

# Ekokonsumentionen i Finland och Europa 2023



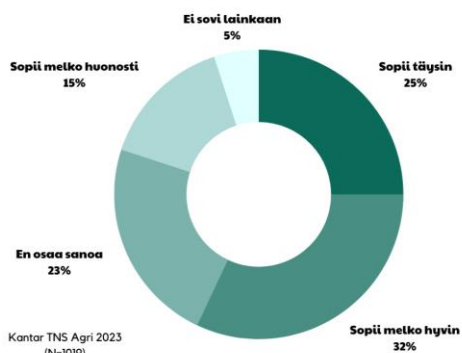
Sakkunnig Heidi Haavisto-Meier  
Pro Luomu ry

PROLUOMU



## HÅLLBAR KONSUMTION

Priset på livsmedel har redan stigit så mycket, att det har en stor inverkan på hur väl jag kan ta hänsyn till ansvarsfulla val när jag handlar mat.



55% AV DE S.K. AKTIVA  
EKOKONSUMENTERNA SOM  
KÖPER EKOLOGISKT VARJE  
VECKA SVARAR I  
UNDERSÖKNINGEN TILL  
VÄNSTER ATT PÅSTÄENDE  
STÄMMER HELT ELLER  
STÄMMER GANSKA BRA.

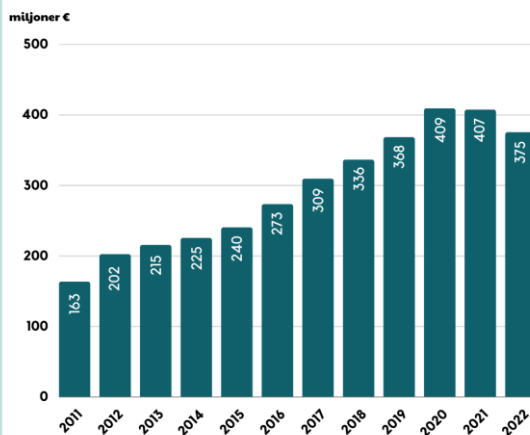
# MARKNADEN I FINLAND

## EKOLOGISKT I BUTIKEN

- År 2022 såldes ekologiska varor i dagligvaruhandeln för 375 miljoner euro.
- Försäljning sjönk med åtta procent jämfört med föregående år.
- Försäljning av ekoprodukter är dock på en högre nivå än under år 2019 dvs före coronapandemin.

## EKOFÖRSÄLJNINGEN I FINLAND

I LIVSMEDELSBUTIKER 2011-2022



## EKOLOGISKT I BUTIKEN

- En del av ekoproduktgrupperna klarade sig rimligt bra fastän priserna på livsmedel steg. Ekobarnmat är dock den ända produktgruppen som lyckades växa både i värde(€) och i volym.
- Ändringar i värde och volym var marginell för ekoproduktgrupperna; fett(gul), saft, saftsoppor, mjöl och spannmålsflingor.
- Den största sänkningen i värde(€) och volym var i ekoproduktgrupperna; färskt kött, förädlade köttprodukter, grönsaker, växtdrycker och bryggeriprodukter.

### TOP 5

#### DE MEST POPULÄRA EKOLOGISKA PRODUKTERNA 2022



## EKOLOGISKT I BUTIKEN

- Den ekologiska andelen av dagligvarumarknaden år 2022 var 2,2%
- Minskningen av marknadsandelar enligt värde(€) skedde mest i ekoproduktgrupperna; ägg, grönsaker, vegetabiliska oljor

### DE STÖRSTA MARKNADSANDELARNA 2022

| Produktgrupp        | % av värdet |
|---------------------|-------------|
| Barnmat             | 23%         |
| Hönsägg             | 16%         |
| Vegetabiliska olja  | 14%         |
| Flingor och gryn    | 12%         |
| Saft och saftsoppor | 8%          |
| Mjöl                | 8%          |
| Kaffe, te och kakao | 7%          |
| Frukt               | 6%          |
| Grönsaker           | 3%          |
| Mjöl                | 4%          |

## EKOLOGISKT BRÖD

- Ekobrödets marknadsandel är under 0,5 %.
- Utbudet av ekologiskt bröd är litet jämfört med hela produktkategorin.
- Ekobröd tillerkas av bl.a.
  - Pekan Leipä (butik och export)
  - Primula (Lidl och export)
  - Myllyn Paras (HoReCa)
- Det finns flera små bagerier som använder ekologiskt mjöl för att till exempel baka surdeg, men de flesta vill inte certifiera sig som ekologiska på grund av byråkrati.



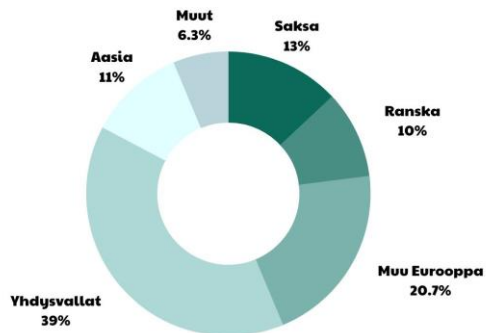
VÄRLDS-  
MARKNADEN

## EKOLOGISKA VÄRLDS-MARKNADEN

- Corona pandemin ökade kraftigt den ekologiska konsumtionen i Europa 2020-2021
- När restaurangerna var stängda var det vanligare att laga mat hemma, och å andra sidan var européerna också mer engagerade i ekologiskt.
- I Tyskland ökade den ekologiska marknadsandelen från 5,8 % till 7 % på två år.

### Luomun maailmanmarkkina jakautuminen alueittain 2021

Lähde: FIBL-AMI survey 2023

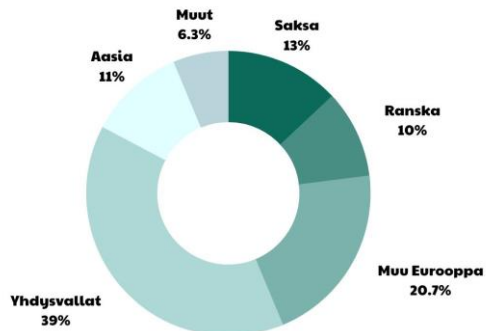


## EKOLOGISKA VÄRLDS-MARKNADEN

- År 2021 nådde den ekologiska försäljningen i Europa rekordhöga 54,5 miljarder euro.
- Av världsmarknaden innehar Europa nästan 44 % av den totala ekomarknaden
- De stigande priserna har dock stoppat den goda tillväxten på den ekologiska marknaden, som enligt preliminära beräkningar till och med börjat minska 2022.

### Luomun maailmanmarkkina jakautuminen alueittain 2021

Lähde: FIBL-AMI survey 2023



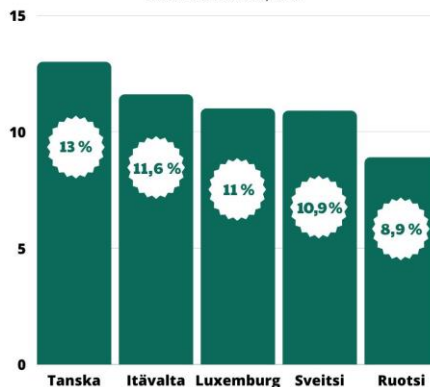
## ÅR 2022 SOM VÄNDE TRENDEN

- Den ekologiska försäljningen sjönk 2022 på de stora europeiska ekologiska marknaderna i Tyskland, Frankrike, Italien och Storbritannien.
  - Dessa står för 65 % av den totala europeiska ekologiska marknaden.
- Schweiz verkar vara den enda av de fem största europeiska ekologiska marknaderna där den ekologiska försäljningen ökade förra året, bättre än livsmedelsmarknaden som helhet.
- I Centraleuropa har den ekologiska försäljningen i specialbutiker minskat, medan försäljningen i lågprisbutiker har ökat. I Tyskland till exempel ökade försäljningen av färska ekologiska produkter i lågprisbutikerna till och med snabbare än marknaden som helhet.

### Suurimmat markkinaosuudet

#### luomua arvosta 2021

Lähde: FIBL-AMI survey 2023



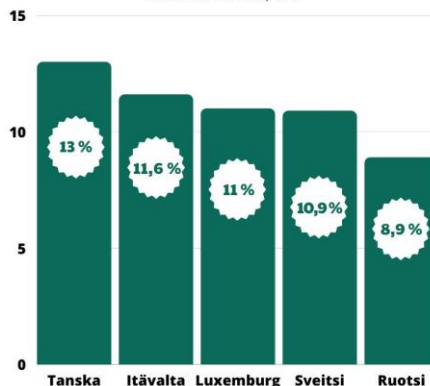
## ÅR 2022 VÄNDE TRENDEN

- Danmark är ett land som sticker ut gällande ekoförsäljning. Danmark var år 2021 världsledande gällande marknadsandelar och fortsätter troligtvis också på samma sätt år 2022. 73% av danska konsumenter köper varje vecka eko.
- Försäljningen av eko har minskat också i Danmark, Sverige och Finland under år 2022.
- Trots nedgången på den totala marknaden i de stora ekologiska länderna Tyskland, Frankrike och Danmark är den ekologiska försäljningen fortfarande på högre nivå än före coronapandemin 2019.

### Suurimmat markkinaosuudet

#### luomua arvosta 2021

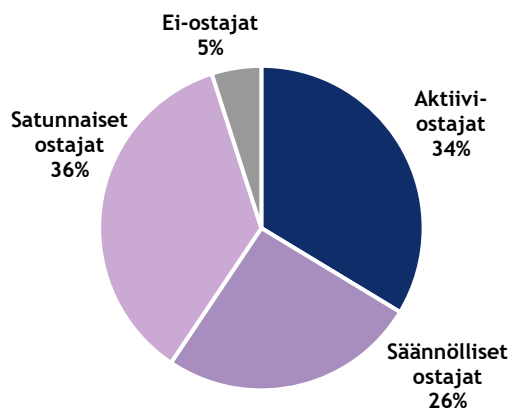
Lähde: FIBL-AMI survey 2023



# DE EKOLOGISKA KONSUMENTERNA

## ÖVER EN TREDJEDEL KÖPER EKOLOGISKT VARJE VECKA

2022



- Intresset för eko har hållits på en hög nivå under de senaste krisåren.
- 51% av finländarna säger att de är intresserade av ekologiskt.

Aktiiviostajat = ostaa vähintään viikoittain, Säännölliset ostajat = ostaa kuukausittain

Lähde: Kantar TNS, luomun kuluttajatutkimus 09/2022

## DEN EKOLOGISKA KONSUMENTEN

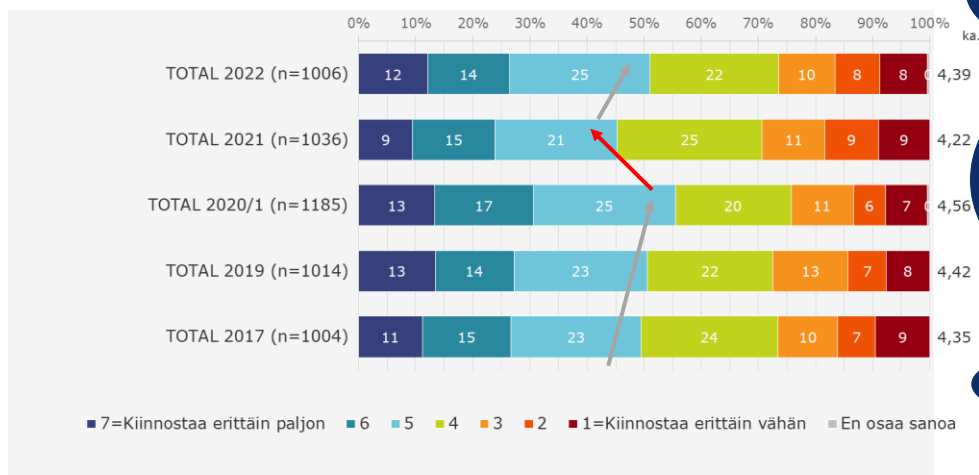


- Barnfamiljer och kvinnor över 60 år är centrala konsumentgrupper som är inresserad av att köpa ekologiskt.
- Andelen män och unga kvinnor i åldern 30-50 år har också ökat.
- Andelen ekologiska produkter som köps i huvudstadsregionen är något högre än i resten av landet.

Lähde: Kantar TNS, luomun kuluttajatutkimus 09/2022

### Hur intresserad är du av eko, alltså ekologisk mat?

Kuinka paljon sinua kiinnostaa luomu eli luonnonmukainen ruoka?



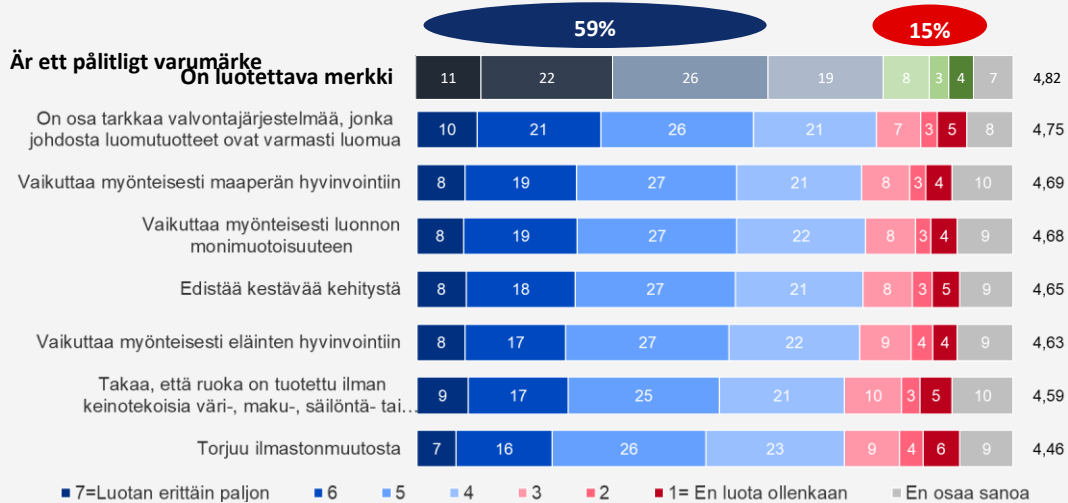
Hälften av befolkningen är intresserade

Två av fem säger att intresset har ökat under de två senaste åren...

...och speciellt bland de unga



## Hur mycket litar du på EU:s ekomärke? Jag litar på att EU:s ekomärke...



17

# EKOKAMPANJER

## Ett bra märke

- Ekologiskt. Det är ett bra märke - kampanjens mål var att öka EU:s ekomärke's (europolövet's) kändhet under åren 2020-2022.
- Via TV-reklam nådde man 1,2 miljoner finländare.
- 55,9 miljoner visningar på sociala medierna (online reklam).
- För att stärka det ekologiska budskapet i sociala medier så gjordes kommersiella samarbeten med 25 st SoMe -influencers.



## Eko är en del av lösningen

