydelig flere brukere til i disse kategoriene, for at andelen økologisk mat i dagligvaremarkedet skal øke vesentlig.



Figur 31: Hvor ofte kjøper du økologisk produsert mat når slike varer er tilgjengelige? (N=926; 1019;1062;1003;1004;1196)

Kilde: SIFO-survey.²⁸

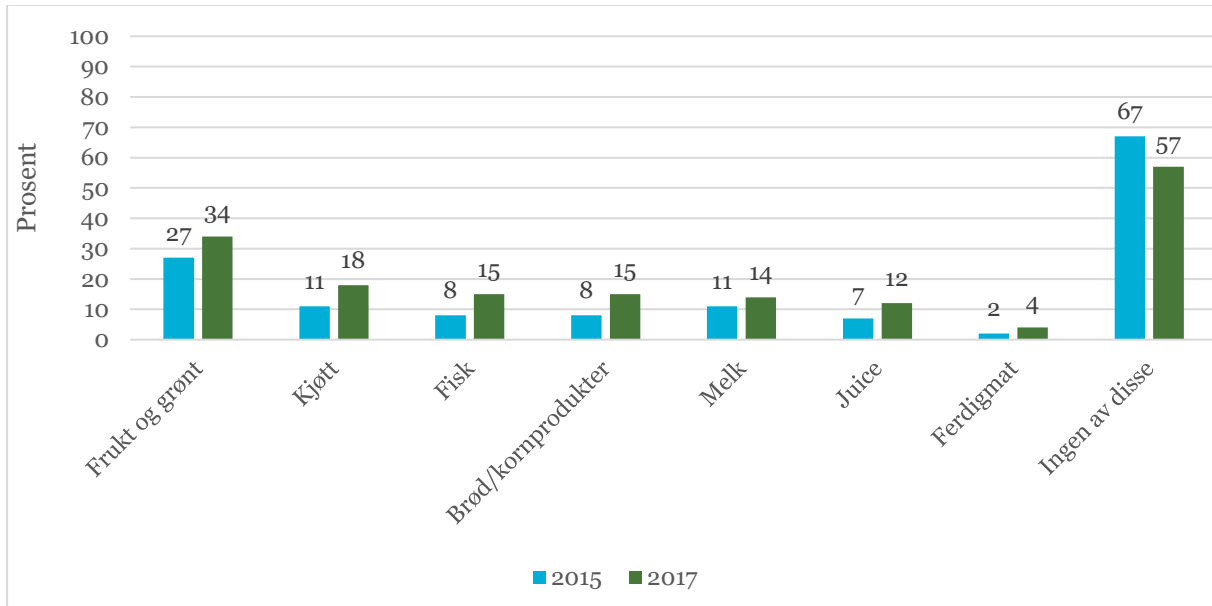
8.2 Hvor viktig er økologisk mat?

Analysebyrået Ipsos stilte i 2015 og 2017 spørsmål om hvilke produkter, om noen, som er viktige å få som økologisk (Figur 32). Hele to av tre (67 prosent) svarte at ingen av produktgruppene var viktige å få som økologisk i 2015. Dette tallet falt med 10 prosentpoeng i 2017 til 57. Fukt og grønt var høyest prioritert (34 prosent). Én av tre respondenter krysset av for denne varegruppen i 2017. For de fleste andre gruppene, unntatt ferdigmat, lå andelen på mellom 10 og 20 prosent: kjøtt (18 prosent), fisk (15 prosent), brød og kornvarer (15 prosent), melk (14 prosent), juice (12 prosent) og ferdigmat (4 prosent).

Hvor viktig er økologisk mat?

- 6 av 10 synes det er uviktig å få kjøpt økologiske produkter.
- Fukt og grønnsaker er produktgruppene som det er viktigst å få økologisk.

²⁸ Figuren viser utvikling over tid fra år 2000 og oppdatert med hittil upubliserte data fra 2019.



Figur 32: Hvilke av følgende produkter, om noen, er det viktig for deg å få som økologisk? (N=1143; 1142).

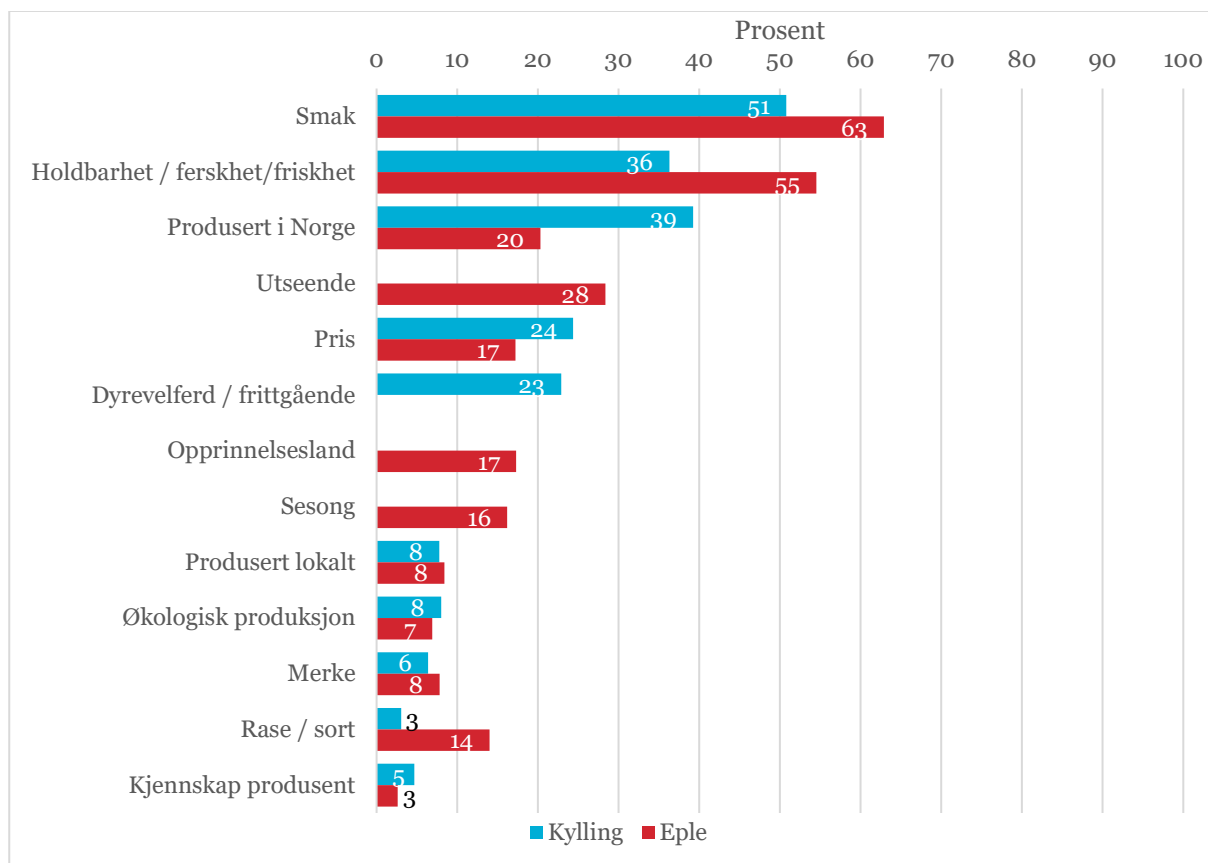
Kilde: Norske Spisefakta 2018. Spørsmålet ble stilt i 2015 og 2017.

Hva er viktig for forbrukeren?

Sammenlignet med andre egenskaper slik som smak, holdbarhet, ferskhets og utseende, legger forbrukere mindre vekt på at maten skal være økologisk produsert.

I 2019 ble et utvalg på vel 2000 respondenter spurt om hvilke faktorer som er viktige når man handler henholdsvis kylling og epler (Figur 33). Ved siden av smak og holdbarhet var norskprodusert, utseende (epler) og dyrevelferd (kylling) viktige faktorer. Det å vite opprinnelseslandet var forholdsvis viktig for epler. Pris ble her oppgitt til å være henholdsvis fjerde

viktigste faktor for kylling og femte viktigste for epler. Økologisk var ved siden av lokalt produsert og informasjon om merke (produsent) lite vektlagt av respondentene.

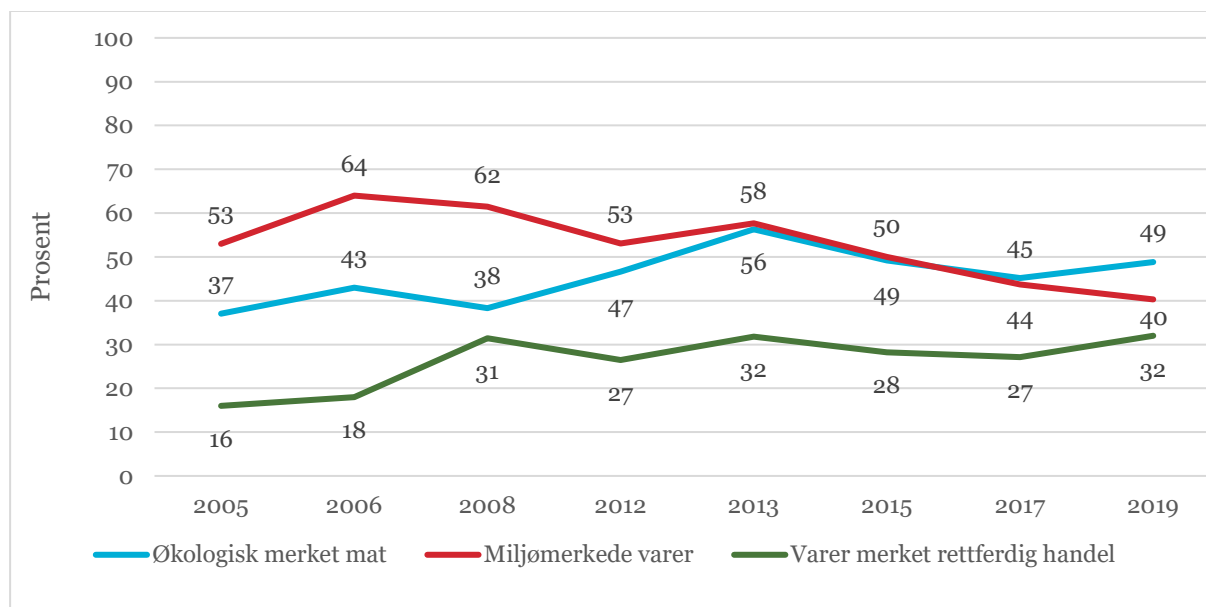


Figur 33: Hvilke av følgende faktorer er viktig for deg når du handler mat? Prosent som har svart «veldig viktig». (N=2072).

Kilde: Organic-PLUS survey 2019.

Tall fra Norske Spisefakta (Ipsos 2018) viser samme tendens som vist i Figur 33. På spørsmål om hvilke kvalitetsegenskaper forbrukerne la mest vekt på ved kjøp av mat, la de aller fleste vekt på at maten var «fersk og frisk» (78 prosent). Deretter fulgte sunn (53 prosent), lav pris (51 prosent), naturlige råvarer (48 prosent) og produsert i Norge (44 prosent). Langt færre svarte at de la spesielt stor vekt på at maten var økologisk produsert (17 prosent). Tallene viste at det var en svak nedgang i andelen som la vekt på sistnevnte.

Både undersøkelsene til Ipsos og Organic-PLUS kan tyde på at det er et mindretall, det vil si et sted mellom 10 og 20 prosent, av forbrukere som legger vekt på økologisk mat når de handler. Det er likevel slik at en større andel handler økologisk mat av og til. Nesten halvparten av respondentene i SIFO-surveyen 2019 svarte at de har kjøpt økologisk merkede produkter i løpet av de siste fire ukene (Figur 34). Det har vært en positiv utvikling over tid fra 2005 for økologiske produkter, mens for miljømerkede produkter, som for eksempel miljømerket Svanen, har tendensen vært fallende. De to siste årene som er målt (2017 og 2019) svarte flere at de kjøpte økologiske produkter sammenlignet med andelen som oppga å kjøpe miljømerkede varer. For produkter merket rettferdig handel (Fairtrade) har det vært en positiv, men relativt stabil utvikling de siste ti årene. Omtrent én av tre sier at de har kjøpt produkter merket med rettferdig handel.



Figur 34: Har du i løpet av de siste 4 ukene kjøpt ... økologisk merket mat; miljømerkede varer og varer merket med rettferdig handel? N: 2005=1008, 2006=1000, 2007=1000, 2008=1000, 2012=1014, 2013=1063, 2015=1003, 2017=1001, 2019=1196.

Kilde: SIFO-survey.

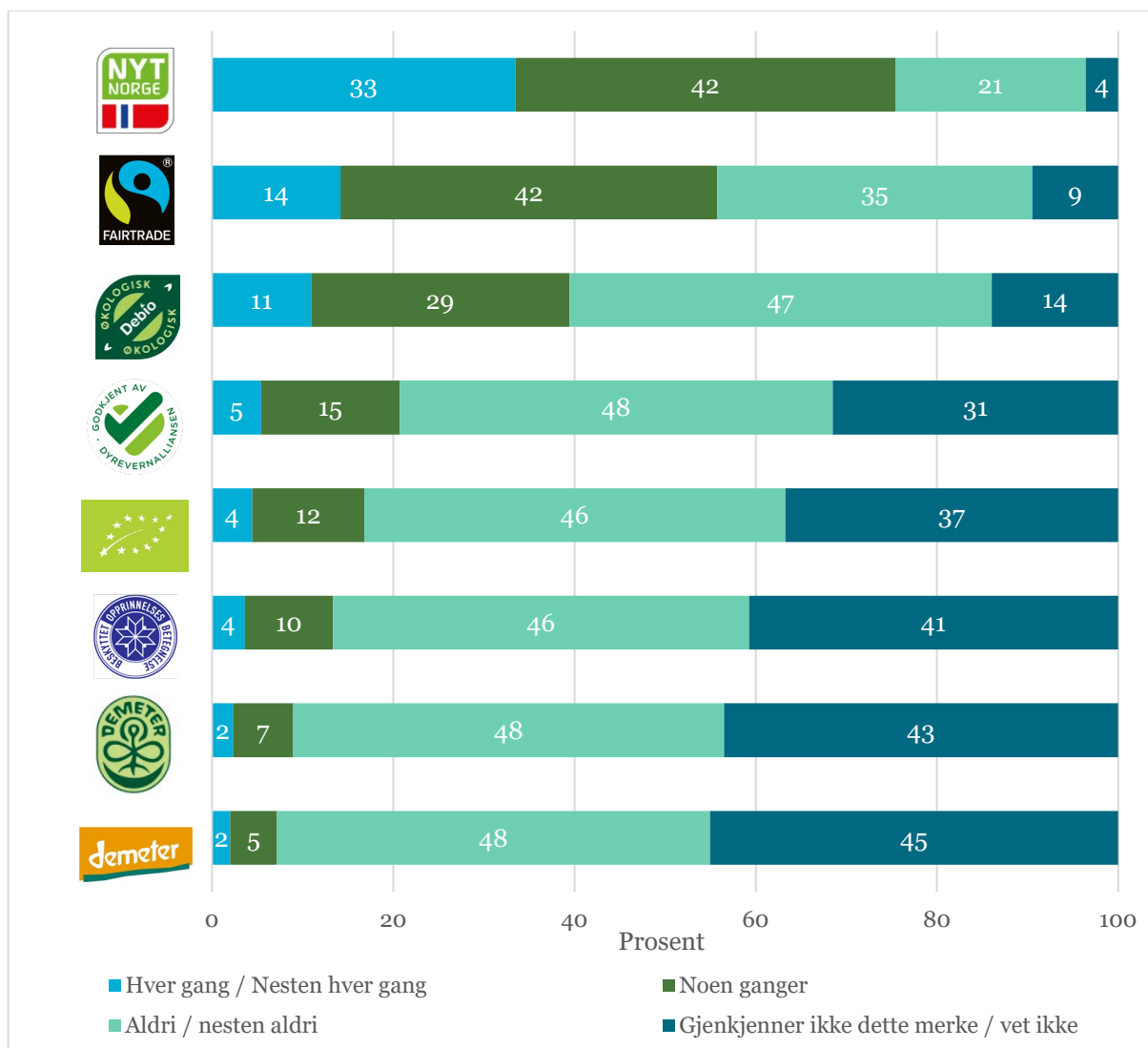
8.3 Bruk av og kjennskap til økologimerkene

Figur 35 viser at forbrukere i liten grad tar hensyn til ulike merker på områdene økologi, opprinnelse, dyrevelferd og rettferdig handel når de handler mat. Det viktigste unntaket er Nyt Norge-merket der én av tre svarte at de så etter merket hver gang eller nesten hver gang de handlet. 14 prosent svarte at de hver gang eller nesten hver gang så etter Fairtrade-merket, mens bare elleve prosent svarte at de så etter Debio-merket. For alle merkeordningene med unntak av Nyt Norge og Fairtrade, svarte i underkant av 50 prosent at de nesten aldri eller aldri så etter disse merkene, og for de to Demeter-merkene (hhv. norsk og internasjonalt merke for biodynamisk landbruk) oppga over 40 prosent at de ikke gjenkjenner disse merkene eller svarte «vet ikke». Én av tre svarte dessuten at de ikke gjenkjenner EU-merket (grønt blad), mot én av ti for Debio-merket. Figur 35 viser dessuten at 31 prosent svarte «gjenkjenner ikke/vet ikke» om dyrevernermerket (Dyrevernsalliansen), og at 48 prosent aldri eller nesten aldri tar hensyn til dette merket når de handler. Dette er ikke overraskende, tatt i betraktning av at dette merket er nytt og bare finnes på et svært begrenset utvalg produkter²⁹.

Liten interesse for økologimerkene

Forbrukere tar i liten grad hensyn til økologimerkene når de handler. Bare én av ti ser etter Debio-merket «hver gang» eller «nesten hver gang» de handler.

²⁹ <https://dyrevernermerket.no/forbruker/hvor-finner-jeg-produktene/>



Figur 35: I hvilken grad tar du hensyn til følgende merker/etiketter når du handler dagligvarer? (N=2067)

Kilde: Organic-PLUS 2019.

Demeter-merkene er ukjent

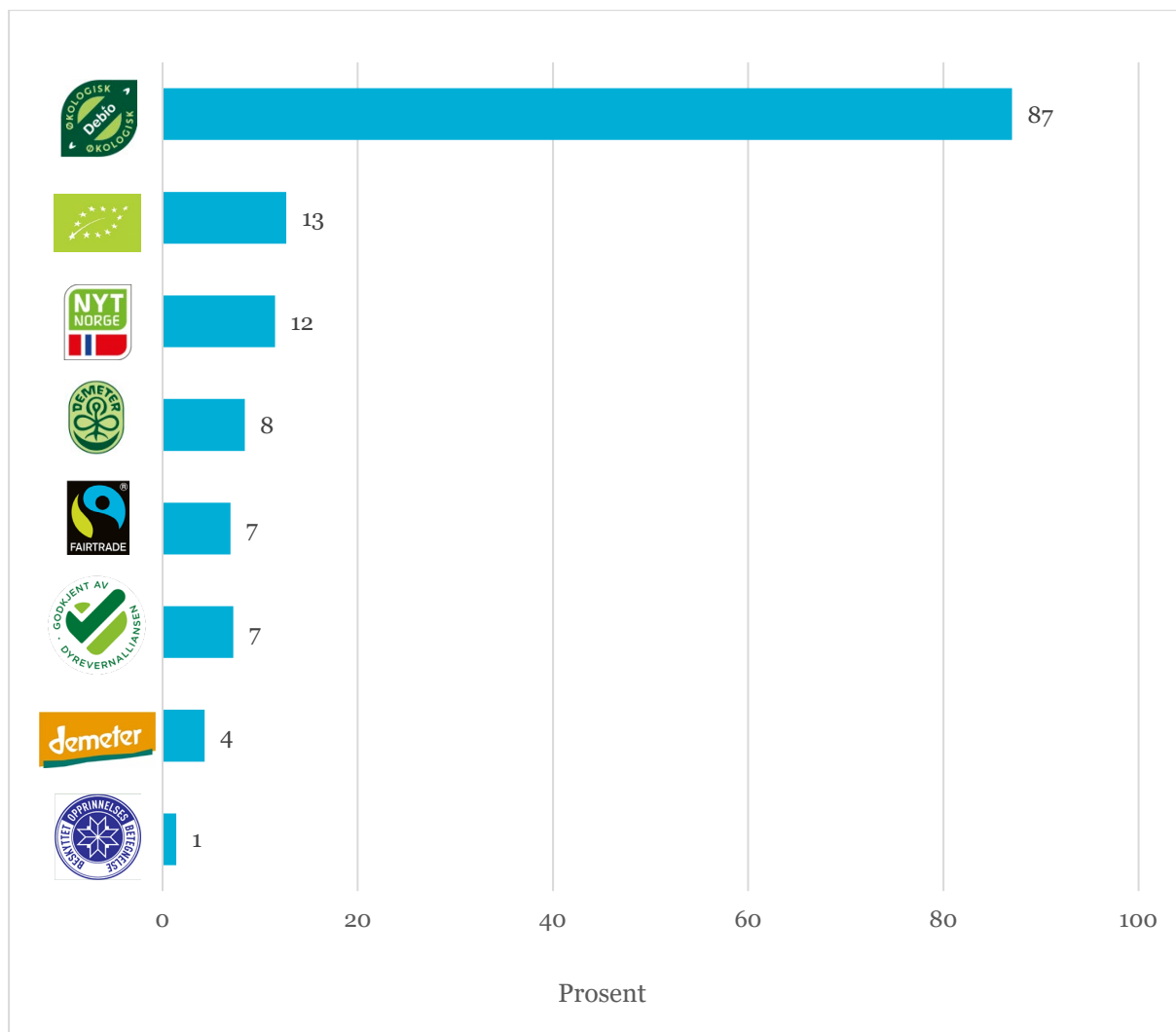
87 prosent kjenner til at Debio-merket indikerer økologisk produksjon, mens svært få kjenner til EU-merket og Demeter-merkene.

For å undersøke i hvilken grad forbrukere er klar over hva merkeordningene betyr, ble respondentene i den samme undersøkelsen bedt om å krysse av for de merkene som de mente indikerte økologisk produksjon. Spurt på denne måten ser vi av Figur 36 at 87 prosent svarte at Debio-merket indikerer at produktet er økologisk. Dette er klart over de andre økologiske merkene, slik som EU-merket (13 prosent),

Demeter norsk (8 prosent) og Demeter internasjonalt (4 prosent). Den relativt høye gjenkjennelsen av Debio-merket kan skyldes at det står «økologisk» på merket. En tidligere studie har påpekt at en svakhet ved EU-merket er at det ikke så lett assosieres med økologisk produksjon³⁰. Det var relativt få som krysset av for noen av de andre ikke-økologiske merkene. Verdt å merke seg er at nesten like mange (12 prosent) tror at Nyt Norge-merket er økologisk som det offisielle økologiske EU-merket grønt blad (13 prosent).

³⁰ Hartmann, M., et al., 2019. Report on quantitative research findings on European consumers' perception and valuation of EU food quality schemes as well as their confidence in such measures. Deliverable 8.1 Strength2Food. European Union's innovation and research programme Horizon 2020 under grant agreement 678024.

Årsaken til lav kjennskap for EU-merket er trolig at få produkter har denne merkeordningen i Norge, men også at det i liten grad er noen generisk markedsføring av og informasjon om merket i Norge. Til tross for høy gjenkjennelsesgrad for Debio-merket, var det få som tok hensyn til merket når de handlet. Vi ser at langt flere (én av tre) så etter Nyt Norge-merket når de handlet, mens bare én av ti var opptatt av Debio-merket.



Figur 36: Hvilke av merkene / etikettene indikerer at dette er et økologisk produkt? Prosent. (Flere svar mulig). (N=2067).

Kilde: Organic-PLUS survey 2019.

8.4 Anskaffelsesmåter for økologisk mat

Før Debio-ordningen ble etablert på slutten av 1980-talet ble økologisk mat gjerne omsatt direkte til forbruker, i uformelle nettverk og spesialbutikker, slik som Helios. Også i de første årene etter at økologisk merket mat kom inn i de ordinære matbutikkene, foregikk mye av omsetningen utenom de store dagligvarekjedene. Helios-kjeden var i sin tid en viktig kanal for omsetning av økologisk mat, spesielt frukt og grønnsaker³¹. Det er også i dag mange økologiske produsenter som foretrekker å selge varene sine

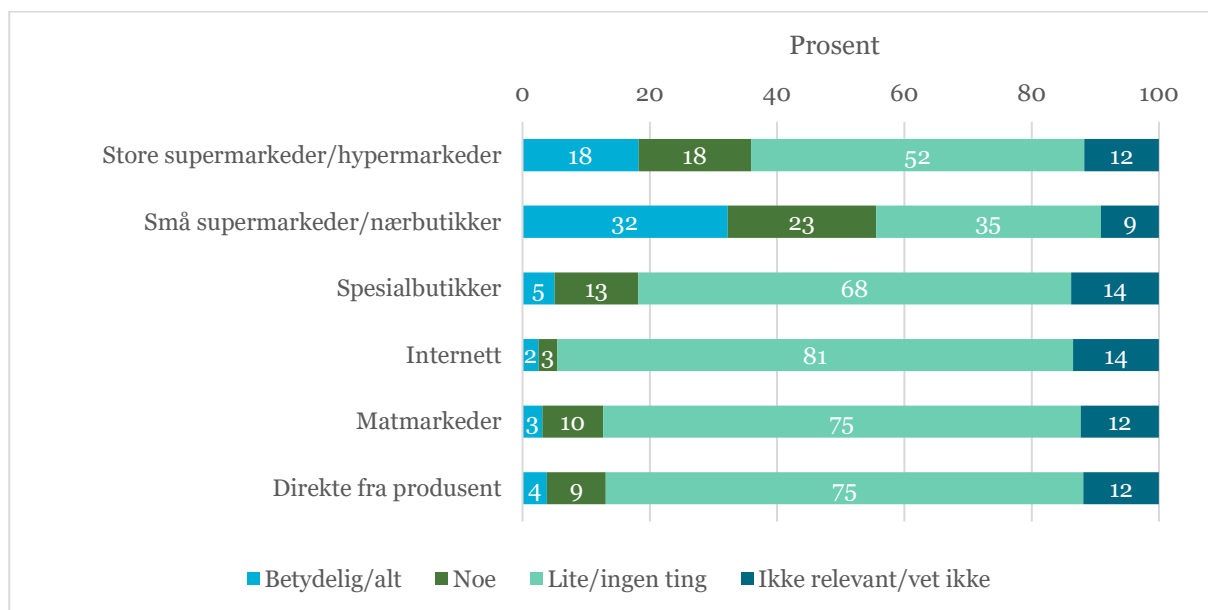
³¹ Vittersø, G. (2000). Forbrukerens rolle i lansering av økologisk melk. Arbeidsnotat nr. 5 - 2000. Lysaker, Statens institutt for forbruksforskning, SIFO.

gjennom alternative salgskanaler, som for eksempel til restauranter og spesialbutikker eller direkte til forbruker.

I Organic-PLUS (2019) ble det spurt om hvor forbrukere både gjør sine ordinære matinnkjøp og innkjøp av økologisk mat. Figur 37 viser fordelingen for innkjøp av økologisk mat, og vi ser at mindre supermarkeder og nærbutikker var den mest brukte innkjøpskanalen. I alt 32 prosent av forbrukerne svarte at den betydeligste delen / all økologisk mat ble kjøpt der. Deretter fulgte store super- eller hypermarkeder (18 prosent). Dette innkjøpsmønsteret gjenspeiler i stor grad butikkstrukturen i Norge, hvor størsteparten av markedet utgjøres av mindre supermarkeder (lavprisbutikker) og nærbutikker. Dette er butikker med et begrenset vareutvalg sammenlignet med de store super- og hypermarkedene³². Andre innkjøpskanaler ble brukt i mindre grad. I alt 18 prosent svarte at noe eller en betydelig del / all økologisk mat ble kjøpt i spesialbutikker, mens 13 prosent svarte det samme når det gjelder matmarkeder og innkjøp direkte fra produsent. Internett var i liten grad brukt som innkjøpskanal. Bare 5 prosent svarte at de hadde kjøpt noe eller en betydelig del / all økologisk mat på Internett. Verdt å merke seg er at relativt mange (9 – 14 prosent) krysset av for vet ikke / ikke relevant for de fleste av innkjøpskanalene. Det kan være et uttrykk for at økologiske produkter oppfattes som lite tilgjengelige uavhengig av type innkjøpskanal.

Forbrukerne handler i mindre dagligvarebutikker

Økologisk mat følger i stor grad det vanlige innkjøpsmønsteret for mat, og blir i hovedsak skaffet i små supermarkeder og nærbutikker og i noe mindre grad fra store supermarkeder og hypermarkeder.



Figur 37: I løpet av de siste 12 månedene, hvor stor andel av din husholdnings forbruk av økologisk mat ble kjøpt / skaffet i følgende salgskanaler/markeder? Prosent. N = 1406.³³

Kilde: Organic-PLUS 2019.

I Organic-PLUS (2019) ble det undersøkt om man spør/ser etter økologisk mat når man spiser på restaurant eller bestiller take-away. Her svarte 48 prosent at de aldri spurte etter økologisk mat på restaurant, mens 29 prosent gjorde det noen ganger og fire prosent svarte alltid. For take-away svarte over 70 prosent at de

³² Alfnes, F., m. fl. (2019). Kartlegging av utviklingen i butikkstruktur, dagligvareutvalg og dagligvarepriser. SIFO-Rapport nr. 5-19. Forbruksforskningsinstituttet SIFO. OsloMet - Storbyuniversitetet

³³ Store supermarkeder og hypermarkeder; Små supermarkeder og nærbutikker; Spesialbutikker (Slaktere, grønnsakhandlere, helsekost, delikatessebutikker o.l.); Handling på Internett (Fra ordinær matbutikk eller spesialbutikk); Matmarkeder (Tradisjonelle utendørs markeder, innendørs bymarkeder o.l.); Direkte fra produsenten (På gården, levert hjem eller annen møteplass).

aldri spurte etter økologisk mat, mens syv prosent gjorde det noen ganger og to prosent alltid. 17 prosent krysset av for at økologisk mat vanligvis ikke var et alternativ når de spiste ute eller bestilte take-away.³⁴

8.5 Oppfatninger av fordeler med økologisk mat

Miljø er viktig for forbrukerne

Flest vektlegger miljøaspektene, dvs. biologisk mangfold, miljø, klima og jordkvalitet i tillegg til dyrevelferd, mens helseaspekter ved økologisk mat er noe mindre vektlagt.

Vi vil se nærmere på hvilke egenskaper forbrukerne opplever som fordelaktige ved økologiske produkter. På informasjonssidene til økologisk.no heter det at økologisk mat betyr at den er produsert med minimal bruk av tilsetningsstoffer, god velferd for husdyra og ingen bruk av kunstgjødsel eller kjemisk-syntetiske plantevernmidler.³⁵ I Organic-PLUS undersøkelsen ble respondentene bedt om å ta stilling til en rekke påstander om eventuelle fordeler ved

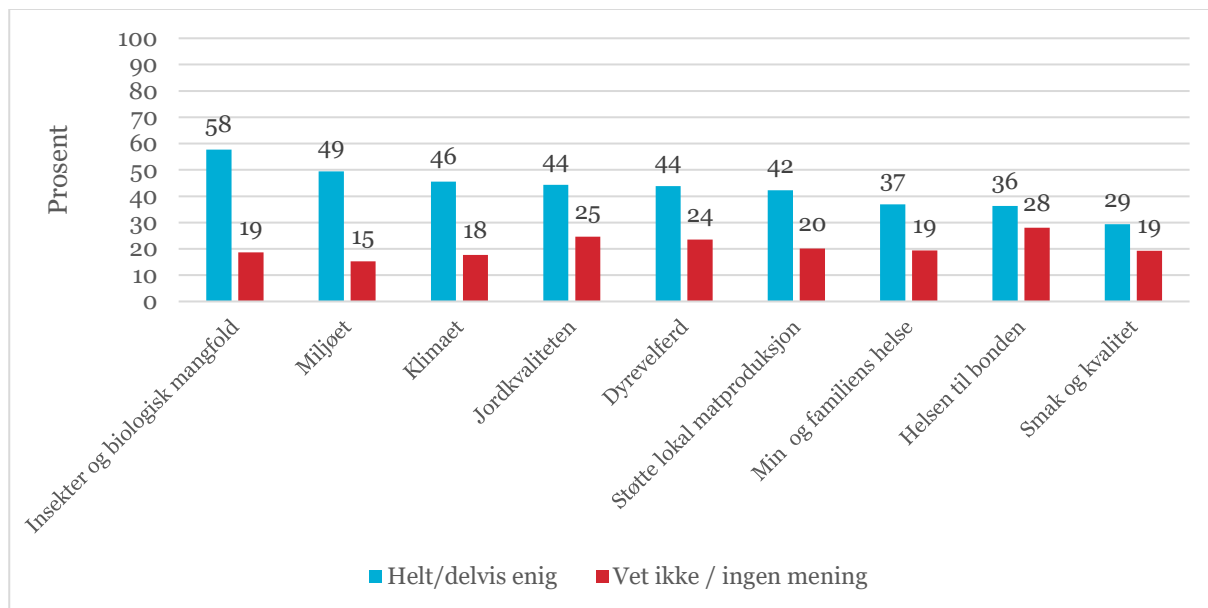
økologisk mat som direkte og indirekte kan knyttes til disse overordnede prinsippene for økologisk produksjon.

Figur 38 viser at det er de miljømessige aspektene (biologisk mangfold, miljø, klima, jordkvalitet) og dyrevelferd, forbrukere er mest oppmerksomme på. Over halvparten (58 prosent) var helt eller delvis enige i at økologisk mat er bedre for insekter og biologisk mangfold. 49 prosent var helt eller delvis enige i at økologisk mat er bedre for miljøet. Dernest følger bedre for klima (46 prosent), jordkvaliteten (45 prosent) og dyrevelferd (44 prosent). En betydelig andel var helt eller delvis enig i at økologisk mat er en måte å støtte lokal produksjon på (42 prosent). Respondentene i denne undersøkelsen var i litt mindre grad enige i at økologisk mat er bedre for egen og familiens helse (37 prosent) og bondens helse (36 prosent). Under 20 prosent av respondentene var helt eller delvis uenige i påstandene knyttet til miljø- og dyrevelferdsaspektene. For påstandene knyttet til helse og smak/kvalitet var det noe større uenighet (henholdsvis 24 og 28 prosent).

Det er verdt å merke seg at så mange som 28 prosent svarte «vet ikke» eller «ingen mening» til utsagnet om at økologisk mat er bedre for helsen til bonden. Generelt var det forholdsvis store andeler (fra 15 prosent om miljøet til 25 prosent om jordkvalitet) som enten svarte «vet ikke» eller «ingen mening» om de ulike utsagnene. Det kan tolkes som at mange er klar over at økologisk landbruk først og fremst betegner metoder som spesielt vektlegger hensyn til miljø og dyrevelferd, men at det også er mange som ikke føler at de har nok kjennskap/kunnskap til å ha en mening om hvilke fordeler som eventuelt er knyttet til økologisk mat.

³⁴ Offentlige storhusholdninger, slik som kantiner, pleieinstitusjoner, sykehus, skoler og barnehager, er også viktige innkjøpere av mat. Mange statlige etater og kommuner har knyttet målsettinger til bruk av økologisk mat. Vi har imidlertid ikke undersøkt dette her.

³⁵ <https://www.økologisk.no/no/tema/hva-er-oekologisk-mat/dette-er-oekologisk-mat>



Figur 38: I hvilken grad er du enig eller uenig i følgende påstander om økologisk mat? Økologisk mat er bedre for ... (På en skala fra 1 – 5). Prosent. N=2067.

Kilde: Organic-PLUS survey 2019.

8.6 Oppfatninger av barrierer for kjøp av økologisk mat

I SIFO-surveyen har vi kartlagt forbrukernes oppfatninger av barrierer for å kjøpe økologisk mat fra år 2000 og fram til 2019. Figur 39 viser at én av fire forbrukere i 2019 var helt enig i påstanden om at «Økologiske matvarer er for dyre». Deretter følger påstandene om at «Jeg ser ingen fordeler med økologisk mat» (17 prosent), «Jeg har ikke nok informasjon om økologisk produsert mat» (13 prosent) og «Jeg har ikke tillit til at økologisk merkede matvarer virkelig er økologisk produsert» (12 prosent). I 2019 var bare en liten andel helt enig i at «Jeg ser sjelden økologiske matvarer der jeg handler» (8 prosent) og «Økologisk mat har for dårlig kvalitet» (7 prosent).

Oppfatningen av dårlig tilgjengelighet for økologisk mat har avtatt betydelig over tid. I år 2000 var dette den viktigste barrieren, og da var nesten én av tre helt enig i at de sjelden så økologiske matvarer i butikkene³⁶. På den tiden var det svært få økologiske produkter tilgjengelige i butikkene og mange produkter var helst å finne i Helios- og andre spesialbutikker³⁷.

Pris («Økologiske matvarer er for dyre») har imidlertid holdt seg som en betydelig barriere i hele perioden. Dette gjenspeiles også i tall fra Norske Spisefakta (2018) som viser at 42 prosent ikke var villige til å betale mer for økologiske produkter. Det var 36 prosent som var villige til å betale «inntil 15 prosent mer» og ni prosent svarte «16 prosent eller mer».

Det var kun 5 prosent som var helt uenig i at økologiske matvarer er for dyre. Men med unntak av pris var det imidlertid flere som var helt uenige enn helt enige i påstandene om ulike typer barrierer (Figur 39).

Økologiske varer er for dyre

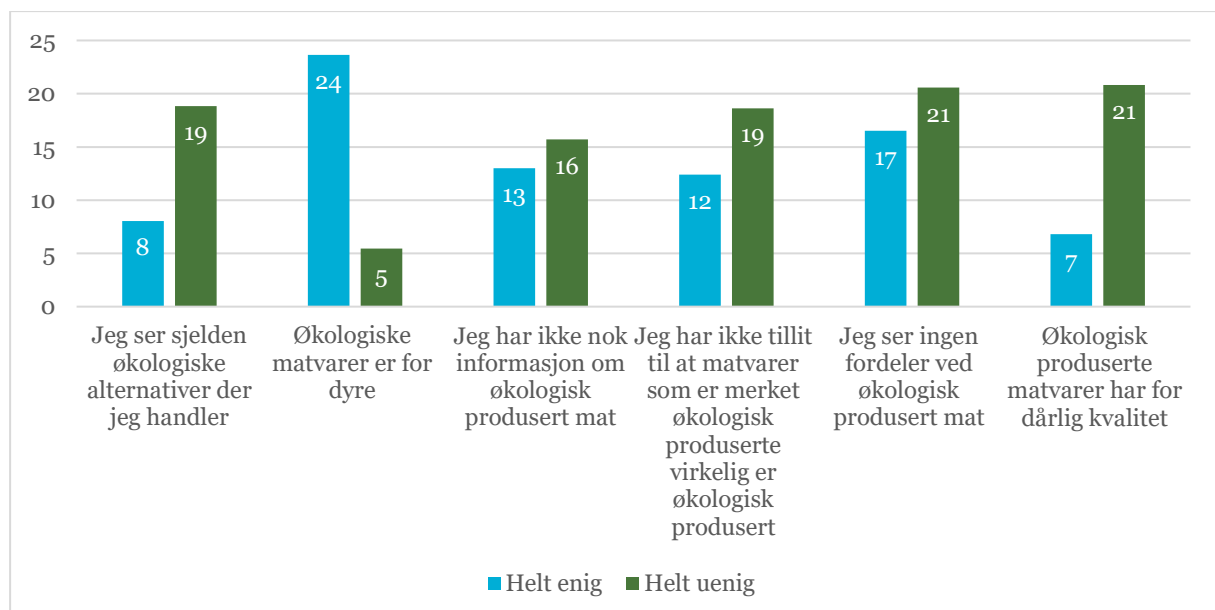
- Nesten 1 av 4 er helt enig i påstanden om at økologiske matvarer er for dyre.
- 4 av 10 er ikke villige til å betale mer.
- Forbrukere oppgir i mindre grad enn tidligere at økologiske matvarer ikke er tilgjengelige der de handler.
- 1 av 5 er helt uenig i påstanden om at de ikke ser fordeler ved økologisk mat.
- En økende andel er imidlertid helt enig i at de ikke ser fordeler ved økologisk mat.

³⁶ Torjusen, H. (2001). Økologisk mat. Hindringer og muligheter for forbruk av økologisk mat sett fra forbrukernes side. Oppdragsrapport nr. 16 - 2001. Statens institutt for forbruksforskning, SIFO. Lysaker

³⁷ Vittersø, G. (2001). Fra Helios til Prix. Begrensninger og muligheter for salg av økologisk mat i dagligvarehandelen. Oppdragsrapport nr. 15 - 2001. Lysaker, Statens institutt for forbruksforskning, SIFO.

Omtrent én av fem var helt uenig i at økologiske matvarer har for dårlig kvalitet, at de ikke ser fordeler ved økologisk produsert mat eller har tillit til økologisk merket mat. Det samme gjelder for påstanden om at «Jeg ser sjelden økologisk mat der jeg handler». En mindre andel (16 prosent) var helt uenig i at de ikke hadde nok informasjon om økologisk mat. Med andre ord var det flere som ga uttrykk for et positivt syn på økologisk mat, enn de som fremhevet barrierene. Utviklingen over tid viser imidlertid en negativ trend på enkelte områder, og spesielt for påstanden «Jeg ser ingen fordeler ved økologisk mat».³⁸ I år 2000 var det kun 7 prosent som var helt enig i denne påstanden³⁹. Denne andelen økte til 14 prosent i 2012 for senere å avta, mens den igjen steg til 17 prosent i 2019.

Om denne tendensen vil fortsette er for tidlig å si. Tallene for 2019 er dessuten ikke helt sammenliknbare med de foregående årene på grunn av forskjeller i hvordan svarene er målt. I 2019 ble påstandene vurdert på en 5-punktsskala mot 6-punkt i årene 2000 og 2012.



Figur 39: I hvilken grad er du enig eller uenig i følgende påstander? Svar på en fempunkts skala fra «helt uenig» til «helt enig». (N=;1196). Figuren viser prosent som svarte «Helt uenig» og «Helt enig».

Kilde: SIFO-survey 2019.

8.7 Økologisk forbruk i lys av andre hensyn ved valg av mat (helse, miljø, etikk, opprinnelse og kvalitet)

Stor tillit til maten

Tilliten til maten i butikkene er stor. Nesten halvparten bekymrer seg likevel for negative helsekonsekvenser av maten, men de fleste kun «litt».

I det følgende vil det bli sett nærmere på noen av trendene som kan tenkes å enten konkurrere med eller understøtte forbruket av økologisk mat. Idealet for dagens matforbrukere synes å være at det de putter i handlekurven verken skal ha negative konsekvenser for deres egen helse eller deres omgivelser - det være seg naturen, miljøet, klimaet, dyra eller fisken. Slike hensyn og vurderinger som kommer til uttrykk er helt i tråd

med de økologiske prinsippene for matproduksjon. Hvordan kan vi så forstå at forbrukerne ikke har større appetitt på økologisk mat?

³⁸ Se: Vittersø, G. & T. Tangeland (2015). The role of consumers in transitions towards sustainable food consumption. The case of organic food in Norway. *Journal of Cleaner Production* 92: 91-99

³⁹ Torjusen, H. (2001). Økologisk mat. Hindringer og muligheter for forbruk av økologisk mat sett fra forbrukernes side. Oppdragsrapport nr. 16 - 2001. Lysaker, Statens institutt for forbruksforskning, SIFO.

En spørreundersøkelse SIFO utførte i samarbeid med Norges forskningsråd i 2016 blant 532 respondenter viste at åtte av ti mente utsagnet «Jeg har stor tillit til at maten jeg kjøper i butikken er trygg» stemte meget eller ganske godt. Kun tre prosent svarte at dette ikke stemte. Vi fant også at tilliten til instanser som skal ivareta mattryggheten var høy. Åtte av ti rapporterte at de hadde meget stor tillit til Helsedirektoratet og Mattilsynet⁴⁰.

At tilliten til mat solgt i Norge generelt var høy, kom også frem av svarene på spørsmål omkring forbrukernes bekymringer. Kun én av ti mente utsagnet: «Jeg bekymrer meg ofte for negative helseeffekter av maten jeg spiser» stemte meget eller ganske godt. Over halvparten (54 prosent) mente utsagnet ikke stemte. Det var henholdsvis 16 prosent, 22 prosent og 27 prosent som var bekymret for at maten de spiste inneholdt rester av plantevernmidler, kunstige tilsetningsstoffer eller medisinerrester. Dette skilte seg ikke nevneverdig fra andelen som bekymret seg for naturlige tilsetninger (16 prosent), tungmetaller/forurensning (23 prosent), mens et fåtall bekymret seg for mugg/naturlige giftstoffer (9 prosent) eller smittestoffer (8 prosent).

Av et utvalg matvarer respondentene ble forelagt var det færrest som var bekymret for mattryggheten ved melk. Omvendt var det med frukt, grønnsaker og oppdrettsfisk. Seks av ti uttrykte bekymring. I tillegg var det ti prosent som av denne grunn ikke spiste oppdrettsfisk overhodet. Det var ingen som lot være å spise frukt og grønnsaker på grunn av bekymringer. Det var 41 prosent som uttrykte at de overhodet ikke bekymret seg for mattryggheten ved rødt kjøtt. 36 prosent uttrykte at de var bekymret, men spiste det likevel. Andelen som spiste mindre rødt kjøtt enn de ellers ville gjort var 13 prosent. Av denne grunn lot fem prosent være å spise rødt kjøtt. Et lignende mønster kom frem for hvitt kjøtt.

Lite bekymret for mattrygghet

- 7 av 10 var overhodet ikke bekymret for mattryggheten ved melk.
- 6 av 10 var bekymret for mattryggheten ved frukt, grønnsaker og oppdrettsfisk.

Høy tillit til norske landbruksprodukter

Over halvparten legger spesielt stor vekt på at maten de kjøper er produsert i Norge.

De senere årene har det vært en betydelig økning i andelen som legger vekt på at maten de kjøper er produsert i Norge. I 2017 svarte seks av ti at det var meget eller ganske viktig for dem at landbruksproduktene de spiste var norske. 27 prosent mente det var litt viktig. 14 prosent mente det ikke spilte noen rolle. Det var imidlertid ingen som svarte at de foretrakk utenlandske landbruksprodukter. Videre var det 77 prosent som var helt

eller delvis enig i utsagnet: «Jeg foretrekker kjøtt som er produsert i Norge» (Norske Spisefakta 2018).

At forbrukerne hadde langt høyere tillit til norske landbruksprodukter enn de utenlandske ble særlig tydelig av svarene på spørsmålet om hvorvidt de trodde utvalgte produkter inneholdt rester av medisiner, plantevernmidler eller miljøgifter. Det var langt flere som mente importert kjøtt (31 prosent) enn norsk kjøtt (7 prosent) inneholdt ganske mye av de nevnte midlene og giftene. Det samme mønsteret kom frem av tallene for frukt, bær og grønnsaker: Seks prosent trodde at norske grønnsaker inneholdt rester av medisiner, plantevernmidler eller miljøgifter mot 25 prosent av de importerte, fire prosent for norsk frukt mot 26 prosent for importert frukt, og fem prosent for norske bær mot 23 prosent for importerte bær (SIFO-survey 2019).

Et trekk ved spisevanene på nittitallet var en veldig tiltrekking av mat fra andre land og kontinenter. Det stod på denne tiden nokså dårlig til med nordmenns matkulturelle selvfølelse; norsk mat var enkel, smakløs og kjedelig. En mann som kom til å endre synet på norsk matkultur var kokken Arne Brimi. I 1987 var Brimi Norges første deltaker i Bocuse d'Or. Året etter skrev han kokeboken «Fra Lom til Lyon. Kokebok fra naturens kjøkken». Av flere er dette blitt omtalt som et gjennombrudd i det norske kjøkkenets historie. For

⁴⁰ Tallene er ikke tidligere publisert.

første gang ble norske råvarer og tilberedningsmetoder hentet inn i gourmetkulturen og anerkjent som utgangspunkt for matkunst på et høyt nivå. Dette fikk også mange konsekvenser for nordmenns syn på egen matkultur ⁴¹.

De siste årene har det vært en økende interesse for lokale råvarer, gamle teknikker og tradisjonsoppskrifter. Fra 2015 til 2017 økte andelen som kunne tenke seg å lage norske tradisjonsretter fra 77 prosent til 86 prosent. Fire av ti uttrykte meget eller ganske stor interesse for å kjøpe norske matspesialiteter. 35 prosent kjøpte lokalproduserte matspesialiteter én gang i måneden eller oftere. Videre var det 39 prosent som kjøpte slike produkter et par ganger i året (Norske Spisefakta 2018).

Økt interesse for lokalmat

Økende interesse for norske, lokale og kortreiste matvarer. Mange kjøper lokalproduserte matvarer regelmessig.

Økende andel fleksible vegetarianere

Egen helse er den viktigste begrunnelsen, men hensyn til miljø, klima og dyrevelferd er også viktige.

Det har de seneste årene vært en økende andel som uttrykker interesse for vegetarmat. Fra 2011 til 2017 økte andelen som var meget eller ganske interessert i denne type mat fra 12 til 16 prosent. Kvinner (24 prosent) og folk bosatt i Oslo (31 prosent) var langt mer interessert i dette spisemønsteret enn befolkningen i sin helhet. Det var imidlertid kun tre prosent som anså seg selv som vegetarianere (Norske Spisefakta 2018).

Selv om kjøtt og melk har fått en mer omdiskutert matkulturell status, uttrykker de aller fleste at det er produkter de setter stor pris på. De aller fleste spiser hvitt kjøtt (75 prosent), storfekjøtt (68 prosent) eller svinekjøtt (60 prosent) til middag én gang i uken eller oftere. For de fleste var kjøttforbruket nokså uendret. Fire av ti mente imidlertid at forbruket deres var blitt redusert de siste to til tre årene. Videre var det nokså mange som ønsket å redusere inntaket av animalske produkter. Storfekjøtt (29 prosent) var det flest ville redusere inntaket av. Deretter fulgte svinekjøtt (21 prosent), lamme-/fårekjøtt (11 prosent) og hvitt kjøtt (7 prosent). Til sammenligning var det 16 prosent som sa det samme om meieriprodukter. Få ville minke forbruket av egg (5 prosent) og fisk/sjømat (3 prosent). Hensyn til egen helse (71 prosent) var den viktigste begrunnelsen, men det var også relativt mange som begrunnet ønsket med hensyn til miljø/klima (36 prosent) og dyrevelferd/etikk (26 prosent). Den økende interessen for vegetarisk spisemønster synes i all hovedsak å ha ført til at flere bestreber seg på å redusere mengden animalske produkter i kostholdet, men ikke fjerne de helt. Fire av ti byttet regelmessig ut noe av kjøttet med grønnsaker når de laget kjøttretter. Langt færre (15 prosent) byttet ut noe av kjøttet med gryn eller korn. To av ti erstattet regelmessig animalske meieriprodukter eller kumelk med produkter av havre, soya, kokos, mandler eller lignende. To av ti valgte bevisst kjøttfrie dager, for eksempel kjøttfri mandag ⁴².

Syv av ti mente utsagnet «Sunn mat forutsetter naturlige råvarer» stemte meget eller ganske godt. 23 prosent mente det stemte litt. Kun ni prosent mente dette ikke stemte.

Som det kommer frem av denne korte redegjørelsen er økologiske prinsipper for matproduksjon helt i tråd med dagens forbrukeres preferanser, hensyn og vurderinger. Mange forbrukere vil ha frukt, bær og grønnsaker som er kortreiste og helst uten bruk av kunstige tilsetningsstoffer og kjemiske plantevernmidler. De vil ha norske kjøtt og meieriprodukter produsert på en måte som ivaretar dyrevelferden. Idealet er også å ha et mest mulig råvarebasert kosthold basert på ferske og friske produkter som har blitt behandlet skånsomt, vært

Forbrukerne foretrekker 'naturlig' og norsk

7 av 10 mente sunn mat forutsatte naturlige råvarer. Like mange la spesielt stor vekt på at maten var «fersk og frisk».

⁴¹ Bugge, A. B. 2019. *Fattigmenn, tilslørte bondepiker og rike riddere. Mat og spisevaner i Norge fra 1500-tallet til vår tid*. Oslo, Cappelen Damm.

⁴² Bugge, A. B. & F. Alfnes, 2018. *Kjøttfrie spisevaner - hva tenker forbrukerne? Oppdragsrapport nr. 14- 2018*. Forbruksforskningsinstituttet SIFO. OsloMet - storbyuniversitetet.

gjenstand for begrenset raffinering og minimal bruk av tilsetningsstoffer. Når forbrukerne omtaler mat som er produsert og fremstilt på denne måten bruker de gjerne begreper som «naturlig mat» - ikke «økologisk». Hva er det så som gjør at egenskapen «naturlig» har fått så stor appell? En tolkning kan være at det oppfattes som en effektiv løsning på de dilemmaene som forbrukerne nettopp erfarer omkring helse, miljø og etikk. Videre kan det tolkes som en kritikk av industriell matproduksjon. Det rommer nok også en del nostalgi – en lengsel etter kjente råvarer samt gamle teknikker og matretter.

Hvis det er slik at de egenskapene folk legger i begrepet 'naturlig' mat i stor grad er de samme hensynene som ivaretas spesielt gjennom det økologiske regelverket, kan man tenke seg to ulike følger av det: På den ene siden kan valget av økologiske matvarer komme i en konkurransesituasjon med ikke-økologiske matvarer som forbrukeren oppfatter som 'naturlige'. På den andre siden kan interessen for 'naturlig mat' peke på et større potensiale for forbruk av økologiske matvarer.

8.8 Hva påvirker forbruket av økologisk mat?

Hvilke positive trekk finner vi ved utviklingen i forbruket, og hvilke faktorer kan virke negativt på videre utvikling av økologisk mat?

8.8.1 Positive faktorer

Økologiske produkter har blitt mer tilgjengelige i de ordinære matbutikkene i de senere årene. Dette gjenspeiler seg blant annet i at færre enn tidligere svarer at de ikke ser økologiske produkter der de handler. Det kan skyldes at matvarekjedene er blitt flinkere til å ta inn og profilere økologiske produkter i varesortimentet. Færre enn tidligere opplever dessuten manglende informasjon som en barriere. Det kan bety at flere kjenner igjen økologisk merkede produkter (Ø-merket) og vet hva det står for. Det er en økende interesse for mange aspekter ved mat som også kan relateres til økologiske produkter og økologisk matproduksjon. Dette gjelder blant annet økt interesse for lokale og kortreiste matvarer, 'naturlige' råvarer og at flere velger vegetarmat av hensyn til miljø, klima og dyrevelferd. Økt tilgjengelighet og det at økologisk mat samsvarer med miljø-, helse- og dyrevernmessige hensyn som forbrukere i økende grad er opptatt av, kan samlet bidra til å forklare at det har vært en viss vekst i forbruket de seneste årene.

8.8.2 Liten bevegelse i forbruket

Men det er også mange utfordringer dersom forbruket av økologisk mat skal kunne øke betydelig. Våre undersøkelser viser at det er i underkant av 20 prosent som sier de kjøper økologisk mat «ofte» eller «alltid», og dette tallet har vært relativt stabilt de seneste årene. Det er en svak økning blant de som svarer at de kjøper økologisk mat «noen ganger». Skal forbruket øke vesentlig må andelen som spiser og kjøper økologisk mat «ofte» eller «alltid», økes betraktelig.

8.8.3 Høy tillit til norsk mat

Forbrukere har en generell høy tillit til norskprodusert mat. I tillegg er det også en høy grad av tillit til instanser som skal ivareta mattryggheten slik som Helsedirektoratet og Mattilsynet. Dette kan forklare at selv om økologiske produkter er helt i tråd med forbrukernes generelle preferanser for mat, så reflekterer det seg ikke i samme grad i interessen for økologisk mat.

8.8.4 Pris og merverdi av økologisk mat

Som vist i Figur 33 var både økologisk og lokal mat langt lavere vektlagt enn norskprodusert, når forbrukerne handler produkter som eple og kylling, og i Spisefakta-undersøkelsen svarte rundt 60 prosent at det ikke var viktig for dem å få noen av de nevnte matvaregruppene økologisk produsert (Figur 32). Samtidig tillegges mange av de hensynene som spesielt vektlegges innenfor økologisk matproduksjon også høy viktighet blant mange forbrukere (Figur 38). Dette kunne tilsi at valg av økologiske matvarer skulle være mer aktuelt for flere. Oppfatninger av prisen på økologisk mat som 'for høy' kan spille inn her. Nesten én av fire er helt enig i påstanden om at økologiske matvarer er for dyre (Figur 39). Noe vi tolker som at

man enten ikke har råd til å kjøpe økologiske produkter eller mangler betalingsvilje i forhold til opplevde fordeler ved økologisk mat.

8.8.5 Varierende kjennskap til og kunnskap om økologisk merket mat

Mye tyder på at det på den ene siden er en mindre, men dedikert kjerne av økologisk forbrukere som står for en betydelig andel av forbruket, mens vi på den andre siden finner en relativt stor andel forbrukere som sjelden kjøper økologisk mat. Det ser ut til at ulike grupper har ulike vurderinger av - og kjennskap til - økologisk mat, men det er ikke entydig hvordan man definerer disse. Et skille går mellom menn og kvinner der flere kvinner kjøper økologisk mat slik at det er grunn til å tro at de også er mer opptatt av hva økologisk mat betyr. Og selv om flere er positivt enn negativt innstilt til økologisk mat, er det også en tendens i retning av at flere ikke ser fordeler ved økologisk mat. Vi har nevnt generell tillit til norskprodusert mat og oppfatning av at økologisk mat er dyrt som to faktorer til at forbrukere ikke velger økologisk mat. Andre medvirkende faktorer kan være at fordelene ved økologisk mat fra tid til annen har vært et omstridt tema i den offentlige debatten, og at informasjon og markedsføring omkring økologisk merket mat har vært mangelfull^{43,44}.

Selv om halvparten av norske forbrukere svarer at de kjøper økologisk merket mat (siste 4 uker), er det bare én av ti som tar hensyn til Ø-merket når de handler. De aller fleste (87 prosent) gjenkjenner Ø-merket, mens svært få har kjennskap til eller kunnskap om Demeter-merkene og EU-logoen (grønt blad). Dessuten er det en relativt stor andel som synes det er vanskelig å ta stilling til i hvilken grad økologisk mat har noen fordeler eller ulemper. Dette taler for at informasjon om økologisk mat og de ulike merkeordningene bør styrkes.

Skal flere forbrukere være opptatt av å handle økologisk mat må de ha kunnskap om hva økologisk mat betyr, og det må føles meningsfylt å bruke slike produkter. Det virker som disse betingelsene ikke er tilstede blant mange forbrukere i dag.

8.8.6 Mer kunnskap

Forbruk og etterspørsel utvikles ikke i et vakuum. Med det mener vi at utviklingen i forbruket må ses i sammenheng med forhold og utviklingstrekk både på tilbuds- og etterspørselssiden. Forhold på tilbudssiden, slik som råvaretilgang, butikkstruktur, prissetting, konkurranse og maktforhold i verdikjeden har stor betydning for hvordan forbruket utvikler seg. I tillegg virker landbrukspolitikken, gjennom sine virkemidler og støtteordninger, også inn på produksjon og forbruk. Dette er forhold som vi ikke har undersøkt her, men som det trengs mer kunnskap om. Vi har vist til at situasjonen for økologisk mat er noe annerledes i våre naboland Danmark og Sverige, hvor økologisk mat utgjør en betydelig større andel av forbruket. Sammenlignende studier mellom land kan også være en kilde til økt kunnskap om situasjonen i Norge.

⁴³ Vittersø, G. & T. Tangeland (2015). "The role of consumers in transitions towards sustainable food consumption. The case of organic food in Norway." *Journal of Cleaner Production* 92: 91-99.

⁴⁴ Zynk Communication & Leadership (2017). *Evaluering av generisk markedsføring av økologisk mat.*

9 Internasjonal utvikling

Både produksjon og forbruk av økologiske næringsmidler økte mindre på verdensbasis i 2018 enn i de foregående årene, men det er store regionale forskjeller.

Veksten i det økologiske arealet var på 2 prosent i 2018 mot 20 prosent året før. Totalt areal var på 71,5 mill. hektar, og Oseania står fortsatt for mer enn halvparten av dette arealet. Arealet i Europa utgjør om lag 22 prosent av verdens totale areal.

Nesten 20 prosent av arealet i Sverige er økologisk.

Omsetningen av økologiske mat- og drikkevarer økte med 5 prosent til nesten EUR 97 mrd. i 2018. Til tross for at andelen av den globale omsetningen som foregår i Europa og USA har gått litt ned, foregår fortsatt nærmere fire femtedeler av den registrerte omsetningen i disse verdensdelene.

Veksten i omsetningen av økologiske varer i Sverige har flatet noe ut, mens den prosentvise veksten fortsatt er tosifret i Danmark. Forbrukerne har stor tillit til økologiske varer i både Sverige og Danmark, og økologiske varer utgjør en stor andel av omsetningen i offentlig sektor.

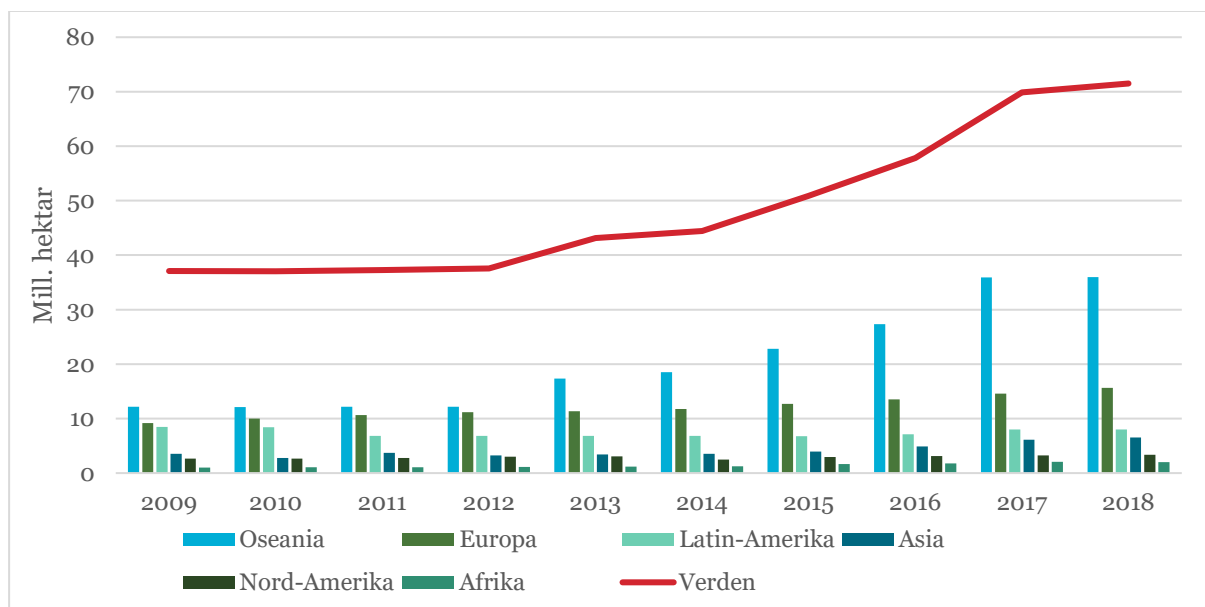
9.1 Veksten i økologisk areal flatet ut i 2018

Dette kapitlet presenterer utviklingen i økologisk jordbruksareal og omsetningen av økologiske jordbruksvarer internasjonalt. Dataene er hentet fra rapporten «The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2020» fra FiBL & IFOAM, når ikke annen kilde er oppgitt. De nyeste tallene for arealutviklingen er fra 2018, og dataene baserer seg på rapporteringer fra 186 land.

Det samlede økologiske jordbruksarealet ble anslått til rundt 71,5 mill. hektar⁴⁵ i 2018. Dette var en økning fra 2017 på knapt 2 prosent⁴⁶ mot 20 prosent økning året før. Totalt økologisk areal utgjorde 1,5 prosent av totalt jordbruksareal i verden. Det anslås at det var 2,8 millioner produsenter i 2018, og 47 prosent av disse befinner seg i Asia. Dette var en nedgang på 5 prosent fra året før, men antallet produsenter har likevel økt med mer enn 50 prosent i løpet av et tiår.

⁴⁵ Dette inkluderer sertifisert økologisk areal og areal under omlegging (karens). Noen datakilder skiller ikke på areal med ulik status. Landbruksareal ekskluderer areal som skog og beiteområder som ikke er til landbruksformål.

⁴⁶ I 2020-rapporten er tallene for 2017 justert ned for flere av verdensdelene i forhold til tallene som ble oppgitt for 2017 i fjorårets rapport. Våre tall er basert på tallene vi oppgav i fjorårets rapport, noe som gir en økning på 2 prosent. I 2020-rapporten fra FiBL & IFOAM er økningen fra 2017 til 2018 basert på oppdaterte tall, noe som gir en økning på 2,9 prosent.



Figur 40: Utvikling av økologiske jordbruksareal (inkl. karens) totalt for verden og fordelt på regioner, 2009–2018, mill. hektar

Kilde: FiBL & IFOAM, «The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2019».

Oseania står fortsatt for halvparten av det totale arealet i verden, mens arealet i Europa utgjør 22 prosent. Samtidig som Nord-Amerika står for 45 prosent av omsetningen av økologiske varer, ligger bare 5 prosent av verdens økologiske areal i regionen.

Tabell 19 viser de ti landene med størst økologisk jordbruksareal i 2018. Nesten 80 prosent av verdens økologiske areal lå i disse ti landene. Til tross for at Australia står for halvparten av det økologiske jordbruksarealet i verden, utgjør dette bare i underkant av 9 prosent av landets totale jordbruksareal. Det aller meste av arealene i Australia brukes til ekstensive beiteområder. 10 av de 16 landene som har en andel på minst 10 prosent økologisk jordbruksareal ligger i Europa. Det økologiske arealet utgjør mindre enn 1 prosent av totalt areal hos 57 prosent av landene som rapporterer økologisk areal.

Tabell 19: De ti landene med størst økologisk jordbruksareal (inkl. karens) i 2018, hektar

	Økologisk areal (ha)	Andel av totalt jordbruksareal i landet	Andel økologisk areal av totalt økologisk areal i verden
Australia	35 687 779	8,8 %	49,9 %
Argentina	3 629 968	2,4 %	5,1 %
Kina	3 135 000	0,6 %	4,4 %
Spania	2 246 475	9,6 %	3,1 %
Uruguay	2 147 083	14,9 %	3,0 %
Frankrike	2 035 024	7,3 %	2,8 %
USA	2 023 430	0,6 %	2,8 %
Italia	1 958 045	15,8 %	2,7 %
India	1 938 221	1,1 %	2,7 %
Tysland	1 521 314	9,1 %	2,1 %

Kilde: FiBL & IFOAM, «The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2019».

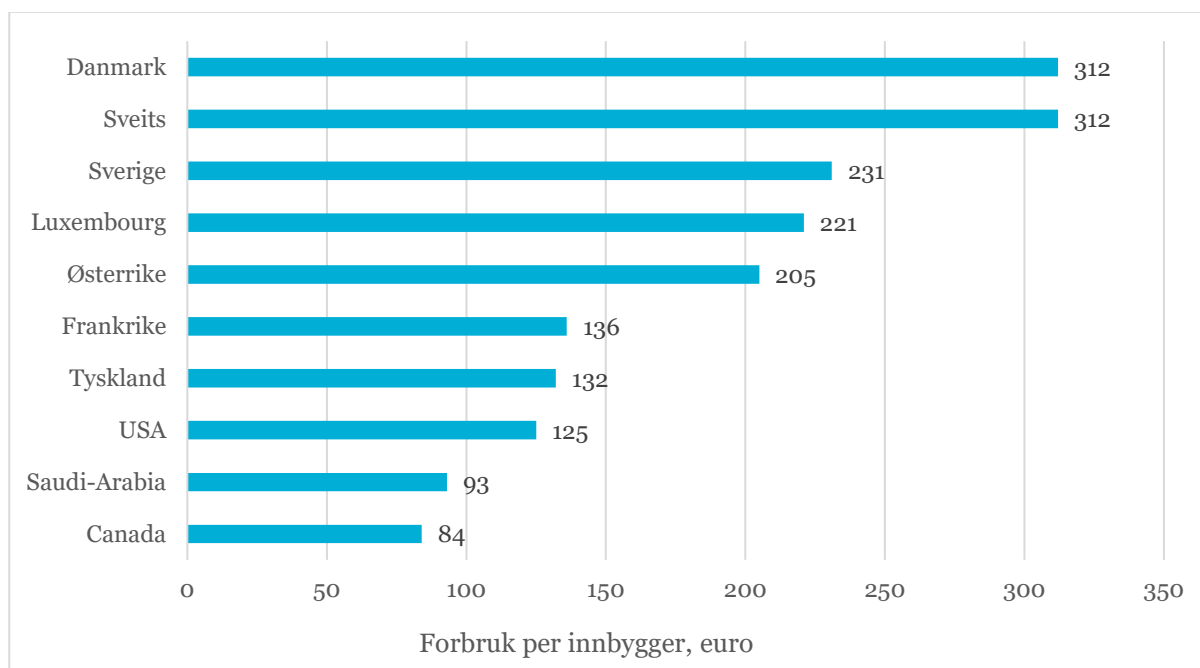
9.2 Land i Europa og Nord-Amerika har størst omsetningen av økologiske produkter

I tillegg til data hentet fra rapporten «The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2020» fra FiBL & IFOAM bygger også dette delkapitlet på deler av rapporten "The Global Market for Organic Food & Drink" av Amarjit Sahota (leder av Ecovia Intelligence) som er gjengitt i FiBL-IFOAM-rapporten.

Omsetningen av økologiske mat- og drikkevarer økte med 5 prosent til nesten EUR 97 mrd. i 2018. Veksten var noe svakere enn de to foregående årene, da omsetningen økte med henholdsvis 10 og 8 prosent.

Av landene som rapporterer økologiske statistikk, er det bare 30 prosent som oppgir omsetningsdata. Forbruket er fortsatt konsentrert, men andelen som omsettes i Nord-Amerika og Europa er redusert fra 90 prosent til 87 prosent. Oseania, som har mer enn halvparten av verdens økologiske areal, står bare for drøyt en prosent av den globale omsetningen. Omsetningen per person er på EUR 33,5 i den regionen. Til sammenligning er omsetningen per person på EUR 119,9 i Nord-Amerika og EUR 50,5 i Europa. Det er imidlertid store forskjeller internt i Europa.

Danmark er fortsatt det landet der omsetningen av økologiske matvarer utgjorde størst andel av den totale matvareomsetningen i landet. Der var andelen på 13,3 prosent i 2017, opp fra 9,7 prosent i 2016. Deretter følger Sveits med 9,9 prosent, Sverige med 9,6 prosent, Østerrike med 8,9 prosent og Luxembourg med 8,0 prosent. I store markeder som USA og Tyskland er markedsandelen for økologiske matvarer i overkant av 5 prosent, mens andelen fortsatt er under 1 prosent i de aller fleste land utenfor Europa og Nord-Amerika.



Figur 41: De ti landene med høyest forbruk per innbygger 2018, euro

Kilde: Amarjit Sahota, "The Global Market for Organic Food & Drink" / FiBL & IFOAM, «The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2019»

9.3 Nesten 20 prosent økologisk jordbruksareal i Sverige

Sverige er fortsatt det nordiske landet med størst økologisk jordbruksareal. Arealet økte med hele 30 000 hektar fra året før, og totalt areal passerte 600 000 hektar i 2018. Finland og Danmark hadde også betydelig økning i økologisk areal med økninger på henholdsvis 38 000 og 30 000 hektar. Det var imidlertid Island som hadde den største prosentvise økningen med 23 prosent økning i arealet. Islands areal har variert en

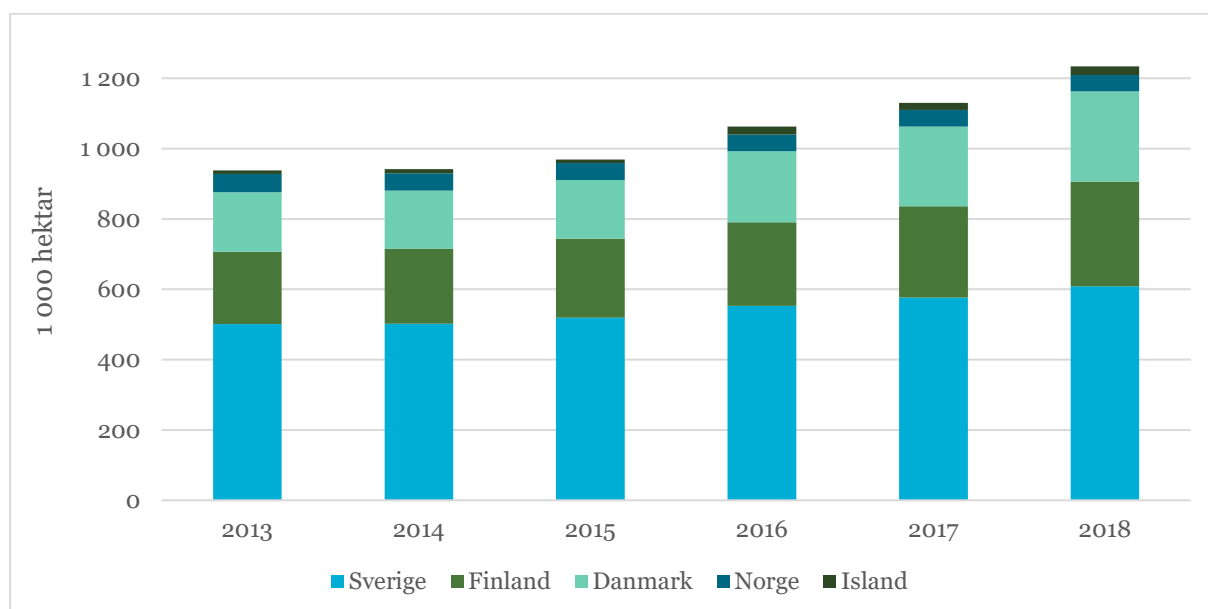
del de siste årene med en nedgang på 11 prosent i 2017 og en dobling i 2016. I likhet med året før gikk arealet ned i Norge i 2018.

Tabell 20: Økologisk jordbruksareal (inkl. karens) i Norden, 2017 og 2018, hektar

	Økologisk areal		Endring fra 2017 til 2018	Andel økologisk av totalt jordbruksareal i landet, 2018
	2017	2018		
Sverige	576 845	608 758	6 %	19,9 %
Finland	259 451	297 442	15 %	13,0 %
Danmark	226 307	256 711	13 %	9,8 %
Norge	47 042	46 377	-1 %	4,7 %
Island	20 177	24 855	23 %	1,3 %

Kilde: FiBL & IFOAM, «The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2019».

I Sverige brukes nesten 20 prosent av jordbruksarealet til økologisk produksjon. Det er bare 5 land som har større andeler økologisk jordbruksareal i verden. Med 13 prosent økologisk areal var også Finland blant de 16 landene med størst andel økologisk areal i verden i 2018. Produksjon av økologisk grovfôr til husdyr utgjør en stor andel av det økologiske arealet i de nordiske landene.



Figur 42: Utvikling i økologisk areal (inkl. karens) i de nordiske landene, 2013–2018, hektar

Kilde: FiBL & IFOAM, «The World of Organic Agriculture - Statistics and Emerging Trends 2019».

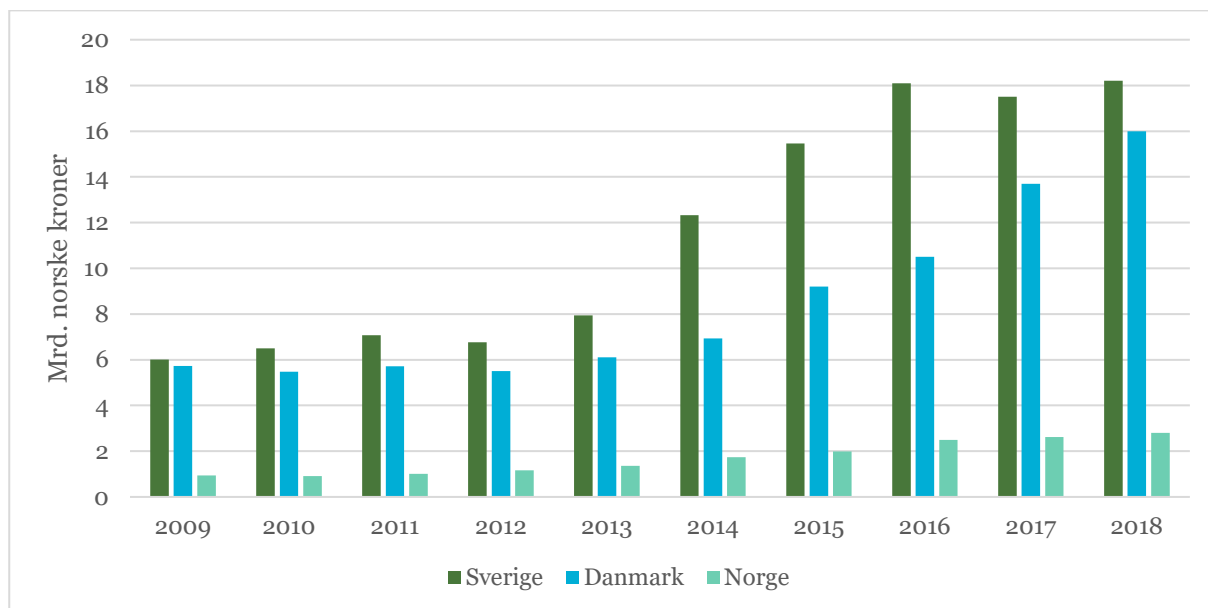
9.3.1 Stor variasjon mellom skandinaviske land

Dette kapitlet er basert på informasjon fra Ekoweb: Økologisk livsmedelsmarknad 2019, Ekoweb: Økologisk livsmedelsmarknad 2019 og Nordic Council of Ministers; Market analysis of organic foods in the Nordic and Baltic countries, TemaNord 2019;540.

Danmark ble det første landet i verden til å passere 10 prosent markedsandel for omsetning av økologiske næringsmidler målt i verdi. Så langt er det ingen andre land som har klart å passere den terskelen. I Sverige var andelen økologisk på 9,6 prosent i 2018. Denne andelen sank til 9,0 prosent i 2019. Figur 43 viser

omsetningen av økologiske matvarer og alkoholfrie drikkevarer i norske kroner i de tre skandinaviske landene.⁴⁷

Danske forbrukere blir omtalt som de mest økovennlige i verden, og mer enn halvparten av dem kjøper økologiske produkter hver uke. Rapportene peker på forbrukernes etterspørsel som den mest sentrale driveren for økt produksjon i de skandinaviske landene som har opplevd stor vekst i omsetningen av økologiske matvarer. I tillegg har politisk oppmerksomhet og offentlige innkjøp vært viktige drivere. Det forventes at fortsatt etterspørselsvekst vil føre til økt omlegging til økologisk areal i alle de nordiske landene fram mot 2030, men da særlig i Danmark fulgt av Sverige og Finland.



Figur 43: Omsetning av økologiske matvarer og alkoholfrie drikkevarer, 2009–2018, mrd. norske kroner

Verdiene er omregnet til NOK ved bruk av årlige, gjennomsnittlige valutakurser fra Norges Bank.

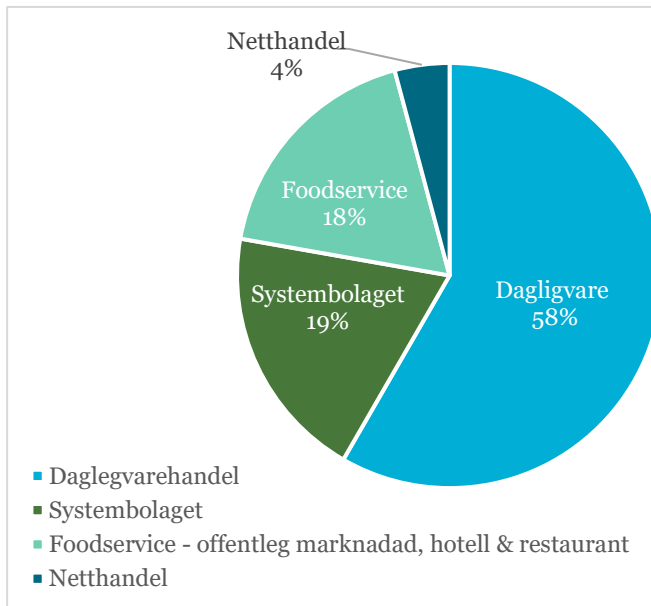
Kilder: Statistiska centralbyrån (2019). Försäljning (inkl. moms) av ekologiska livsmedel och alkoholfria drycker inom handeln efter varugrupp (enligt COICOP). Danmarks statistik (2019). OEKO3: Detailomsætningen af økologiske fødevarer efter vare og enhed. Norge: Nielsen (2019).

Den prosentvise økningen var betydelig i alle de tre landene i årene etter 2013, men med svært forskjellige utgangspunkt har forskjellene mellom Norge og de to andre landene økt. Omsetningsveksten har avtatt noe i Norge og Sverige etter 2016, mens den prosentvise veksten fortsatt er tosifret i Danmark.

Sverige

Økologisk landbruk har vært sentralt i svensk landbrukspolitik siden 90-tallet, og det blir gitt politisk skyv gjennom nasjonale mål og lokale tiltak. Økende etterspørsel, inkludert etterspørsel etter lokalt produserte økologiske varer, vil være en driver for fortsatt økt jordbruksareal. Sverige har et offisielt mål om at 30 prosent av alt jordbruksareal skal være økologisk i 2030.

⁴⁷ Omfanget i statistikken varierer fra land til land, og er dermed ikke direkte sammenlignbart. Statistikken for omsetning i Norge omfatter omsetning gjennom dagligvarebutikker. Den svenske statistikken omfatter alle foretak innen detaljhandelen som rapporterer tolv prosent merverdiavgift. Den danske statistikken omfatter en rekke dagligvarekjeder, varehus og frittstående kjøpmenn.



Figur 44: Andel av total omsetning av økologiske næringsmidler i ulike omsetningskanaler, 2018

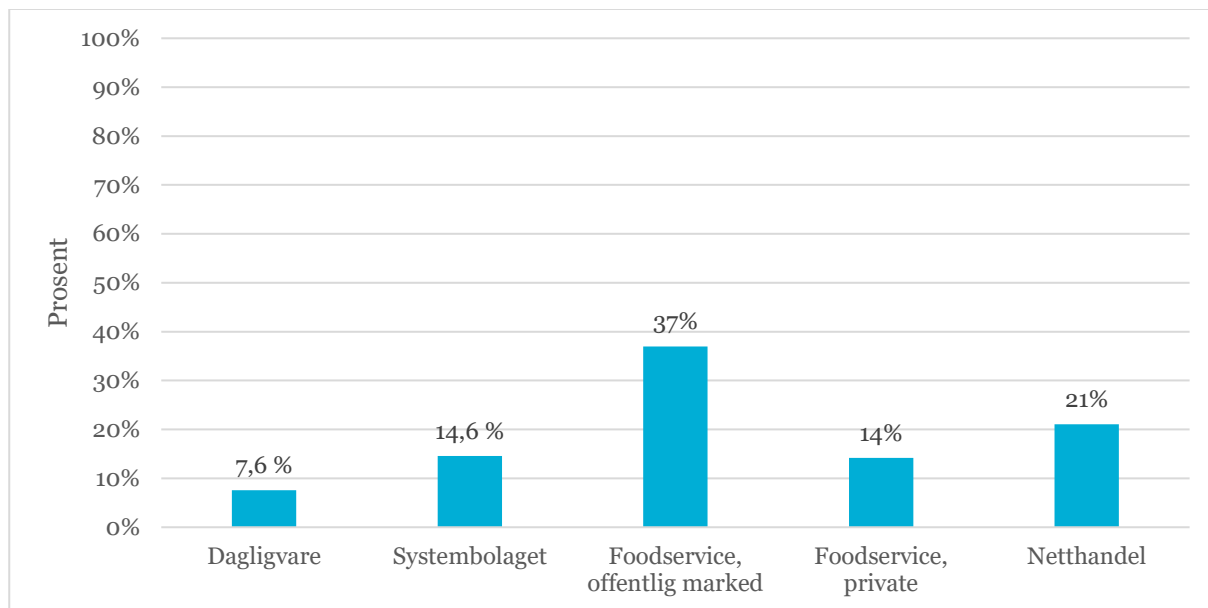
Kilde: Ekoweb: Økologisk livsmedelsmarknad, 30 januar 2020

Nettbutikkene står for tre prosent av den totale omsetningen, mens dagligvarekjedenes nettbutikker utgjør én prosent.

Dagligvarekjedene er den viktigste omsetningskanalen for økologiske matvarer målt i verdi, men har den laveste andelen økologiske varer i forhold til total omsetning. Figuren under viser at den offentlige delen av serveringsmarkedet har den klart største andelen økologiske næringsmidler av alle omsetningskanalene med en økoandel på 37 prosent. I likhet med dagligvaremarkedet har det vært markant mindre oppmerksomhet på økologisk i serveringsmarkedet de siste årene, noe som har medført at omsetningsøkningen har blitt noe mer moderat enn tidligere. Ekomatcentrum (2018, gjengitt i Ekoweb 2019) oppgir at det er satt målsetting om 60 prosent økoandel i offentlige innkjøp innen 2030. Enkelte kommuner har allerede passert dette målet. I barnehagene er økoandelen på 53 prosent, mens den er på 33 prosent i eldreomsorgen.

Den totale omsetningen av økologiske næringsmidler var på 28,2 mrd. svenske kroner (26,2 mrd. norske kroner) i 2019 og 27,8 mrd. svenske kroner (26,0 mrd. norske kroner) i 2018. Av dette var 70 prosent matvarer og alkoholfrie drikkevarer til en verdi av 19,4 mrd. svenske kroner i 2018. Omsetningen av økologiske næringsmidler økte mindre enn prisstigningen i 2019, noe som medførte at andelen økologiske varer sank til 9,0 prosent i 2019. Den reduserte økoandelen forklares med at forbrukerne har blitt usikre på om økologisk er det mest bærekraftige alternativet. Tidligere har økologisk vært alene om å bli løftet fram i butikk, men har nå fått konkurranse fra andre verdier som kortreist, svensk opprinnelse, helse, klimasmart og vegetarisk. Det forventes en dobling av omsetningen av økologiske matvarer fra 2018 til 2030.

Omsetningen gjennom dagligvare utgjør nærmere 60 prosent, mens både systembolaget og foodservice (serveringsmarkedet) har 20 prosent av den totale omsetningen. Netthandel står fortsatt for en liten andel av omsetningen.



Figur 45: Omsetning av økologiske næringsmidler som prosent av total omsetning i ulike omsetningskanaler, 2018

Kilde: Ekoweb: Økologisk livsmedelsmarknad, 30. januar 2020

Andelen forbrukere som oppgir at de er interessert i økologisk mat har økt fra 27 prosent i 2005 til nærmere 40 prosent i 2019. Den typiske svenske «økoforbrukeren» er en kvinne mellom 35 og 60 år, som har over gjennomsnittlig inntekt og høyere utdanning. Forbrukere som handler på internett, kjøper om lag dobbelt så mye økologiske næringsmidler som en gjennomsnittlig kunde i en dagligvarebutikk.

Danmark

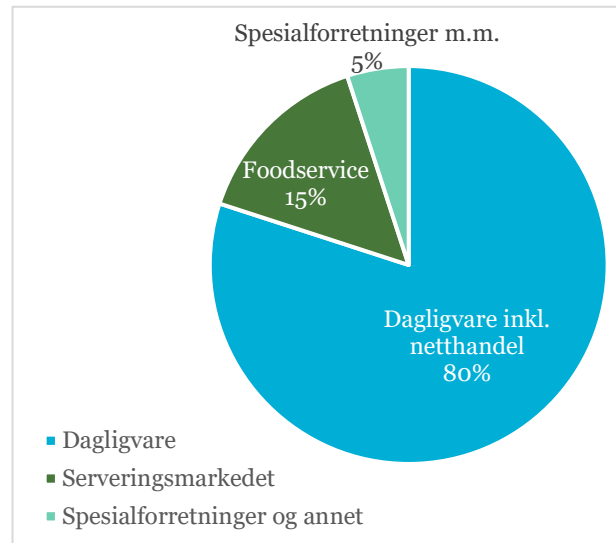
Danmark var først ute i verden med regler for økologisk produksjon, til å utvikle nasjonale standarder og til å lansere et økologisk merke. Danmark var det første landet i verden til å etablere en målsetting om 60 prosent økoandel i offentlige innkjøp.

Økologisk areal økte med 108 prosent, tilsvarende 145 000 hektar, i Danmark i perioden 2005 til 2008. Det forventes at økende etterspørsel vil drive fram mer enn doubling av arealet i Danmark fram mot 2030.

Den totale omsetningen av økologiske varer økte med 14 prosent i 2018, og det forventes at veksten i 2019 vil være om lag på samme nivå. Økningen er i realiteten større enn det verdiøkningen tilsier, fordi prisene har sunket på økologiske varer. Innenfor enkelte varegrupper er salget av økologiske varer større enn for konvensjonelle. En trend er at mange mindre butikker nå bare tilbyr økologiske varer innenfor segmenter der den økologiske andelen er høy. Det forventes at omsetningen av økologiske matvarer tredobles fra 2017 fram til 2030.

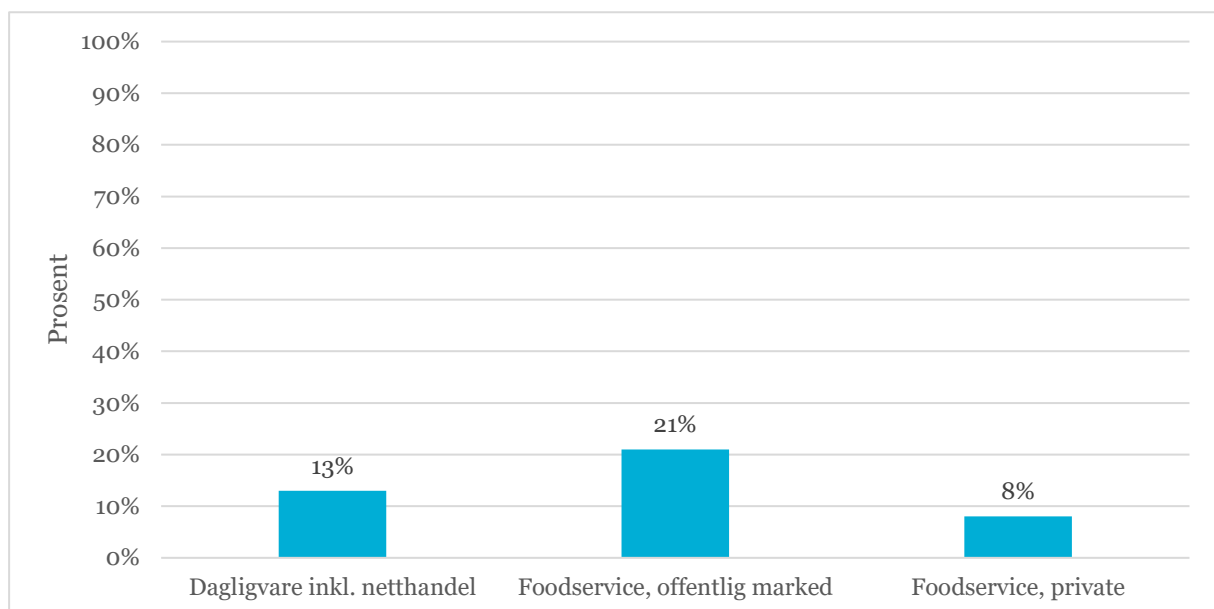
Som figuren viser, står dagligvarebutikker og i netthandel for 80 prosent av omsetningen i Danmark. Det danske markedet har flere likhetstrekk med det svenske: Økoandelen er lavere i dagligvarehandelen enn i serveringsmarkedet, økoandelen er høyere for netthandel enn i fysiske butikker og det er det offentlige som driver utviklingen i økologisk forbruk i serveringsmarkedet. Offentlig sektor stod for 42 prosent av salget av økologiske varer til serveringsmarkedet, noe som er dobbelt så mye som offentlig sektors andel av alle mat- og drikkevarer i serveringsmarkedet. Med begrunnelse i at den stigende interessen for økologi også skulle reflekteres i det offentlige, har regjeringen valgt å støtte konkrete prosjekter i stat, regioner og kommuner som har ønsket omstilling i kjøkkenene i økologisk retning.

Danske forbrukere omtales som de mest økovennlige i verden, og mer enn halvparten av alle dansker handler økologisk hver uke. Det pekes på at en medvirkende faktor til dette er det offentlig godkjente Ø-merket, som har bidratt til å bygge tillit til økologiske produkter. For storforbrukerne (10 prosent av befolkningen) utgjør økologiske varer 47 prosent av innkjøpene, og de bruker mer enn 25 prosent av matbudsjettet sitt på økologisk mat. Gjennomsnittet for danske husholdninger er 13,5 prosent av matbudsjettet. Storforbrukerne er husholdninger med over middels inntekt, de har høyere utdanning og de bor i byregioner og større byer. I gruppen som kjøper mer enn gjennomsnittet av økovarer finner man også kvinner, de i aldersgruppen 30 – 49 år og småbarnsfamilier. Undersøkelser har vist at desto større kunnskap forbrukerne har om økologisk, desto mer tilbøyelige er de til å kjøpe økologisk.



Figur 46: Andel av total omsetning av økologiske næringsmidler i ulike omsetningskanaler, 2018

Kilde: Market analysis of organic foods in the Nordic and Baltic countries, TemaNord 2019;540



Figur 47: Omsetning av økologiske næringsmidler som prosent av total omsetning i ulike omsetningskanaler, 2018

Kilde: Market analysis of organic foods in the Nordic and Baltic countries, TemaNord 2019;540

10 Tilskudd til økologisk jordbruk

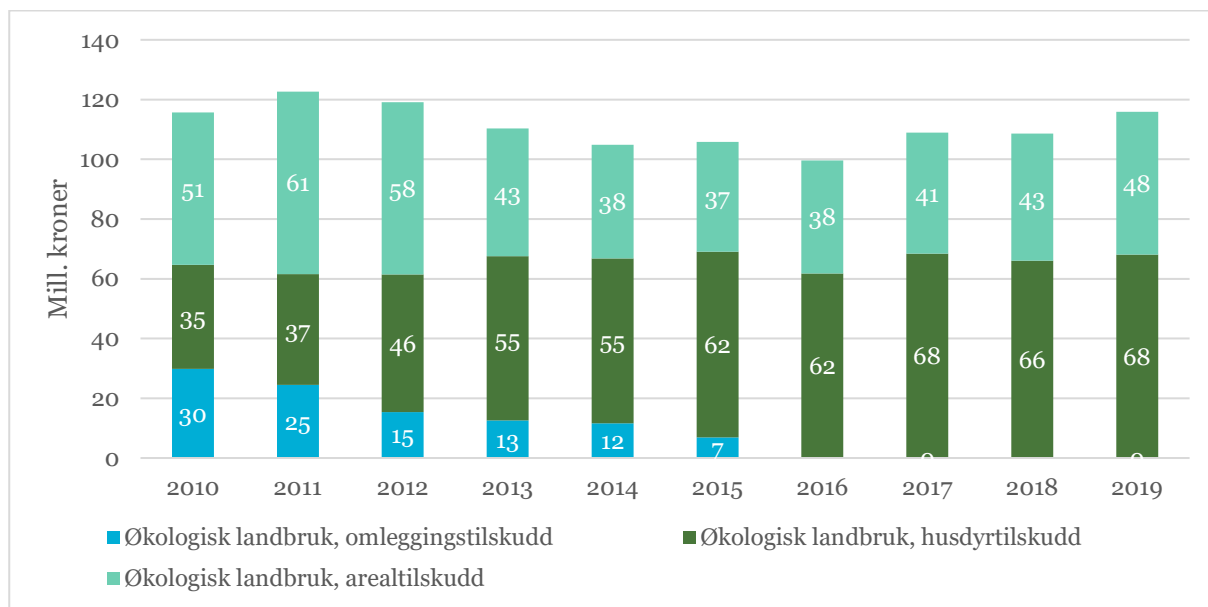
I 2019 ble det utbetalt 115,9 mill. kroner i direkte tilskudd til økologisk primærproduksjon. Dette var en økning på rundt 7 mill. kroner fra året før.

31 mill. kroner ble avsatt over jordbruksoppgjøret i 2019 til økologiske utviklingstiltak.

Dette kapitlet handler om midler som utelukkende går til økologisk jordbruk i Norge, og presenterer utvikling og status innenfor direkte tilskudd og utviklingstiltak for økologisk jordbruk. Tallmaterialet er hentet fra Landbruksdirektoratet.

10.1 Lite endringer i utbetalt produksjonstilskudd

Produsenter som driver økologisk, kan få ekstra tilskudd for den økologiske produksjonen. De ekstra produksjonstilskuddene man kan få for økologisk produksjon er arealtilskudd for økologiske arealer og tilskudd til økologisk husdyrproduksjon. Det er ulike satser for ulike husdyr og vekster. Formålet med tilskuddene er å stimulere til at en større del av jordbruksproduksjonen skjer i form av økologisk produksjon.



Figur 48: Utbetalinger for de ulike ordningene i jordbruksavtalen i perioden 2010 – 2019 i mill. kroner.

Kilde: Landbruksdirektoratet

Utbetalingene for hvert år fram til 2017 gjelder søknadsomganger i august året før og januar gjeldende år.

Utbetalingene fra 2018 og 2019 gjelder for hhv. søknadsomgangene i 2017 og 2018.

Figur 48 viser at utbetalingen av de økologiske produksjonstilskuddene økte frem til 2011, men at det med unntak for 2015 var nedgang fra 2012 til 2016. For 2017 var det igjen en økning på 9,4 mill. kroner. Utbetalingene for økologisk areal og areal i andre års karens gikk opp med 5,2 mill. kroner fra 2018 til 2019. Utbetalingene for økologiske husdyr gikk opp med 2,1 mill. kroner. Omleggingstilskuddet er avviklet med virkning for areal som startet omlegging i 2014 og senere.

Fra 2018 (avtaleår 2017–2018) til 2019 (avtaleår 2018–2019) økte tilskuddssatsene for økologisk areal med frukt og bær m.m., grønnsaker, poteter og korn, mens satsene for grønngjødsling, innmarksbeite og grovfôr ikke ble endret, se Tabell 21. Det ble også innført økologisk arealtilskudd til arealer i første års karens.

Tabell 21: Sats for arealtilskudd for økologisk areal samt arealer som er under omlegging (karensareal). Kroner per dekar

	Avtaleår 2017–2018	Avtaleår 2018–2019
Frukt og bær m.m. ¹⁾	1 500	1 600
Grønnsaker ¹⁾	1 500	1 600
Poteter ¹⁾	600	700
Korn til modning og krossing ¹⁾	325	375
Grønngjødsling ¹⁾	500	500
Innmarksbeite	25	25
Grovfôr ¹⁾	25	25
Areal i 1. karensår ²⁾		150

¹⁾ Inkludert arealer i 2. karensår (og ev. 3. karensår for frukt- og bærarealer).

²⁾ Alle vekstgrupper

Kilde: Landbruksdirektoratet

For husdyr var det ingen endringer i sats, med unntak av tilskudd til melkeku som økte fra 3000 kroner til 3200 kroner per dyr, se tabell 22.

Tabell 22: Sats for tilskudd til økologisk husdyrproduksjon. Kroner per dyr

	Avtaleår 2017–2018	Avtaleår 2018–2019
Melkeku	3 000	3 200
Ammeku	2 200	2 200
Øvrig storfe	700	700
Sau og melkesau	397	397
Melkegeiter	250	250
Ammegeiter	250	250
Avlsgris	502	502
Slaktegris	300	300

Kilde: Landbruksdirektoratet

Innretningen av tilskuddene har endret seg med tiden. I 2011 ble tilskuddssatsen for eng og beitearealer (annet areal som dyrkes økologisk) justert ned og de ledige midlene ble omdisponert til høyere tilskudd til husdyr. I 2012 ble tilskuddet for eng og beitearealer ytterligere nedjustert, og satsene for husdyr økt videre. Denne dreiningen av tilskudd fra areal til dyr hadde som formål å bidra til at flere la om til økologisk husdyrhold, med mulighet for mer økologisk kjøtt i markedet. I 2013 ble det i jordbruksoppgjøret bestemt at omleggingstilskuddet skulle avvikles for foretak som startet omlegging i 2014. Disse foretakene får i stedet økologisk arealtilskudd fra 2. karensår. I 2014 ble tilskuddssatsene for økologisk husdyrhold forenklet slik at satsene ikke lenger var avhengig av hvor i landet produksjonen befant seg. Dette ble gjort i sammenheng med mål om å forenkle støttestrukturen i landbruket. I 2018 ble det innført arealtilskudd til arealer i første års karens for å stimulere til økt økologisk produksjon.

For avtaleåret 2019–2020 er satsen for økologisk areal med grønnsaker, frukt og bær mm. økt fra 1 600 til 1 650 per dekar. Satsene for økologisk areal med potet er økt med 100 kroner per dekar. For husdyrtilskuddene er satsene for øvrig storfe, ammegeit, avlsgris og slaktegris uendret fra forrige avtaleår. Satsen er økt med 200 kroner per dyr for melkeku og 100 kroner per dyr for ammeku. Tilskuddet per økologiske sau og melkesau, samt økologisk melkegeit, økte med 50 kroner per dyr.

10.2 31 mill. til utviklingstiltak innen økologisk landbruk

Landbruksdirektoratet forvalter tilskuddsordningen "Utviklingstiltak innen økologisk landbruk". Tilskuddsmidlene går til å gjennomføre prosjekter som bidrar til økologisk produksjon og salg av mat som er etterspurt i markedet innenfor ulike kategorier; primærproduksjon, markedsadgang, utredninger og informasjon til forbruker.

For 2019 ble det avsatt 31 mill. kroner over jordbruksoppgjøret til ordningen. Det ble gitt føringer fra jordbruksoppgjøret om ulike oppdrag, blant annet utvikling av et Økologiprogram⁴⁸ som skal bidra til mer målrettet, samordnet og effektiv bruk av virkemidler til økologisk jordbruk i jordbruksavtalen, samt evaluering av et produktutviklingsprosjekt i regi av Nofima⁴⁹. Det ble også bestemt at Norsk landbruksrådgiving (NLR) skulle få midler for å styrke sin oppgave innen økologisk jordbruk med utvikling av faglige nettverk, bl.a. i samarbeid med Norsk senter for økologisk landbruk (NORSØK). Debio Info ved Matvalget fikk støtte til veiledningstiltak for bærekraftig og økologisk mat på menyen i storhusholdninger, og et jordprosjekt i regi av fylkesmannen i Oslo og Viken ble videreført. Landbrukets Økoløft⁵⁰, fikk støtte for videreføring av tiltak med formål å bidra til økt økologisk produksjon gjennom samarbeid, kunnskapsformidling og rekrutteringstiltak.

Totalt tildelte Landbruksdirektoratet etter utlysning støtte til 22 prosjekter i 2019.⁵¹ Prosjektene skal bidra til å løse flaskehalsen i hele verdikjeden for økologisk mat. Ordningen er omtalt på Landbruksdirektoratets nettside.⁵²

⁴⁸ Økologiprogram 2019–2030: <https://www.landbruksdirektoratet.no/no/miljo-og-okologisk/okologisk-landbruk/om-okologisk-landbruk/%C3%B8okologiprogrammet-er-klart>

⁴⁹ Nofimas prosjekt innen produktutvikling: <https://www.landbruksdirektoratet.no/no/miljo-og-okologisk/okologisk-landbruk/okologiske-prosjekter/foredling-produktutvikling/%C3%B8komat+2018>

⁵⁰ Landbrukets økoløft: <https://okologisknorge.no/prosjekter/landbrukets-oekoloeft/>

⁵¹ Tilskudd til utviklingstiltak innen økologisk landbruk for 2019: <https://www.landbruksdirektoratet.no/no/miljo-og-okologisk/okologisk-landbruk/tilskudd-til-utviklingstiltak/rift-om-tilskudd-til-%C3%B8koprosjekter-i-2019>

⁵² Omtale av prosjekter innen økologisk landbruk: <https://www.landbruksdirektoratet.no/no/miljo-og-okologisk/okologisk-landbruk/okologiske-prosjekter>

11 Bakgrunnsinformasjon

11.1 Hva er økologisk jordbruk? – idébakgrunn

Økologisk produksjon bygger på et helhetssyn som omfatter de økologiske, økonomiske og sosiale sidene ved produksjonen, både i lokalt og globalt perspektiv. Dette innebærer at:

- bonden betrakter naturen som en helhet og tilstreber et selv bærende og vedvarende agro-økosystem som er i god balanse, og som er basert mest mulig på lokale og fornybare ressurser
- jordens fruktbarhet hovedsakelig opprettholdes ved å resirkulere organisk materiale, og uten bruk av lett løselig mineralgjødsel
- dyrkingssystemet utformes med mest mulig forebyggende tiltak mot skadegjørere og ugress, og uten bruk av kjemisk-syntetiske bekjempningsmidler
- bonden tilstreber en balanse mellom dyretall og areal slik at gården er mest mulig selvforsynt med fôr til husdyrene, og at tilførsel av gjødsel til jorden skjer med minst mulig risiko for forurensning av omgivelsene

11.2 Forvaltning av økologisk landbruk

Mattilsynet har tilsynsansvar for økologisk produksjon, foredling og salg av økologisk mat, men har delegert den utøvende kontroll av gårdsbruk og bedrifter til Debio. Begrepet "økologisk" innen landbruket og akvakultur er beskyttet, og Debios Ø-merke er det norske godkjenningsmerket for økologisk produksjon.

Landbruksdirektoratet har en sentral rolle i utviklingsarbeidet innenfor økologisk produksjon og omsetning. Landbruksdirektoratet har ansvar for:

- markedsovervåkning av økologisk produkter, og utarbeiding av oversikt over areal, produksjon, foredling og omsetning
- forvaltning av importvernet for landbruksvarer, herunder også økologiske landbruksvarer
- rådgivning overfor LMD i spørsmål knyttet til økologisk landbruk
- sekretariatet for Styret for forskningsmidler over jordbruksavtalen
- forvaltning av tilskuddsordningen «Utviklingstiltak innen økologisk landbruk»
- produksjonstilskudd for økologisk landbruk, herunder tilskudd til arealer i 1. karens, arealtilskudd og tilskudd til økologisk husdyrproduksjon.

11.3 Regelverk for økologisk produksjon

Norges regelverk for produksjon og merking av økologiske landbruksvarer skal sikre at landbruksprodukter som er sertifisert som økologisk, tilfredsstiller lovbestemmelsene om økologisk produksjon. Regelverket er en del av EØS-avtalen, og er gjennomført i Norge gjennom Økologiforskriften⁵³. Regelverket er fastsatt som forordninger, og har flere unntaksmuligheter og overgangsordninger. Utover fleksibiliteten som er nedfelt i regelverket er det ikke rom for nasjonale tilpasninger.

Oppdatert EU-regelverk ble gjeldende i Norge fra 18. mars 2017. Dette regelverket hadde vært gjeldende i EU-landene siden 1. januar 2009. I det oppdaterte regelverket var det bl.a. endringer i krav til fast dekke i sauefjøs, innstramming i krav til parallellproduksjon ved dyrking av flerårige vekster og innstramming i krav til bruk av lokalprodusert fôr.

Det er også kommet utkast til et nytt regelverk som vil være gjeldende i EU fra 1. januar 2021 (se også omtale under kapittel 2.3).

⁵³ <https://lovdata.no/dokument/SF/forskrift/2017-03-18-355>

11.4 Import av økologiske landbruksvarer

For å gi grunnlag for norsk produksjon av landbruksvarer, levende kulturlandskap og legge grunnlag for bosetting i hele landet, har Norge et tollbasert importvern for landbruksvarer. Importvernet er en forutsetning for at det kan produseres melk, korn, kjøtt, egg, poteter, frukt og grønt i Norge. Det gir også muligheter for å opprettholde en næringsmiddelindustri i Norge basert på avsetning av norske råvarer.

Importvernet skiller i utgangspunktet ikke mellom økologisk og konvensjonelt dyrkede produkter, noe som gjør det vanskelig å få statistikk over importmengden av økologiske landbruksvarer. Økologiske varer klassifiseres på samme varenummer i tolltariffen som konvensjonelle, og har de samme tollsatsene. Den enkelte importør kan dermed velge om han vil ta inn økologiske eller ordinære importvarer. Dette gjelder både for import til ordinær toll (tolltariffens satser) og import innenfor de ordningene hvor Landbruksdirektoratet administrerer tollsatsene ytterligere ned; generelle tollnedsettelse, individuelle tollnedsettelse, tollkvoter og tollfri import fra utviklingsland. Økologiske produkter har altså den samme tollbeskyttelsen som konvensjonelle varer med noen unntak.

Forskrift 22. desember 2005 nr. 1723 om administrative tollnedsettelse for landbruksvarer (FAT) åpner for tollnedsettelse for utvalgte økologiske produkter i § 14. Det kan gis tollnedsettelse for ferdig bearbejdede økologiske safter, økologisk konserverte varer av frukt, bær og grønnsaker og økologisk barnemat. Villkårene for at det kan gis tollnedsettelse for disse produktene er at det ikke finnes tilstrekkelig norsk produksjon av tilsvarende varer, og at disse varene etter næringspolitiske vurderinger ikke konkurrerer med norske landbruksvarer. I tillegg skal disse varene tilfredsstille gjeldende regelverk og merking av økologiske landbruksvarer.

Formålet med ordningen for økologiske produkter er å gi mulighet for import av varer som det ikke er tilstrekkelig dekning av i Norge, både fordi det produseres for lite økologiske råvarer i Norge og fordi de norske produksjonsbedriftene ikke kan trekke stordriftsfordeler av denne type produksjon.

De individuelle tollnedsettelsene gis for en bestemt periode for et bestemt produkt til en gitt tollsats. Tollsatsen vurderes i forhold til tilsvarende eller lignende konvensjonelle varer.

12 Vedlegg

Vedlegg 1: Antall økologiske jordbruksbedrifter i 2018 og 2019, endring i antall siste år, og andel økologisk av totalt antall jordbruksbedrifter i 2019.

	Antall driftsenheter med økologisk produksjon		Endring antall	Andel økologisk av totalt antall
	2018	2019		
Østfold	159	161	2	8 %
Oslo/Akershus	125	126	1	6 %
Hedmark	165	166	1	5 %
Oppland	143	141	-2	3 %
Buskerud	155	151	-4	7 %
Vestfold	109	115	6	9 %
Telemark	96	92	-4	7 %
Aust-Agder	41	40	-1	6 %
Vest-Agder	55	59	4	5 %
Rogaland	62	64	2	2 %
Hordaland	106	114	8	4 %
SognogFj.	143	140	-3	5 %
MøreogR.	113	103	-10	4 %
Nordland	97	86	-11	4 %
Troms	43	40	-3	5 %
Finnmark	7	8	1	3 %
Trøndelag	393	359	-34	6 %
Sum	2 012	1 965	-47	5 %

Kilde: Debio. Totaltall for beregning av andel økologisk er foreløpige tall fra SSB.

Vedlegg 2: Fylkesvis fordeling av økologisk areal i 2018 og 2019, prosentvis endring siste år og andel økologisk av totalt jordbruksareal i 2019.

	Dekar økologisk areal		Endring siste år	Andel økologisk av totalt jordbruksareal
	2018	2019		
Østfold	45 931	50 320	9,6 %	6,9 %
Oslo/Akershus	37 460	36 362	-2,9 %	4,8 %
Hedmark	44 681	43 799	-2,0 %	4,2 %
Oppland	22 208	21 059	-5,2 %	2,1 %
Buskerud	34 554	32 866	-4,9 %	6,5 %
Vestfold	25 718	26 899	4,6 %	6,7 %
Telemark	15 959	15 995	0,2 %	6,5 %
Aust-Agder	5 222	5 598	7,2 %	5,0 %
Vest-Agder	5 078	5 843	15,1 %	3,1 %
Rogaland	6 783	6 977	2,9 %	0,7 %
Hordaland	7 640	8 391	9,8 %	2,1 %
Sogn og Fjordane	14 672	14 364	-2,1 %	3,4 %
Møre og Romsdal	17 847	16 084	-9,9 %	3,1 %
Nordland	21 482	19 926	-7,2 %	3,6 %
Troms	5 785	6 258	8,2 %	2,6 %
Finmark	629	628	-0,2 %	0,7 %
Trøndelag	105 211	100 157	-4,8 %	6,2 %
Sum	416 859	411 524	-1,3 %	4,2 %

Kilde: Debio. Totaltall for beregning av andel økologisk er foreløpige tall fra SSB.

Vedlegg 3: Priser til produsent for norskproduserte økologiske poteter, grønnsaker og frukt i avlingssesongen 2018–2019. Kroner per kg dersom ikke annet er presisert.

Kulturer	Gjennomsnittspris		Endring 2018–2019 Prosent
	2018	2019	
Potet	9,75	10,62	9 %
Veksthusvarer			
Urter, potte	10,46	10,46	0 %
Agurk, stk	11,89	12,15	2 %
Tomat	12,53	-	-
Veksthussalat, pk (150 g)	12,46	12,46	0 %
Frilandsgrønnsaker			
Gulrot, pk (750 g)	12,67	13,15	4 %
Kålrot	14,21	14,21	0 %
Hvitkål	13,88	14,45	4 %
Blomkål, stk	20,39	22,18	9 %
Brokkoli, pk (400 g)	15,81	17,32	10 %
Kepaløk	15,37	17,96	17 %
Rødløk	18,19	18,54	2 %
Purre	29,90	36,51	22 %
Stilkselleri, stk	15,07	15,45	3 %
Knollselleri	22,57	23,15	3 %
Rødbeter	16,55	17,86	8 %
Pastinakk	23,96	23,17	-3 %
Squash	20,92	22,23	6 %
Isbergsalat, stk	12,95	13,88	7 %
Hjertesalat, pk (300 g)	13,85	14,26	3 %
Ruccola, pk (50 g)	8,47	8,47	0 %
Frukt			
Epler	21,95	19,49	-11 %
Plommer	43,35	38,86	-10 %

Kilde: Landbruksdirektoratet

Vedlegg 4: Omsetning av økologiske grønnsaker og frukt, samt totalomsetning på engrosnivå. Andel økologisk i totalomsetning. Tonn og prosent

Kulturer	2018			2019			2018–2019 Endring i økologisk
	Omsetning Totalt	Økologisk	Andel økologisk	Omsetning Totalt	Økologisk	Andel økologisk	
Potet	49 841	718	1,44 %	53 043	597	1,12 %	-17 %
Veksthusvarer							
Urter	1 852	277	14,97 %	1 839	309	16,82 %	12 %
Agurk	16 790	188	1,12 %	18 084	231	1,28 %	23 %
Tomat	5 956	108	1,81 %	4 748	73	1,55 %	-32 %
Veksthussalat	2 096	8	0,39 %	1 869	1	0,06 %	-87 %
Frilandsgrønnsaker							
Gulrot	32 686	1 677	5,13 %	34 442	1 558	4,52 %	-7 %
Kålrot	12 846	317	2,46 %	11 882	283	2,38 %	-11 %
Hvitkål	9 685	185	1,91 %	9 814	369	3,76 %	100 %
Blomkål	4 549	92	2,02 %	4 945	73	1,48 %	-20 %
Brokkoli	3 106	134	4,33 %	3 227	79	2,45 %	-41 %
Kepaløk	14 933	358	2,40 %	9 876	229	2,32 %	-36 %
Rødløk	5 413	79	1,47 %	4 335	108	2,49 %	36 %
Purre	1 800	10	0,57 %	1 918	69	3,62 %	579 %
Stilkselleri	935	25	2,67 %	909	19	2,14 %	-22 %
Knollselleri	2 124	71	3,36 %	2 287	100	4,39 %	41 %
Rødbeter	977	138	14,15 %	1 007	184	18,31 %	33 %
Pastinakk	378	33	8,68 %	405	19	4,80 %	-41 %
Squash	406	32	7,81 %	317	7	2,29 %	-77 %
Isbergsalat	4 722	85	1,80 %	4 620	101	2,18 %	18 %
Hjertesalat	1 024	43	4,23 %	908	31	3,40 %	-29 %
Ruccola	327	16	4,76 %	174	18	10,59 %	19 %
Frukt							
Epler*	7 449	74	0,99 %	8 193	50	0,61 %	-33 %
Plommer*	1 588	30	1,89 %	2 276	31	1,36 %	3 %

Vedlegg 5

Kilde: Landbruksdirektoratet

* Tall justert med informasjon fra fruktlagerinspektøren for 2018

Vedlegg 5: Antall dekar per fylke for dyrkning av poteter, grønnsaker, frukt, bær og urter gjennom andelslandbruk i 2018 og 2019. Samlet omsetning for alle andelslandbruk, per fylke

	Dekar poteter, grønnsaker, frukt, bær og urter*		Antall andeler		Omsetning, kr	
	2018	2019	2018	2019	2018	2019
Akershus	51	45	707	761	2 298 259	2 414 848
Aust-Agder	3	3	41	19	147 000	40 000
Buskerud	9	10	97	91	258 650	253 500
Finnmark						
Hedmark	15	14	91	56	259 000	186 200
Hordaland	3	4	71	95	300 000	350 000
Møre og Romsdal						
Nordland						
Oppland	11	11	167	97	420 000	244 450
Oslo	1	4		56		180 000
Rogaland	12	23	176	225	532 500	702 000
Sogn og Fjordane						
Telemark	15	20	140	260	475 000	1 140 000
Troms						
Trøndelag	32	29	317	301	1 178 500	2 719 792
Vest-Agder	5	5	40	99	108 000	264 431
Vestfold	28	14	855	740	2 698 100	2 724 000
Østfold	14	13	176	210	480 000	575 000
Totalt	197	194	2879	3010	9 155 009	11 794 221

Kilde: Økologisk Norge

*ekskludert areal til grønn gjødsling og eng. I fjorårets utgave var eng inkludert i beregningsgrunnlaget.

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

LANDBRUKSDIREKTORATET STEINKJER

BESØKSADRESSE:
Skolegata 22, C-bygget, 7713 Steinkjer

www.landbruksdirektoratet.no
