

Norsken, svensken og dansken

samanliknande perspektiv på økomarknaden i dei skandinaviske landa



DebioInfo

Økoforbrukaren (NO)

- **Menneskjer med høg utdanning og inntekt kjøper oftare økologisk mat**
- I dei fleste tilfella er det sterk positiv samanheng mellom **høgare utdanning og haldningar** til økologisk mat
- **Betalingsvilje** høgare for menneskjer med høgare utdanning, for kvinner meir enn for menn, og for yngre meir enn eldre
- Etablert samanheng mellom openheit, empati og ønsket om å kjøpe økologisk mat

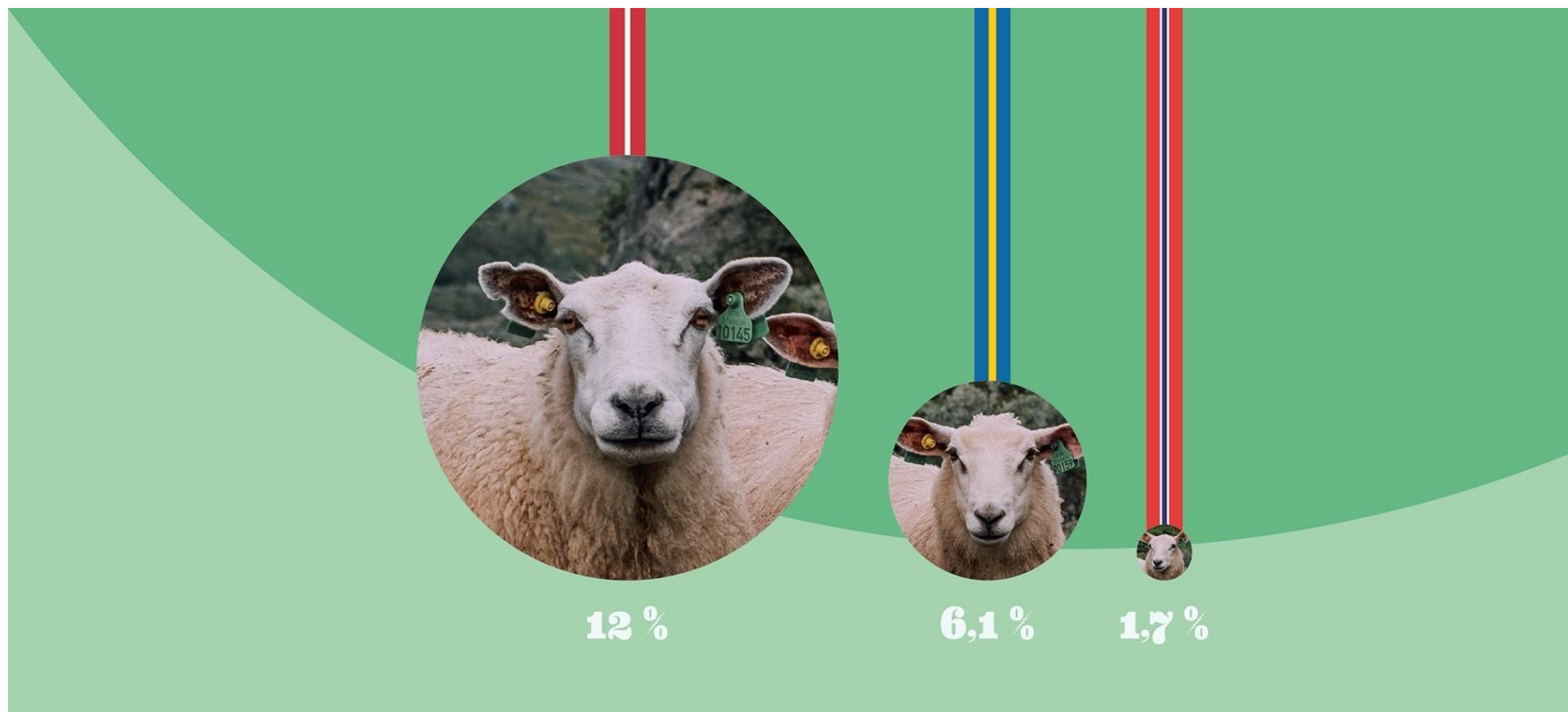
Økoforbrukaren (DK)

- **Familiar** med born under åtte år og **eldre singelhusstandar** utan born **handlar mest øko**
- Aldersgruppene **30-39 år** og **60-75 handlar mest øko**
- **Helsefordelar** vert framheva som grunn til å velje økologisk
- **15 % av forbrukarane i Danmark handlar frå 20 % og oppover**
- Haldningsendring forbrukarmakt – **80 % regjering og stat**

Økoforbrukaren (SE)

- **50 %** av dei svenske konsumentane **bruker å handle økologisk**
- **18-39 år** handlar mest øko
- **Øko bra for miljø, dyrevelferd og biologisk mangfald**, helse lenger ned på lista
- **Pris og tilgjengelegheit** er den største **barriera** for å velje øko
- Dei som vil handle meir øko er unge, i byen og barnefamiljar

Omsetting



Salskanalar

SVERIGE	DANMARK	NORGE
33,8 mrd SEK	18,3 mrd DKK	2,5 mrd NOK
57 % øko i daglegvare (22)	15,5 mrd av 18,3 mrd (84 % av kjend øko i daglegvare (22))	53,7 % øko daglegvare (23)
Systembolaget 22,1 %	5,2 % av all omsatt vin	Vinmonopolet 25,2 % (9,7 % av all omsatt vin)
19 mrd daglegvare, 4 off. og 3,1 privat horeca	15,5 mrd daglegvare, 2,2 mrd off og privat horeca, 0,6 gardsbutikkar m.m.	

Offentlege innkjøp

Sverige = verdsmeisterar i offentlig økologisk servering!

2006: mål om 25 % øko innan 2010 (status: 6-7 %)

2013: 25 % øko

2017: målsetning 60 % øko innan 2030 (2022: 37,4 %)

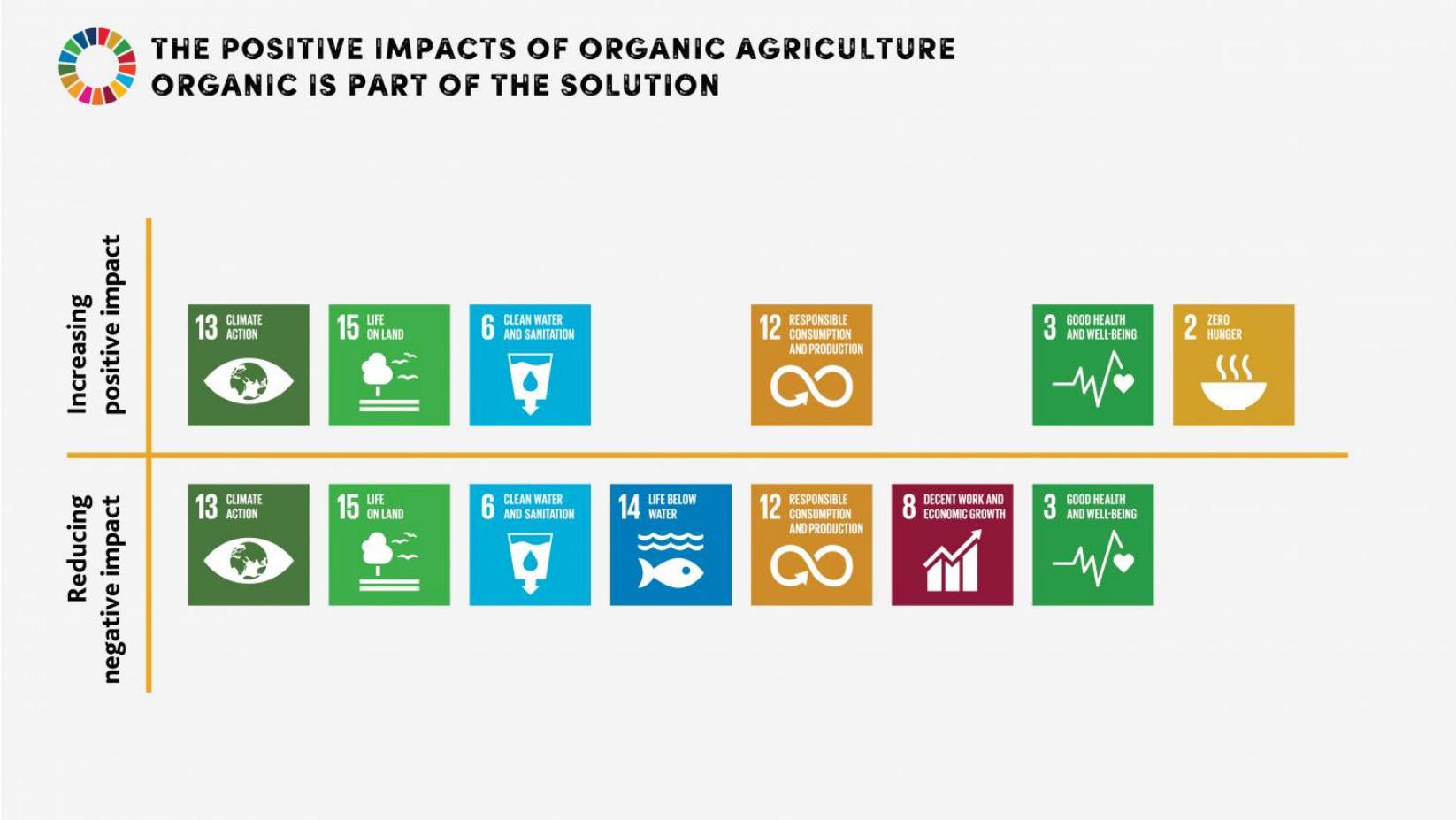
FÖR MILJÖN

Rotfrukter og kål er bra for miljøen. De er enkle å odla og de kan sparas længe. Titta også efter ulike miljömärkningar på frukt og grönsaker som till exempel KRAV eller EKO. Då hjälper du till att skydda miljön.

- En miljøvennlig praksis bør tilstrebes, med lite matsvinn og et mattilbud hvor plantebaserte matvarer og fisk er sentralt

DebioInfo

Vi handlar ulikt!



Øko – eit columbi egg?



- Samarbeid for auka produksjon og omsetting
 - > Økoandel Viken 14 % vgs
- Økomaten tilgjengeleg i butikk og for HoReCa – politikarar som set økomål - kampanjar i butikk
- Økoforbrukaren er lojal, men forventer fornuftig prissetting og tilgjengelege varer
- Samarbeid mellom miljøorganisasjonar som snakkar øko

Takk for meg!

Spørsmål?

Idun Bjerkvik Leinaas, leder DebioInfo
idun.leinaas@debioinfo.no

DebioInfo