

Ekowebbs Marknadsrapport 2020

## **Den svenska ekologiska livsmedelsmarknaden tappar marknadsandelar – en minskning med 0,3 procentenheter från 9,3 procent 2018 till 9,0 procent 2019.**

*- Försäljningen av ekologiska livsmedel inom detaljhandeln har avstannat under 2019. Nu tappar samtliga stora aktörer ekoandelar. Mot strömmen går däremot Systembolaget, Foodservice-grossisterna och näthandeln som ökar både sin försäljning och ekoandelar. Trots detta tappar den svenska ekologiska livsmedelsmarknaden ekoandelar totalt sett, säger Olle Ryegård, analytiker, Ekoweb.*

**Ekoweb släpper nu för 12:e året i rad sin marknadsrapport om den ekologiska försäljningen i Sverige. Ekoweb är en privat och politiskt obunden marknadsbevakare specialiserad på ekologiska livsmedel.**

Ekoweb kan rapportera att den försäljningsökning av ekologiska livsmedel som vi sett under många år har avstannat inom detaljhandeln under 2019, en trend vi började se redan under 2016 men som nu är tydlig över hela detaljhandelsblocket. Under 2019 tappade samtliga fyra stora detaljhandelsaktörer, ICA, Coop, Axfood och Bergendahls, ekomarknadsandelar.

*- Den ekologiska livsmedelsmarknaden i Sverige ökade 2019 med 0,4 miljarder kronor till 28,2 miljarder kronor, en ökning på 1 procent. Under samma period ökade dock livsmedelspriserna i Sverige med 3,5 procent, vilket medför att ekoandelen sjönk från 9,3 procent till 9,0 procent 2019, säger Olle Ryegård, analytiker, Ekoweb.*

Utvecklingen speglar det faktum att fokus i detaljhandeln har flyttats från ekologiskt till andra mervärden, något som man kan se både i samhällsdebatten och i konsumentströmningarna för perioden. Fortsatt urstarka trender är hälsa, hållbarhet, miljö, klimatsmart och koldioxidneutralt. I spåren av detta har ytterligare en trend tilltagit i styrka, vegetotrenden och ifrågasättandet av köttätande. Detta har märkts i butikerna som i högre grad valt att profilera vegetariskt framför ekologiskt under 2019.

*- Det är tydligt att försäljningen av ekologiska livsmedel har avstannat i detaljhandeln. Ekologiska livsmedel är inte lika "heta" och trendiga som vegetariska. En stor del av mervärdet inom ekologiskt och framför allt KRAV är den exceptionellt höga djurvälferden, ett mervärde som naturligtvis blir betydelselöst för kunder som väljer vegetariskt. Men även trender som ökar bekvämligheten, tex färdigmat som nu växer kraftigt, påverkar ekoförsäljningen negativt då det inom dessa segment knappt finns några ekologiska alternativ, säger Olle Ryegård, analytiker, Ekoweb.*

Ekoförsäljningen i detaljhandeln har minskat mest inom segmentet svenska animaliska produkter.

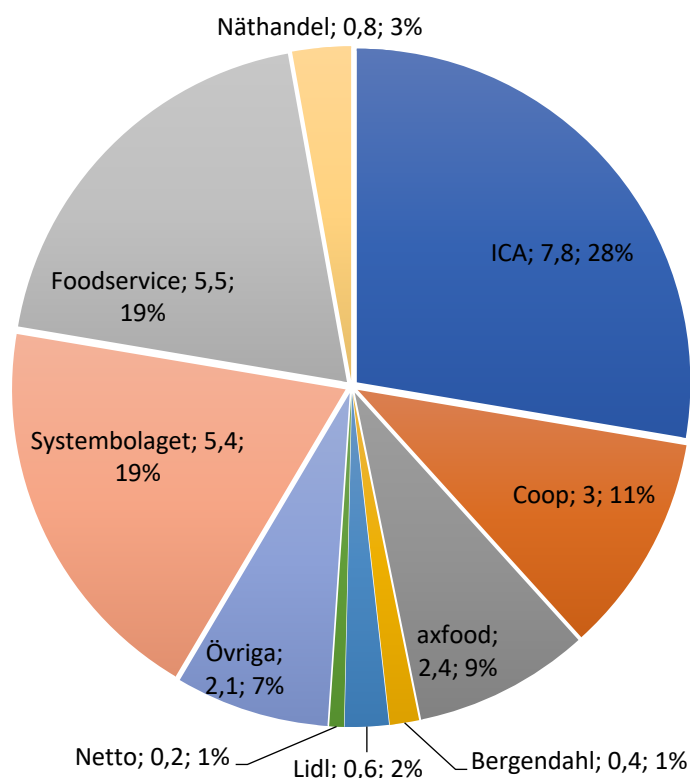
*- Försäljningen av svenska ekologiska mejerivaror har minskat med cirka fem procent under 2019. Även ekologiskt nötkött, lamm, kyckling, ägg och griskött har haft det motigt och brottats med överskott. Det är lite förvånande eftersom många konsumentundersökningar visar att djurvälferd och svenskt ursprung är mycket viktigt för konsumenten. En orsak kan vara att många konsumenter uppfattar ekologiskt som för dyrt, en annan är betydligt mindre exponering i butik, säger Olle Ryegård, analytiker, Ekoweb.*

Detaljhandeln har just nu ett splittrat fokus på olika hälso- och miljötrender och de stora aktörerna på marknaden aviserar inga, eller mycket få enskilda satsningar på ekologiskt under 2020.

*- Eko har dock sin självklara plats i hälso- och klimatdebatten och så länge dessa värden är på tapeten gynnar det ekosegmentet. Jag bedömer att ekomarknaden har potential att växa med minst en miljard nominellt per år, men då krävs en förändring i detaljhandels sätt att hantera ekofrågan, framförallt när det gäller marknadsföring, annars får man nöja sig med en stagnerad marknad. Jag ser i dagsläget inga tecken till någon sådan förändring, säger Olle Ryegård, analytiker, Ekoweb.*

För att ta del av den fullständiga marknadsrapporten, frågor och intervjuer kontakta Olle Ryegård 0707-991868. Från 30/1 kl 17.00 kommer marknadsrapporten att finnas tillgänglig för nedladdning på Ekoweb:s hemsida, [www.ekoweb.nu](http://www.ekoweb.nu).

## Försäljning av ekologiska livsmedel 2019 i marknadsandelar - 28,2



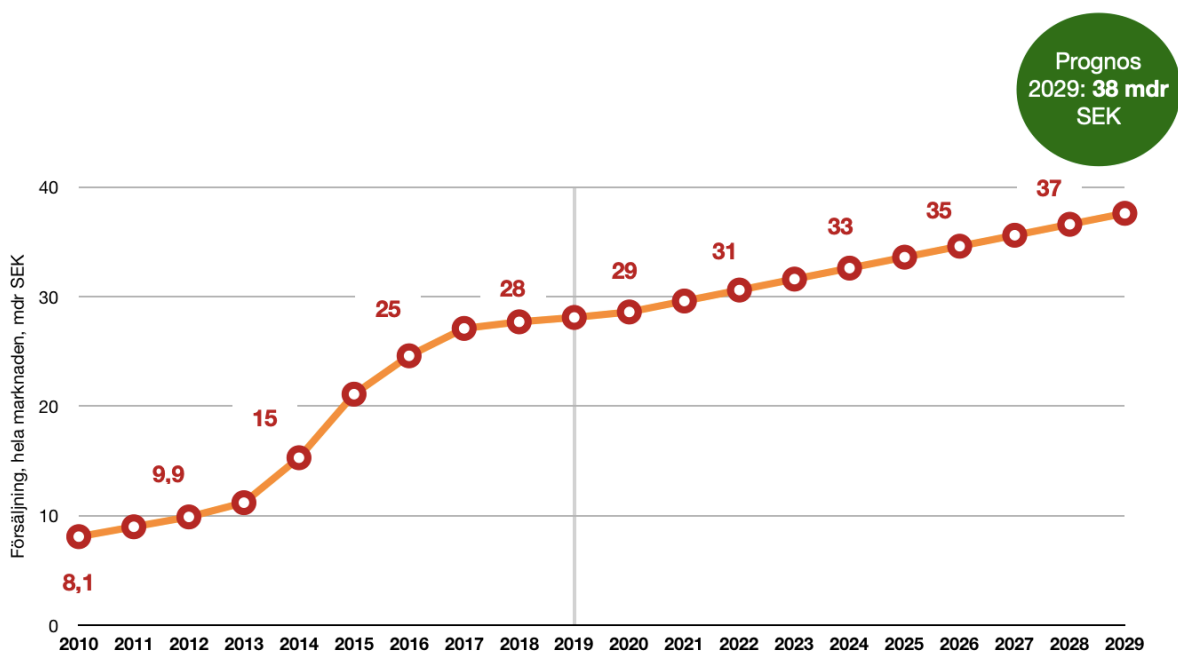
*Fördelning av den totala ekologiska livsmedelsförsäljningen i Sverige 2019, värde 28,2 miljarder kronor. ICA Centralt sortiment + lokalt + näthandel 7,8 mdr kr, Coop 3,0 mdr kr inklusive näthandel, Foodservice 5,5 mdr kr, Systembolaget 5,4 mdr kr, Näthandel 0,8 mdr, Axfood 2,4 mdr kr, Bergendahls 0,4 mdr kr, Netto 0,2 mdr, Lidl 0,6 mdr. och övriga 2,1 mdr kr.*

*\* Totala näthandeln beräknas till 1,4 miljarder kronor. I ICA:s och Coop:s siffror ingår deras näthandel. Dessa är borträknade från näthandeln dvs. 0,6 mdr kr, enligt Ekoweb:s bedömning.*

## Ekologisk försäljning och ekoandel hos de största aktörerna 2019

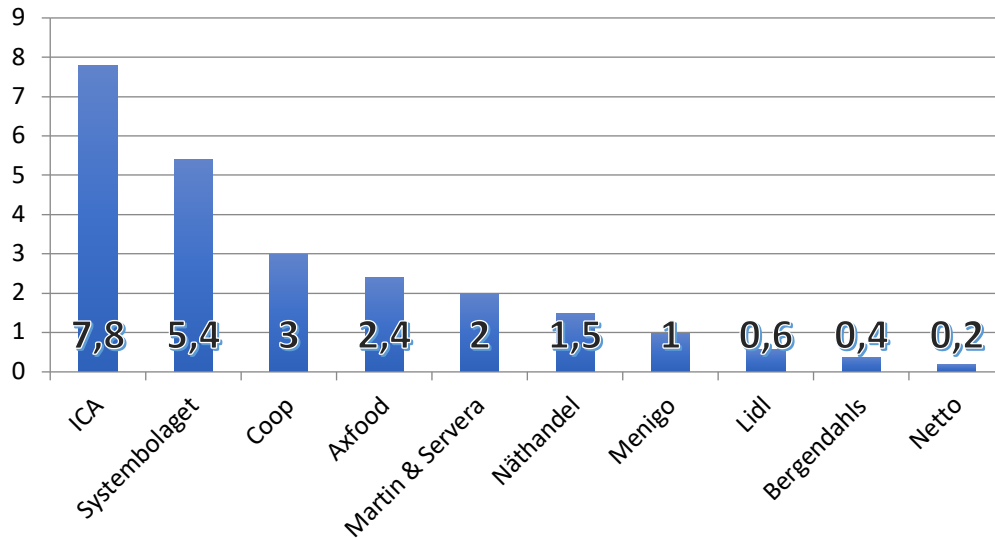
| Aktör            | Värde, mdr SEK | Förändring, % | Andel eko, % |
|------------------|----------------|---------------|--------------|
| ICA              | 7,8*           | -2,0*         | 5,7*         |
| Systembolaget    | 5,4            | +6            | 14,9         |
| COOP             | 3,0            | -3,0          | 9,2          |
| Martin & Servera | 2,0            | +5            | 17,9         |
| Axfood           | 2,4*           | 0*            | 6,2*         |
| Menigo           | 1,0            | +18           | 15,9         |
| Lidl             | 0,6*           | +2,7          | 6,1          |
| Bergendahls      | 0,4*           | -8,0          | 4,0*         |
| Mathem           | 0,3            | +20*          | 25           |
| Netto            | 0,2            | 0             | 3,0*         |
| Mat.se           | 0,1            | +20*          | 16,4*        |

Tabellen visar de olika aktörernas försäljningsvärde när det gäller ekologiska livsmedel 2019. Data markerade med \* är Ekowebs bedömning.



Prognos för utvecklingen av den svenska marknaden för ekologiska livsmedel fram till 2029. Marknaden är uttryckt i försäljningsvärde, miljarder SEK, och inkluderar dagligvaruhandel, e-handel, grossister inom Foodservice och Systembolaget.

## De största aktörerna 2019 i mdr kr



Diagrammet visar de tio företag som säljer mest ekologiska livsmedel i Sverige (miljarder kronor). ICA är den enskilt största aktören och står själv för drygt en tredjedel av den ekologiska livsmedelsförsäljningen i Sverige. Systembolaget är tydlig tvåa. Under året har Coop köpt Netto, men Ekoweb har valt att redovisa dessa siffror separat.