



# Økologisk lettmelk

Hvorfor egen undersøkelse?

- 15 % -målene
- melk desidert største produksjonsvolum - økologisk
  - "overproduksjon" ca. 33,5 mill. liter (54 - 20,5)
- god økonomi og relativt enkelt agronomisk
  - relativt god markedsadgang
  - ø søtmelksalg i Norge er meget lavt



Statens landbruksforvaltning  
*Norwegian Agricultural Authority*

## **Økologisk søtmeik Danmark vs Norge**

Søtmeik salg i volum 120 mill. liter  
eller 936 mill. kroner i Danmark i  
2011

## Økologisk mælk i 25 år

31. januar 1988 åbnede Dansk Naturmælk som det første mejeri herhjemme de økologiske tappehaner på mejeriet Søholm ved Haderslev. Det var lige akkurat en dag før MD Foods (nu Arla, red.) begyndte at tappe sin første økologiske drikkemælk. Siden fulgte flere andre mejerier, og økologisk mælk og mælkeproduktion blev den meget omtalte motor i udviklingen af det økologiske jordbrug.

Naturmælks 22 landmænd producerede i 1988 ca. 4 mio. kg mælk. I dag producerer stort set samme antal leverandører – 25 i alt – otte gange så meget mælk, nemlig 33 mio. kg om året.

I alt indvejer danske mejerier knap 500 mio. kg økologisk mælk årligt.

# Danmark vs Norge i 2011

## Omsetning i 2011 målt i 1000 kroner

	Danmark	Norge	Danmark vs Norge
Totalomsetning	5464	1002	5,5
Egg	330	87	3,8
Grønnsaker	771	181	4,3
Gulrøtter	167	50	3,3
Meieriprodukter	1597	253	6,3
Søtmeik	936	52	18,0



SLF vil øke kunnskapen **om variasjoner i salget av økologisk lettmelk –**

**\* Hypotese at økologisk lettmelk selger mye i store byer og bredsortement med godt utvalg av økologiske produkter**

- i definerte storbyer vs andre områder
- i bredsortiments- og lavprisbutikker
- mellom regioner
- ”Topp ti” butikker fordelt på regioner, byer og andre områder og bredsortiments- og lavprisbutikker ( i alt 220 butikker over hele landet)



# Definerte regioner i undersøkelsen

## Nielsen-regioner

Oslo

Østre Østland

Vestre Østland

Vestlandet

Midt-Norge

Nord-Norge

## Fylker

Oslo

Oppland, Hedmark,  
Akershus, Østfold  
Telemark, Buskerud,  
Vestfold, Aust-Agder, Vest-  
Agder

Rogaland, Hordaland, Sogn  
og Fjordane

Møre og Romsdal, Sør- og  
Nord-Trøndelag

Nordland, Troms, Finnmark

## Definerte (stor)byer

Oslo

Bærum, Fredrikstad, Lillehammer

Drammen, Skien, Kristiansand

Bergen og Stavanger

Trondheim og Ålesund

Bodø og Tromsø



# Definisjoner ”distribusjonsgrad” og ”salgsandel”:

## Distribusjonsgrad:

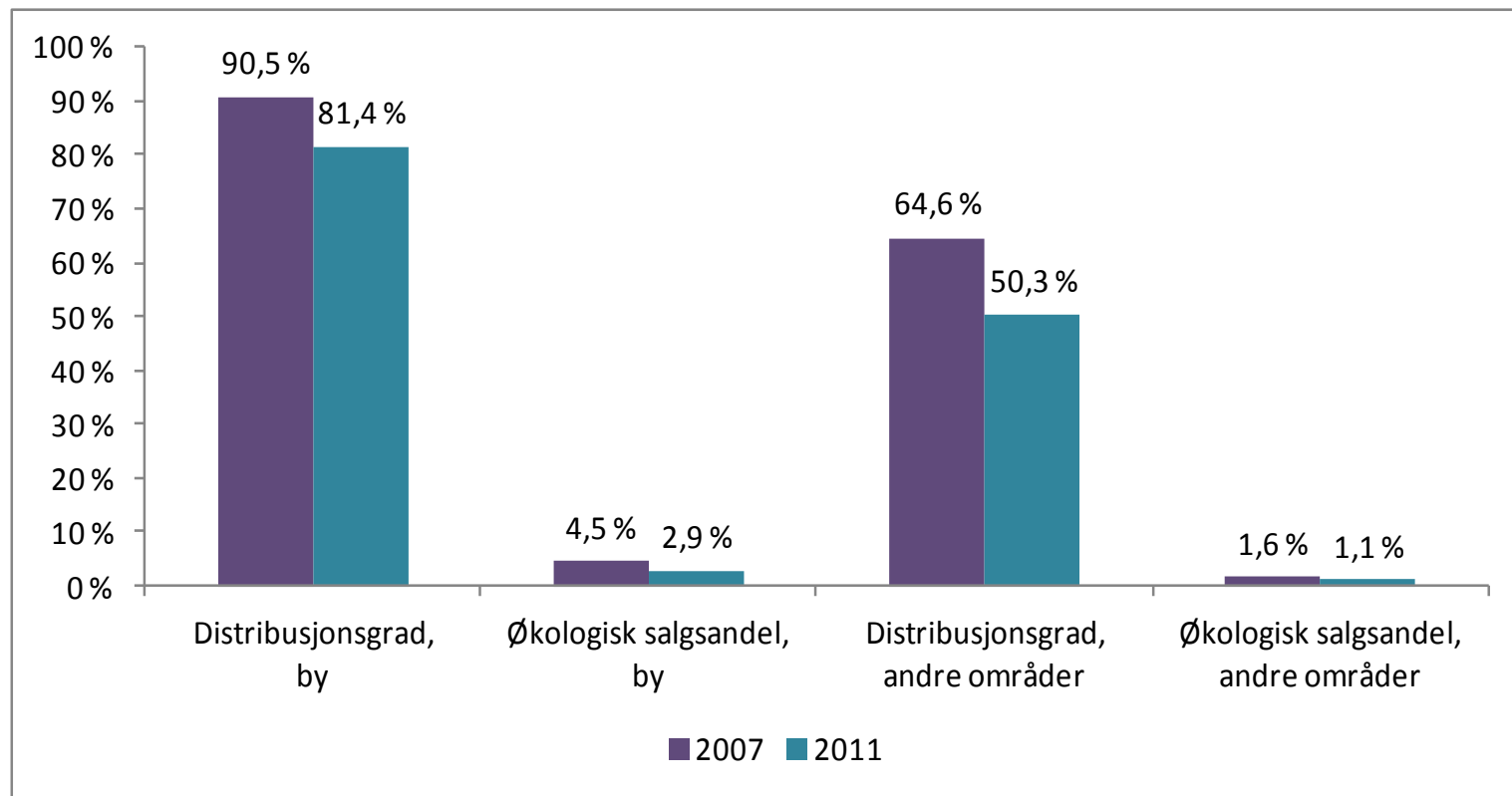
-Hvor stor %andel av butikkene som selger økologisk lettmelk.

## Salgsandel:

-Gjennomsnittlig %andel av solgt økologisk lettmelk av totalt lettmelksalg, fra butikker som selger økologisk lettmelk

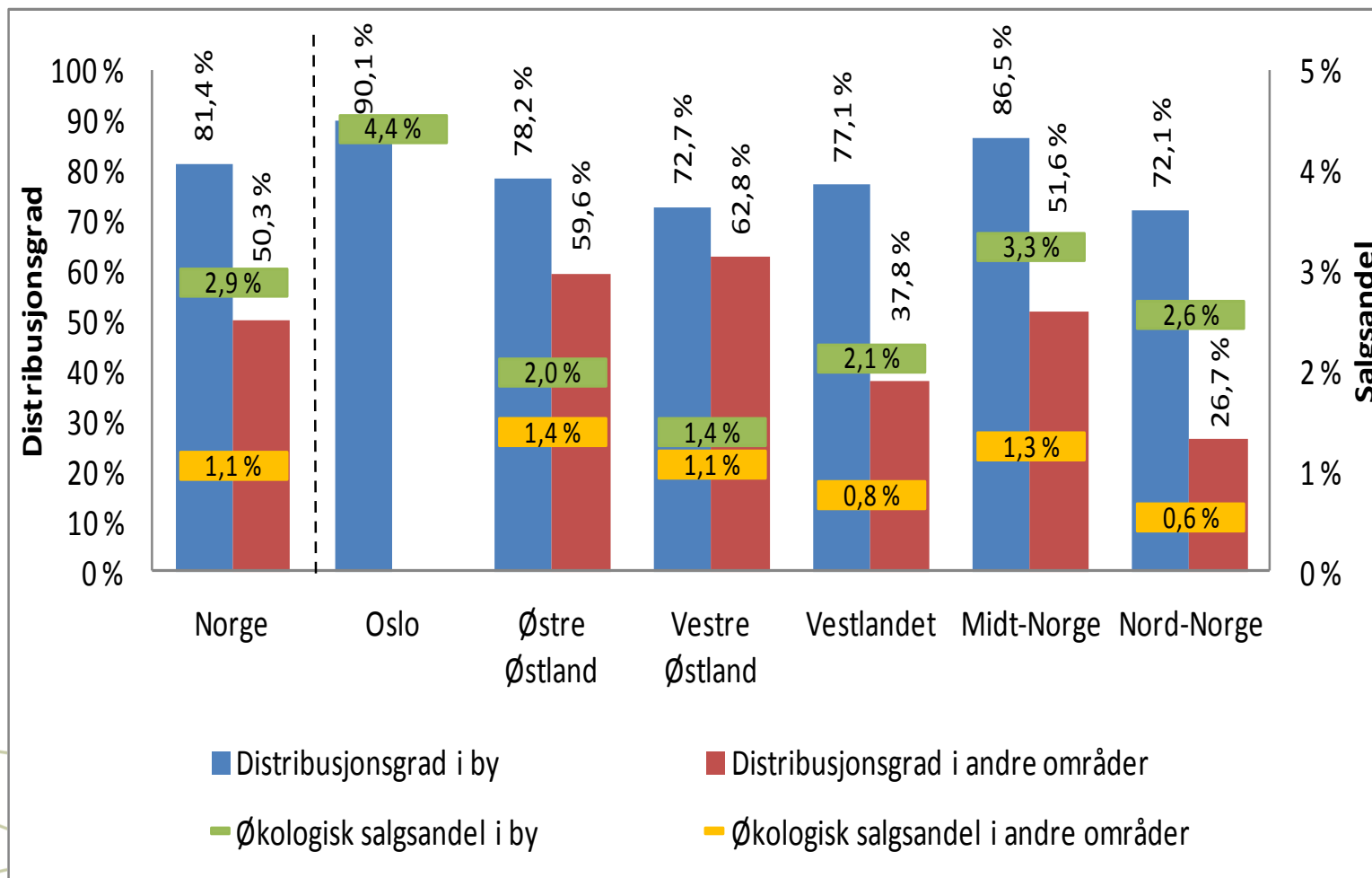


## Utvikling i distribusjonsgrad og salgsandel for hele Norge, 2007 og 2011

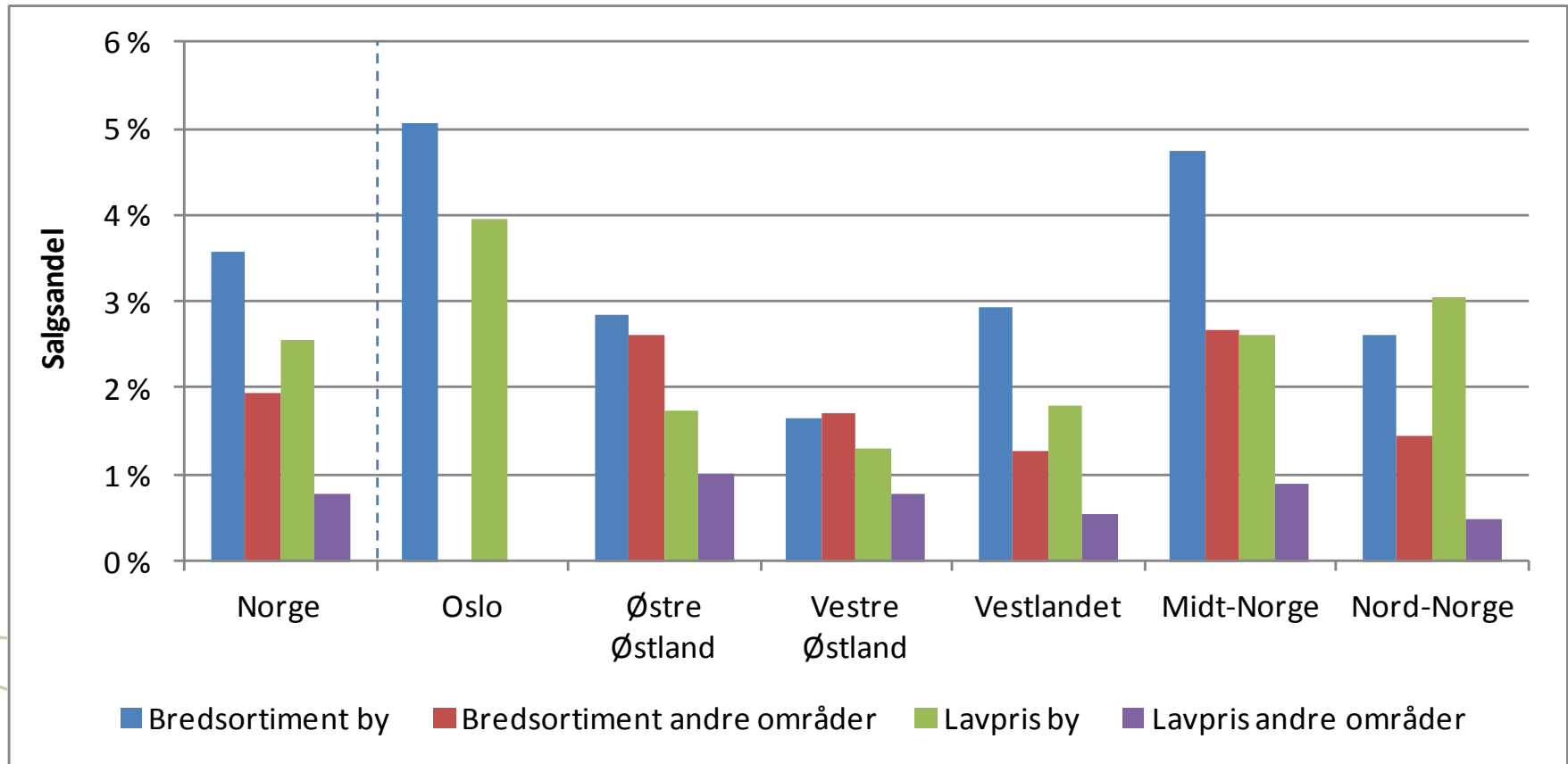




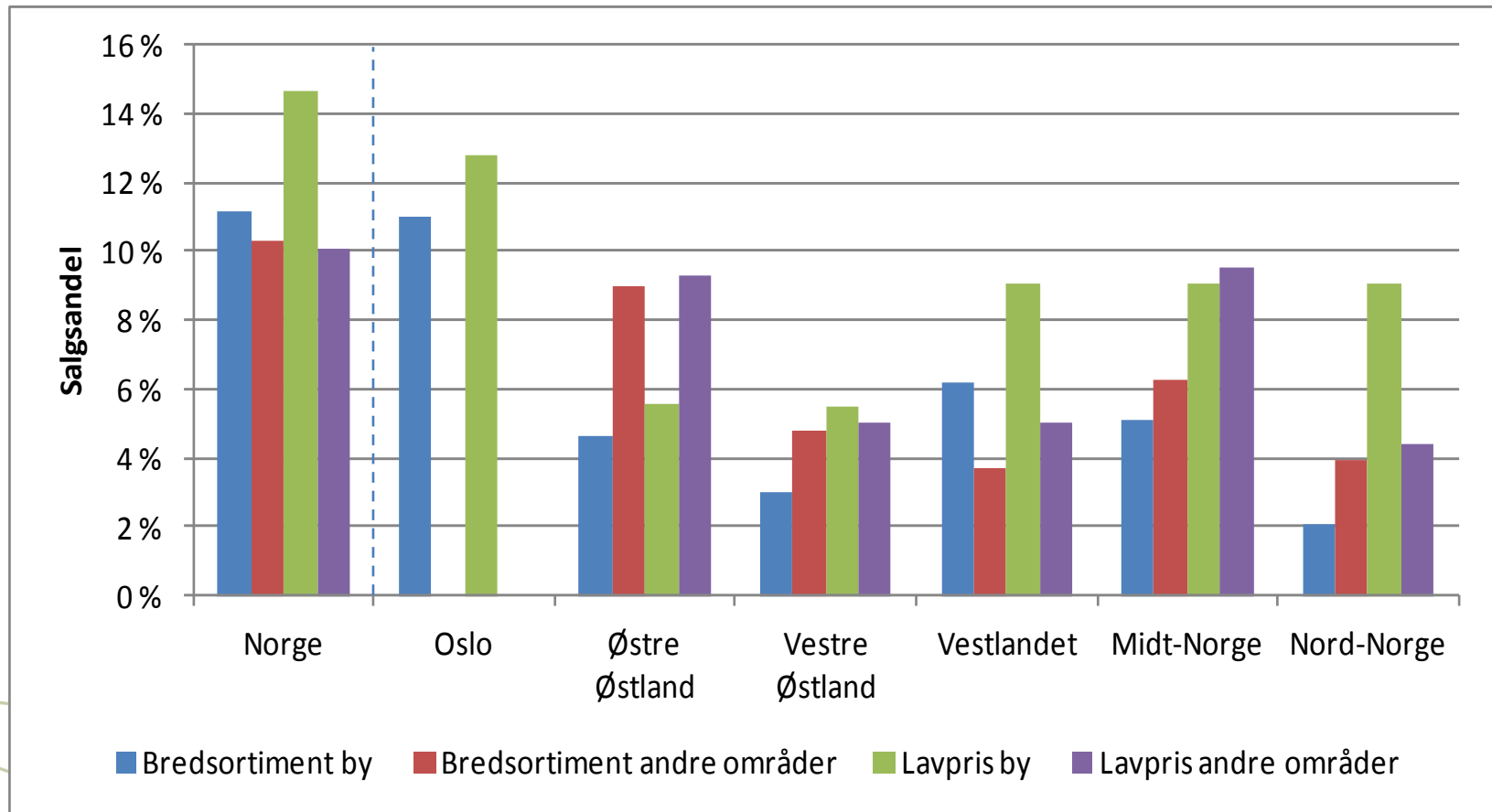
# Distribusjonsgrad og salgsandel for økologisk lettmelk i 2011



## Salgsandeler per region og for Norge totalt fordelt på by og andre områder og på bredsortiments- og lavprisbutikker i 2011



# Salgsandeler "Topp ti"-butikker per region og for Norge totalt, fordelt på by og andre områder, og på bredsortiments- og lavprisbutikker i 2011



		Folketall, 1 000	Distribu- sjonsgrad	Salgsandel	Øko- lettmelk, l/person per år	Øko-lettmelk omsatt, 1 000 l	Regional andel av økolettmelk- konsumet	Andel av folketall i Norge
Østre Østland	By	220	79 %	2,0 %	<b>0,63</b>	<b>138</b>	<b>5,4 %</b>	<b>4,4 %</b>
	Andre områder	1 009	60 %	1,4 %	<b>0,33</b>	<b>337</b>	<b>13,1 %</b>	<b>20,0 %</b>
Vestre Østland	By	204	73 %	1,4 %	<b>0,41</b>	<b>83</b>	<b>3,2 %</b>	<b>4,0 %</b>
	Andre områder	763	63 %	1,1 %	<b>0,28</b>	<b>211</b>	<b>8,2 %</b>	<b>15,1 %</b>
Vest- landet	By	398	77 %	2,1 %	<b>0,65</b>	<b>258</b>	<b>10,0 %</b>	<b>7,9 %</b>
	Andre områder	661	38 %	0,8 %	<b>0,12</b>	<b>80</b>	<b>3,1 %</b>	<b>13,1 %</b>
Midt- Norge	By	205	87 %	3,3 %	<b>1,14</b>	<b>234</b>	<b>9,1 %</b>	<b>4,1 %</b>
	Andre områder	493	52 %	1,3 %	<b>0,27</b>	<b>132</b>	<b>5,1 %</b>	<b>9,8 %</b>
Nord- Norge	By	119	72 %	2,6 %	<b>0,75</b>	<b>89</b>	<b>3,5 %</b>	<b>2,4 %</b>
	Andre områder	356	27 %	0,6 %	<b>0,06</b>	<b>23</b>	<b>0,9 %</b>	<b>7,0 %</b>
Oslo	By	623	90 %	4,4 %	<b>1,59</b>	<b>988</b>	<b>38,4 %</b>	<b>12,3 %</b>
<b>Sum</b>		<b>5 051</b>			<b>0,51</b>	<b>2 573</b>	100 %	100 %



# Viktige funn fra undersøkelsen

- Hypotese bekreftes til dels: Dvs. storbyer selger mest, men ikke nødvendigvis bredsortement - lavpris by selger i snitt mer
- Ca. 40 prosent konsumeres i Oslo – 12 % av innbyggerne
- Men ikke kun et Oslo fenomen – Trondheim ligger nr. to etter Oslo
- ”Topp ti”-undersøkelsen viser at det finnes butikker med høy salgsandel over hele Norge. Mange lavprisbutikker har høy andel. 10 ”topp ti” eller 100-butikker ligger på et snitt på ca. ni prosent eller mer ( 2,5 % av butikkmassen).
- Prioritering i hver enkelt butikk/dvs. plassering i meieriskap har mye å si for salg



# Strategier for økt salg

Skal man satse mer der øko-melk selger bra, eller sørge for å få bedre distribusjon, eller begge deler? Markedsføring?

