

Totaloversikten

Frisk frukt, bær, grønnsaker og poteter

2010
2014



Vekst i volum og verdi



Hva kjennetegner forbrukernes preferanser?



Drivere for et økt forbruk



INNHALDSFORTEGNELSE

En nyttig oversikt	2
Vekst i volum og verdi 2014	3
5 om dagen	4
Forbruksutvikling siste 10 år	4
Tall for frukt, bær og grønnsaker relatert til 5 om dagen	5
Hvorfor bør vi spise mer grønnsaker?	6
Forbrukerbehov og forbrukervaner	7
Hva kjennetegner forbrukernes preferanser, prioriteringer og praksiser knyttet til grønnsaker?	9
Drivere for et økt forbruk	10
Salg i norsk dagligvare	11
Andel norske varer i forhold til import	12
Totaloversikten 2010-2014	13
Topp 47 importland	16
Produkter som bidrar til forbruksveksten	17
Verdiandel grønnsaker	19
Verdiandel frukt, bær og poteter	20
Totaltall grønnsaker, frukt, bær og poteter	21
Markedssituasjonen for hagesektoren 2014	22
Skolefrukt	24
Nøkkelhullet	26

En nyttig oversikt

Totaloversikten har til hensikt å gi en objektiv og nøytral oversikt over utviklingen av forbruket av frisk frukt, bær, grønnsaker og poteter i Norge. Det gis både en oversikt over volum av norskproduserte varer og import inn til grossist, og en verdioversikt av dagligvareomsetningen ut fra butikk; verdi av storhusholdning er ikke tatt med i verdioversikten. Totaloversikten gir også et beregnet forbruksvolum pr. capita.

Utover volum- og verdistatistikk, gir Totaloversikten en kommentar på hvordan Markeds-situasjonen for hagebrukssektoren artet seg i 2014, og betraktninger opp mot forbruks-utviklingen.

Man kan benytte ulike metoder for å beregne forbruk av frukt og grønt. Totaloversikten tar utgangspunkt i innrapportert volum, men tar ikke stilling til svinnet frem til forbruker. I Norkost 3, gjennomført ved Universitetet i Oslo, benytter man seg av kostholdsintervjuer hvor intervjuobjektene selv rapporterer hvor mye de spiser. En tredje metode benyttes i utarbeidelsen av Matforsyningsstatistikken ved Norsk institutt for landbruksforskning (NILF). I denne tredje metoden kalkulerer man et volum ut fra produksjonsarial og netto import av frukt og grønt. Norkost 3 og Matforsyningsstatistikken er å finne i sin helhet på Helsedirektoratets nettsider.

På samme format som for 2013, har Totaloversikten 2014 volum- og verditall ut fra butikk på frosne grønnsaker og poteter. Disse tallene er innhentet i samarbeid med Nielsen Norge.

Totaloversikten 2005-2014 finnes også i elektronisk utgave på www.frukt.no.

Guttorm Rebnes

Direktør

Opplysningskontoret for frukt og grønt

Oddmund Østebø

Daglig leder

Frukt- og grønnsaksgrossistenes servicekontor



Opplysningskontoret
for frukt og grønt
frukt.no

Som basis for beregningen av Totaloversikten er det benyttet tonnasje inn til grossist.

Hjemmedyrking er ikke tatt med i beregningsgrunnlaget.

Det er heller ikke gjort korrigeringer for handel utenom de offisielle kanalene, ei heller er det gjort justeringer for svinn. Vekstsesongene går generelt i toårs syklus. Det vil si, er det en god vekstsesong et år, så vil det typisk gå to år før det kan forventes at det kommer en tilsvarende sesong. Det er viktig å ha dette klart for seg når man leser Totaloversikten.

Man kan lett få et feilaktig inntrykk av vekst eller tilbakegang for enkeltprodukter om man kun ser på bevegelser fra et år til det neste.

Statistikken fra Nielsen Norge AS er basert på hva som i kroner faktisk blir registrert på kassaapparatene i dagligvarebutikkene inkl. 15% mva. Med andre ord, det forbrukeren kjøper av frukt, bær, grønnsaker og poteter.

Generell kildeinformasjon

Kilde import: Statistisk sentralbyrå (SSB) og Frukt- og Grønnsaksgrossistenes Servicekontor (FGS)

Kilde norsk produksjon basert på tonnasje ut fra grossist: Landbruksdirektoratet (LD), Økern Torvhall (ØT), Grøntprodusentenes Samarbeidsråd (GPS) og andre frittstående grossister og produsenter.

Kilde til omsetning ut av butikk: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2014.

Vekst i volum og verdi 2014

Forbruket av frukt, grønt og bær økte fra 2013 til 2014. Frukt økte i totalt volum med 1,5 %, grønnsaker økte med 2,7 % og bær økte med 7,4 %. Friske poteter hadde i volum en økning med 2,6 %. Totalt spiser vi 121,9 kg friske frukt, bær og grønnsaker pr. capita. Forbruket av poteter i 2014 utgjorde 19,0 kg pr. capita.

Pr. januar 2014 spiser hver innbygger i Norge, pr. år:

Pr. januar 2015 spiser hver innbygger i Norge, pr. år:

Grønnsaker	51,4 kg
Frukt	66,2 kg
Bær	4,3 kg
Poteter	19,0 kg

Totalt 140,9 kg

Den varme, og til dels tørre, sommeren førte til noen kvalitetsutfordringer for de norske produktene. Avlingene var imidlertid jevnt over høye over hele Norge.

For norske jordbær hadde man en positiv volumutvikling i 2014 i forhold til 2013, men det ble en utfordring at bærene ble rekordtidlig modne i den fine sommerværet. Dette førte til at bærene ble små. Bær er igjen en vinner, med en vekst på 6,1 % pr. capita fra foregående år. Totalt spiser vi bær for 1,425 milliarder kroner ut fra dagligvarehandelen.

Norske rotgrønnsaker fortsetter å øke i popularitet. Stadig flere fargevarianter presenteres, og det har vært en økning i omsetning av både tradisjonelle og nye varianter av rotgrønnsaker. Det er tydelig at bransjens samlede innsats for rotgrønnsakene gir resultater. Totalt økte forbruket av grønnsaker med 1,3 % pr. capita.

Den fine sommeren i 2014 ga en vekst for norske epler; utfordringen ble å levere nok i forhold til etterspørselen. Totalt sett var veksten for frukt på 0,1 % pr. capita. Frukt med høy vekst var meloner og pærer, som økte med henholdsvis 12,0 % og 9,6 %

fra 2013. Avokado har gjennomsnittlig økt med 17,5 % de siste 10 årene og hadde en vekst på 16,3 % i 2014.

Poteter hadde en positiv utvikling i 2014 med en vekst på 4,5 % pr. capita i forhold til 2013.

Verdiutviklingen ut av butikk har vært positiv i 2014 i forhold til 2013. Det har totalt for friske frukt, bær, grønnsaker og poteter vært en verdiøkning på 7,9 %; grønnsaker 10,9 %, frukt 7,3 %, bær 2,4 % og poteter -0,2 %. Som tidligere år etterspør forbrukeren stadig bedre kvaliteter og stadig mer pakkede varer i forhold til løse produkter. Bær er igjen den store vinneren.



5 om dagen



Helsedirektoratet anbefaler gjennom de norske kostrådene at man bør spise minst 5 porsjoner frukt, grønnsaker og bær hver dag. En porsjon er 100 gram, totalt 500 gram pr. dag. Halvparten frukt og bær og halvparten grønnsaker.

1 porsjon = 1 håndfull

En god huskeregel for 5 om dagen er å spise 5 ganger din egen håndfull. En håndfull gir også en enkel tilnærming til hvordan man justerer porsjonsstørrelsene til barn.

Det anbefales at man spiser variert og at man veler frukt, bær og grønnsaker med forskjellige farger. Både friske, hermetiske, frosne, rå, tørket og varmebehandlede frukter, bær og grønnsaker teller i 5 om dagen.

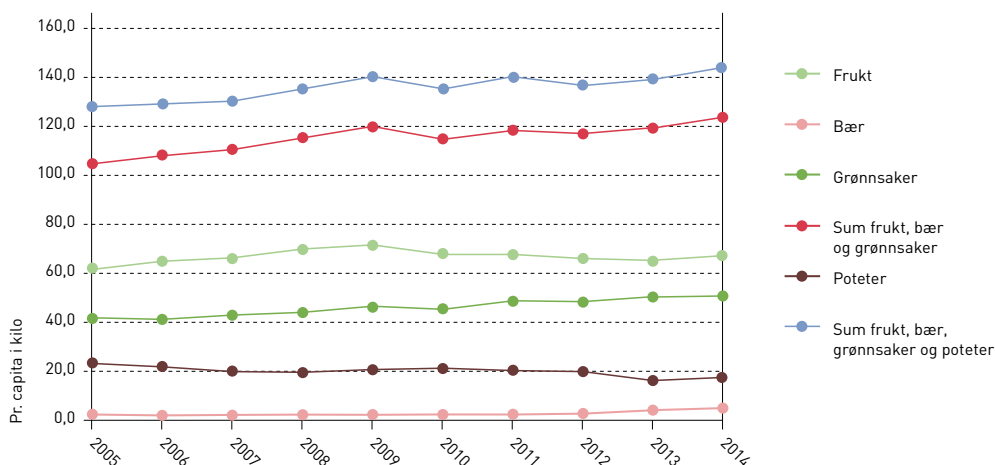


Forbruksutvikling siste 10 år

Konsum pr. capita (kilogram)

Kilder: SSB / FGS / LD / ØT

	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Frukt	63,9	65,0	68,7	70,7	66,9	66,3	65,0	64,4	66,1	66,2
Bær	1,6	1,9	1,8	1,7	2,1	2,2	2,5	3,8	4,0	4,3
Grønnsaker	40,6	42,1	43,1	45,7	44,1	48,1	47,8	49,7	50,7	51,4
Sum frukt, bær og grønnsaker	106,2	108,9	113,6	118,1	113,0	116,6	115,3	117,9	120,8	121,9
Poteter	21,1	19,4	19,5	20,3	20,8	21,6	19,7	19,2	18,2	19,0
Sum frukt, bær, grønnsaker og poteter	127,3	128,3	133,2	138,5	133,8	138,2	135,0	137,2	138,9	140,9



Tall for frukt, bær og grønnsaker relatert til 5 om dagen

Det er ulike oversikter over forbruket av frukt, bær og grønnsaker i Norge, og de kan bruke svært ulike metoder for å innhente dataene. Det er ikke noen eksakt fasit for beregning av forbruk relatert til 5 om dagen, men vi mener at metoden brukt av Norkost 3 er den mest pålitelige kilden. Årsaken er at undersøkelsen tar utgangspunkt i mengden som forbrukerne faktisk spiser, dvs. en får utelatt svinn.

Undersøkelsen har også med alle typer frukt, bær og grønnsaker, også hermetiske og frosne, i tillegg til friske. Noe av utfordringen med Norkost 3 er at den gjennomføres sjeldent og siste gang var i 2011.

For at vi skal kunne følge utviklingen i forbruk relatert til 5 om dagen må vi derfor legge inn en indeks basert på Totaloversikten. En forutsetter da at svinn er relativt uforandret fra 2011 og at frisk frukt, bær og grønnsaker sin andel av totalen er stabil. Disse forutsetningene medfører at det er knyttet usikkerhet til

en slik indeks, men allikevel vil det gi et relativt godt bilde av norske forbrukere sitt forbruk av produktgruppen relatert til 5 om dagen.

	Index frukt/bær	Index grønnsaker	Capitaforbruk frukt/bær	Capitaforbruk grønnsaker	Capitaforbruk frukt/bær/grønnsaker
2011			221	155	376
2012	1,011	1,016	223	157	381
2013	1,028	1,020	229	160	389
2014	1,006	1,014	230	162	392



Hvorfor bør vi spise mer grønnsaker?

Helsemessige effekter grønnsaker

Når det gjelder grønnsaker oppsummerte rapporten til Nasjonalt råd for ernæring, at det er god dokumentasjon for at frukt, bær og grønnsaker reduserer risiko for koronar hjertesykdom, hjerneslag og høyt blodtrykk (1). I tillegg ble det funnet at grønnsaker sannsynligvis reduserer risiko for forskjellige kreftformer spesielt kreft i munn og spiserør samt resten av fordøyelseskanalen. Det er også funnet at fiber, som grønnsaker er en viktig kilde til, reduserer risiko for hjerte- og karsykdommer, type 2 diabetes og forskjellige kreftformer som for eksempel kreft i tykk- og endetarm. Basert på dette så ble det norske kostrådet som sier noe om grønnsaker modifisert etter Helsedirektoratets nettside (2);

I mange av studiene studeres helseeffekten av det totale inntaket av frukt og grønnsaker og ikke grønnsaker separat. En oppsummeringsartikkel fra 2014, som også har inkludert studier publisert etter 2011, konkluderer med at høyt inntak frukt og grønnsaker er assosiert med en lavere risiko for total dødelighet, spesielt for død av hjerte-karsykdommer (3). World Cancer Research Fund (WCRF) i England har gjort noen av de mest omfattende oppsummeringer i forhold til betydning av kosthold for utvikling av kreft. Den siste rapporten ble utgitt i 2007 og konklusjonen fra denne var viktige for de norske kostrådene i 2011 (4). WCRF jobber kontinuerlig med å oppdatere kunnskapen på bakgrunn av nye studier som publiseres. En ny oppdatering på sammenhengen mellom kosthold og tykk- og endetarmskreft kom i 2011 og konkluderte med at det er overbevisende kunnskapsgrunnlag for å si at kostfiber reduserer risiko for tykk- og endetarms-

kreft, og at det er sannsynlig at hvitløk har en positiv effekt (5). I 2015 kommer det oppdaterte rapporter på kostholds betydning for andre kreftformer i munn, spiserør og resten av fordøyelseskanalen.

Hvor mye grønnsaker spiser vi?

Det er ikke enkelt å sammenligne matinntaket mellom forskjellig land fordi man ikke samler inn informasjon om matforbruk på samme måte i alle land. Tilgjengelige data tyder dog på at vi i Norden generelt spiser mindre grønnsaker enn i Sør-Europa (6)

Matforsyningsstatistikken viser at inntaket av grønnsaker økte fra 61 til 74 kilo per person per år i perioden 1999-2012 (7). I Norkost 3 oppga 68 % at de spiser grønnsaker daglig (8). Det gjennomsnittlige inntaket av grønnsaker var rundt 150 gram per dag blant både menn og kvinner. Det er 100 g mindre enn det som anbefales.

Mindre enn en femtedel av deltagerne i Norkost 3 spiste mer enn 250 gram grønnsaker per dag. Det var en ganske mye høyere andel blant de eldste deltagere i Norkost 3 (60-70 år) enn de yngste (18-29 år) som oppga at de spiste grønnsaker daglig, 76 % versus 57 %. Vi fant også en relativ stor forskjell i forhold til utdanning, 60 % av de med grunn- og videregående skole oppga å spise grønnsaker daglig, mens andelen hos de med høyskole- og universitetsutdanning var 74 %.

Konklusjon: Vi må spise mer

På bakgrunn av den kunnskapen vi har i dag om den positive helsemessige effekt grønnsaker og om hvor mye som spises av disse matvarer i den norske voksne befolkningen så er konklusjonen helt klart at vi må spise mer grønnsaker .

Av Lene Frost Andersen, Avdeling for ernæringsvitenskap, Universitetet i Oslo.



Referanser

- (1) Nasjonalt råd for ernæring. Kostråd for å fremme folkehelsen og forebygge kroniske sykdommer. Metodologi og vitenskapelig kunnskapsgrunnlag. 2011
- (2) <http://helsedirektoratet.no/folkehelse/ernering/Sider/default.aspx>. Dato: 211114
- (3) Wang X, Quyang Y, Liu J, Zhu M, Zhao G, bao W, Hu FB. Fruit and vegetable consumption and mortality from all causes, cardiovascular disease, and cancer: systematic review and dose-response meta-analysis of prospective cohort studies. *BMJ* 2014;349
- (4) World cancer Research Fund & American Institute for Cancer Research. Food, Nutrition, Physical Activity and the Prevention of Cancer: a Global perspective. 2007
- (5) http://www.dietandcancerreport.org/cup/current_progress/colorectal_cancer.php. Dato: 211114
- (6) EUFIC Review 01/2012: Fruit and vegetable consumption in Europe – do Europeans get enough? European food information council (EUFIC), 2012
- (7) Helsedirektoratet. Utviklingen i Norsk kosthold 2013. 2014
- (8) Totland TH, Melnæs BK, Lundberg-Hallen N, Helland-Kigen KM, Lund-Blix NA, Myhre JB, Johansen AMW, Løken EB, Andersen LF. Norkost 3. En landsomfattende kostholdsundersøkelse blant men og kvinner

Forbrukerbehov og forbrukervaner

Kostholdsrådene understreker tydelig viktigheten av å spise fem enheter av 100 gram frukt og grønt i det daglige kostholdet. Totalt 500 gram. Poteter er tatt ut som en av grønnsakene, men man understreker at poteten har en naturlig plass, og er en viktig matvare i et balansert norsk kosthold.

500 gram frukt og grønt pr. dag er ikke mye om man sprer det på hele spisedøgnet, men for mange er det likevel en stor utfordring å få til i en travle hverdag.

Totalstatistikken viser at vi i gjennomsnitt spiser 334 gram pr. dag friske frukt, bær og grønnsaker. I tillegg kommer det vi spiser av frosne produkter og det vi drikker av juice (ett glass pr. dag teller med i 5 om dagen). Mange spiser allerede 5 om dagen eller mer, mens andre ikke spiser noe i det hele tatt. De sosiale skjevhetene er store. I Helsedirektoratets statusrapport om det norske kostholdet er det mange positive utviklingstrekk, men det understrekes at vi generelt spiser for mye i forhold til aktivitetsnivået vårt og at vi spesielt spiser for lite frukt og grønt.

Spisevaner endrer seg langsomt og blir i stor grad innarbeidet helt fra tidlige barneår. Om man skal klare å påvirke spisevaner er det derfor viktig å starte så tidlig som mulig. Kunnskap om smak, enkel matlagingskunnskap, inspirasjon og matglede er avgjørende om man skal skape grunnlag for et sunt kosthold. Forbruket av frukt og grønt er mye høyere i familier hvor barna involveres i matlagingen enn i familier hvor barna ikke involveres. Mor og far har nøkkelroller i å skape gode vaner, men barnehagen og skolen må også komme mye tydeligere på banen.

Viljen til å spise mer frukt og grønt er absolutt til stede hos store deler av befolkningen. Forbrukerne rapporterer at de ønsker å handle mer frukt og grønt, og de sier i tillegg at de kan tenke seg å bruke mer penger på frukt og grønt. Dette gir et unikt utgangspunkt for handelen.

Utfordringen for svært mange er imidlertid at de ikke får det til. Norge er, i følge Nielsen Norge, det land i Europa med flest dagligvarebutikker pr. innbygger. I tillegg er åpningstidene svært lange. Dette er fordelaktig for forbrukerne, men det har også ført til at vi handler svært ofte, 3-4 ganger i uken i snitt. Mange er derfor svært dårlige til å planlegge sine innkjøp.

Man kan tenke seg at varegruppen frukt og grønt lider noe som et resultat av folks dårlige planlegging. Mange glemmer rett og slett å kjøpe, fordi de ikke kommer på det der og da i butikken. Trolig er dette særlig gjeldene for forbrukere med lav kunnskap om matlaging. Resultatet blir at frukt og grønt ikke blir tilgjengelig hjemme. Dagligvarebutikkene og spesielt de frukt- og grøntansvarlige, som er det siste leddet mot forbrukeren, har derfor en spesielt viktig rolle for å møte forbrukerbehovene og å gjøre frukt og grønt relevant for kunden i kjøpsøyeblikket.

Fra produkt til måltidsløsninger for forbruker

En høy og forutsigbar kvalitet på frukt og grønt er avgjørende for om forbrukeren velger å kjøpe eller ikke kjøpe. Forbrukeren har imidlertid i mindre grad et produktfokus når de handler, men snarere et behov for en måltidsløsning. Mange vet ikke hva de skal ha til middag før de er i butikken. Ensidige priskampanjer er derfor lite effektfulle med tanke på varig endring av forbrukeratferd.

For mange barnefamilier er hverdagene svært travle med liten tid til måltidene. Ofte velges enkle løsninger, og for mange blir dette også usunne løsninger. Det er imidlertid ingen grunn til at raske og enkle måltidsløsninger ikke kan være sunne måltider. Mulighetsrommet for dyktige dagligvareaktører til å skape konkurransekraftige løsninger er derfor mange.

Mye har skjedd 2014. Frukt og grønt har i flere år blitt brukt av dagligvarekjedene til å profilere kjedekonseptene, men i de siste årene har mange av dagligvarekjedene offensivt fokusert på å markedsføre måltidsløsninger gjennom kundebrosjyrer, «apper» og mediekampanjer. Det

kan virke som om dette ytterligere har blitt intensivert i 2014. Potensialet i forhold til frukt- og grøntkategorien er likevel fortsatt stort. Mye er gjort. I forhold til det helsemessige målet om at alle bør spise 5 enheter, 500 gram, hver dag, og at forbrukeren sier at de ønsker å spise sunnere med mye frukt og grønt, er mulighetsrommet for å øke totalmarkedet meget stort. Nøkkelen til å utløse veksten ligger i å øke forbrukerens kunnskap om hvordan de benytter spesielt grønnsaker i de travle hverdagene. Det felles arbeidet alle aktørene, i samarbeid med Opplysningskontoret for frukt og grønt (OFG), har gjort for å løfte frem rotgrønnsaker er et godt eksempel på at dette leder til vekst. Kommunikasjonen mot forbruker har gått på hvordan man bruker rotgrønnsaker – eksempelvis: baking i ovn og mosing.

Offensiv kommunikasjon av nøkkelkunnskaper i bruk av frukt og grønt, opp imot segmenterte forbrukerbehov vil gi grunnlag for totalmarkedsvekst. I dette arbeidet vil OFG kunne spille en viktig rolle. Totalmarkedsvekst, gjennom generisk markedsføring, skaper i sin tur svært spennende muligheter for markedsaktørene. Det er mange veier frem til å nå målsetningen om at alle skal spise 5 om dagen. Konkurransen om hvordan man best skal nå kundenes behov, er trolig den beste driver for produktutvikling og posisjonering for den enkelte aktør. Dette vil i sin tur også bli den beste løsningen for forbrukerne.





Hva kjennetegner forbrukernes preferanser, prioriteringer og praksiser knyttet til grønnsaker?

En viktig målsetting med HealthMeal-prosjektet har vært å identifisere muligheter og begrensninger for å foreta helseriktige valg. Hvilke faktorer er det forbrukerne mener begrenser dem i å øke forbruket, og har disse endret seg i løpet av prosjektperioden? Og hvordan er den ernæringsmessige statusen til grønnsaker?

Hvilke faktorer er det som begrenser spisefrekvens av grønnsaker og har dette endret seg i prosjektperioden

Den vanligste begrunnelsen for ikke å øke inntaket av grønnsaker, var at man mente man allerede spiste nok. Dette hadde økt fra 27 prosent i 2011 til 34 prosent i 2014. Det var også en økende andel som mente skepsis til produksjonsmetodene var en begrensende faktor. Fra 19 prosent i 2011 til 31 prosent i 2014. Omvendt var det færre som mente pris eller dårlig kvalitet var viktige årsaker til at de ikke spiste mer grønnsaker. Det var for eksempel 19 prosent som mente dårlig kvalitet begrenset dem i 2011, mot 10 prosent i 2014.

Hvordan er den ernæringsmessige statusen til grønnsaker

Spørsmålet om hvorvidt respondentene oppfatter at de spiser mer eller mindre av noen utvalgte produkter, hadde ikke som hovedmål å avdekke hvorvidt spisefrekvensen faktisk hadde økt eller minket, men å avdekke hvilken ernæringsmessig status de utvalgte produktene hadde blant forbrukerne. Videre ønsket vi å avdekke hvorvidt det hadde skjedd endringer i de utvalgte produktenes status i perioden 2011 til 2014.

Selv om salgstall og spisefrekvens av grønnsaker ikke hadde økt nevneverdig i perioden, viste våre tall at det hadde vært en økning i andelen som mente de spiste mer grønnsaker. Fra 33 prosent i 2011 til 45 prosent i 2014. Det var få som mente de

spiste mindre (7-6 prosent). Slik er det ikke for frukt. Det har i perioden 2011 til 2014 vært en økning i andelen som mener de spiser mindre frukt; fra 4 prosent til 14 prosent.

Det var langt flere som mente de spiste mindre kjøtt (26 prosent) enn det som var tilfellet for grønnsaker (6 prosent), fisk/sjømat (12 prosent) og frukt (14 prosent). Videre var det langt flere som mente de spiste mer grønnsaker (45 prosent), fisk/sjømat (38 prosent), frukt (33 prosent) enn det som var tilfellet for kjøtt (14 prosent). Og hva var så årsaken til at så mange rapporterte om økt spisefrekvens?

Svarene vi fikk på spørsmålet om hvorfor man hadde økt inntaket av grønnsaker viste med all tydelighet at produktgruppen hadde fått økt ernæringsmessig status. Så mange som 54 prosent svarte at den viktigste årsaken til økt inntak var: «Jeg er blitt mer opptatt av å spise grønnsaker».

Hvilke tilberedningsteknikker og grønnsaksretter er best likt, og hvordan er spisefrekvensen av disse

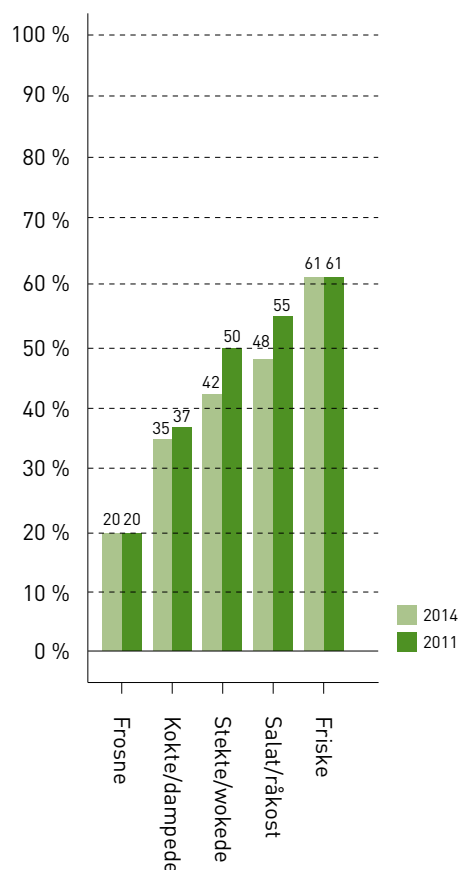
Det som toppet listen over hvilke grønnsaksprodukter og -retter forbrukerne mente smakte meget godt, var friske grønnsaker (61 prosent). Det var ingen endring fra 2011 til 2014. Salat/råkost var også noe mange mente smakte meget godt. Det var imidlertid færre som mente dette i 2014 (48 prosent) enn i 2011 (55 prosent). Det samme gjaldt for stekte og wokkede grønnsaker. I 2011 var det 50 prosent som mente dette smakte meget godt, mot 42 prosent i 2014. Andelen som mente kokte eller dampede grønnsaker smakte meget godt hadde ikke endret seg (35-37 prosent). Det samme gjaldt andelen som mente frosne grønnsaker smakte meget godt (20 prosent).

Veien videre

Når så mange som 75 prosent er helt eller delvis enig i utsagnet: «Jeg er meget opptatt av å spise sunt», samt at dette har vist en svak økning de siste 4 årene, er det liten grunn til å tro at man ikke kan lykkes

i målsettingen om økt forbruk av grønnsaker i befolkningen. Grønnsaker topper listen over hva forbrukerne oppfatter som sunn mat, og svært mange gir uttrykk for at de ønsker å øke inntaket av grønnsaker. Utfordringen synes ikke å ligge i pris, utvalg, kvalitet eller kunnskap, men i å endre matforbrukernes preferanser.

Av Annechen Bahr Bugge Statens institutt for forbruksforskning (SIFO). Av plasshensyn er kun et utdrag av artikkelen gjengitt.



Figur 3 9 Andel som liker de nevnte grønnsaksproduktene og -rettene meget godt. Prosent. N=2017 (2011). N=1004 (2014). Norstat 2011 og 2014.

Drivere for et økt forbruk

Smak og forutsigbar kvalitet er de sterkeste driverne når forbrukeren handler frukt og grønt. Pris er også viktig, men pris alene gir i liten grad en varig volumvekst. Et tidsbegrenset pristilbud gir økt salg så lenge tilbudet varer, men etterspørselen faller tilbake når tilbudsperioden er over.

Den oppfattede prisen i forbrukerens hode er sammensatt. En konkurransemessig god pris er alltid positiv for etterspørselen, men produktenes priselastisitet, og hvordan pris relateres til oppfattet kvalitet, er avgjørende for om man klarer å opprettholde eller øke etterspørselen.

Verdikjeden har naturlig nok et produktfokus, og det er helt avgjørende for etterspørselen at man, med forbrukerens øyne, har de riktige produktene med forutsigbar kvalitet. Forbrukeren har imidlertid et løsnings- og måltidsfokus. Forbrukeren

går ofte på autopilot, og er sterkt vane-styrt store deler av uken. Det ene fokuset ekskluderer imidlertid ikke det andre. Om man skal lykkes er det viktig at løsnings- og måltidsfokus kobles med produktfokus. En volumvekst knyttet opp mot forbrukerbehov er mer robust vs. om volumveksten har et ensidig produktfokus. Et måltidsfokus gir også en potensiell ekstra volumvekst, i form av at man kan samselge flere produkter til samme måltid, enn om man selger enkeltprodukter hver for seg.

Spiseklarhet eller "convenience" er et viktig begrep. For friske frukt- og grøntprodukter har man liten grad av bearbeiding, men vasking, rensing og hensiktsmessige forbrukspakninger slår klart ut som viktige verdiparametere for forbrukeren. Man kan tydelig skille produkter som er tilført en verdiøkende bearbeiding fra de øvrige ved at pakningene er påført en GTIN-kode (tradisjonell strekkode), mens produktene i løs vekt har en PLU-kode. Tomater, gulrot, avokado, bær, salat og poteter er alle gode eksempler på at forbrukeren er villig til å betale for produkter med høyere oppfattet kvalitet.

Avokado og salat er eksempler på produkter som er tilført en bevisst verdiøkning for forbrukerne. To-pakning med spisemoden avokado har blitt veldig populært og har ført til en markant volum- og verdiøkning. For 2014 var volumveksten på hele 16,3%. Årsaken til veksten er at avokadoen selges spisemoden og at «taco-fredag» med fersk guacamole har blitt et fast innslag i svært mange barnefamilier.

Utviklingen av forbrukerpakninger som møter tydelig definerte forbrukerbehov er fortsatt kun i sin spede begynnelse i Norge, om man sammenligner det med utviklingen i Nederland og UK. Smarte "Convenience"-løsninger med produkter med en forutsigbar kvalitet er en svært sterk driver for et økt forbruk. En utvikling hvor det fokuseres på å skape konkurransekraft gjennom "convenience"-løsninger vil trolig fremover være svært positivt både for verdikjeden og for forbrukeren.



Salg i norsk dagligvare

Norske dagligvarebutikker omsatte frukt, bær, poteter og grønnsaker for 17 milliarder kroner i 2014. Dette tilsvarer en økt omsetning på 1,25 milliarder kroner, eller 7,9 % sammenlignet med 2013.

Grønnsaker omsatte for 8,4 milliarder kroner og hadde en vekst på 10,9 % fra 2013. Poteter omsatte for 1,3 milliarder noe som er likt med 2013. Frukt omsatte for nesten 5,8 milliarder og hadde en vekst på 7,3 %. Bær omsatte for 1,4 milliarder med en vekst på 2,4 % fra 2013. Tomater er det største segmentet i varegruppen grønnsaker. Tomater for 1,47 milliarder kroner og hadde en vekst på 12,2 %.

I varegruppen frukt var banan det største segmentet med en omsetning på 1,1 milliarder, en økning på 15,3 % fra 2013. Epler var nest størst og solgte for 1 milliard kroner i 2014, noe som er en økning på 6,1 % fra 2013. GTIN-merkede grønnsaker økte i 2014 med 13,3 %. Grønnsaker uten GTIN-koder økte med 7,2 %. GTIN-merkede poteter økte med 1,3 %, mens poteter uten GTIN-koder hadde en nedgang på 3,2 %. GTIN-merket frukt økte med 4,5 %, mens frukt uten GTIN-koder økte med 8,5 %. GTIN-merkede bær hadde en nedgang på 1,4 %, mens bær uten GTIN-koder økte med 8,2 %.

Tall i 1000 NOK		Verdi ut av butikk		Utvikling fra 2013 til 2014 [%-poengs endring]	Verdi ut av butikk		Utvikling fra 2013 til 2014
		2013	2014		2013	2014	
GRØNNSAKER	Ferdigpakket GTIN merkede produkter	61,0 %	62,3 %	1,3 %	4 624 351	5 241 046	13,3 %
	Produkter uten GTIN merking	39,0 %	37,7 %	-1,3 %	2 954 161	3 165 737	7,2 %
POTETER	Ferdigpakket GTIN merkede produkter	66,6 %	67,6 %	1,0 %	917 565	929 852	1,3 %
	Produkter uten GTIN merking	33,4 %	32,4 %	-1,0 %	460 101	445 587	-3,2 %
FRUKT	Ferdigpakket GTIN merkede produkter	31,0 %	30,2 %	-0,8 %	1 675 125	1 750 651	4,5 %
	Produkter uten GTIN merking	69,0 %	69,8 %	0,8 %	3 726 733	4 044 198	8,5 %
BÆR	Ferdigpakket GTIN merkede produkter	60,2 %	58,0 %	-2,2 %	838 651	826 492	-1,4 %
	Produkter uten GTIN merking	39,8 %	42,0 %	2,2 %	553 350	598 454	8,2 %

Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2014.



Andel norske frukt, bær og grønnsaker i forhold til import 2014 (tonn)

Kilde: SSB / LD. Tall oppgitt i tonn.

	Norsk	Import	Total	%-andel norske varer 2013	Norsk	Import	Total	%-andel norske varer 2014	Endring i %-andel fra '13 til '14
GRØNNSAKER	2013	2013	2013		2014	2014	2014		
Rapidsalat	465	0	465	100%	0	0	0	n/a	n/a
Hodekål	10 229	1 359	11588	88%	10 706	1 602	12 308	87%	-1%
Kålrot	11 335	734	12069	94%	12 451	1 263	13 714	91%	-3%
Gulrot	32 685	7 497	40182	81%	33 096	6 165	39 261	84%	3%
Rosenkål	416	147	563	74%	428	231	659	65%	-9%
Annen salat	3 816	2 899	6715	57%	3 768	2 813	6 581	57%	0%
Kinakål	2 596	1 605	4201	62%	2 342	1 458	3 800	62%	0%
Agurk	16 151	8 852	25003	65%	15 500	9 090	24 590	63%	-2%
Selleri	910	1 128	2038	45%	1 349	845	2 194	61%	17%
Løk	19 433	11 704	31137	62%	22 240	8 382	30 622	73%	10%
Purre	1 810	2 150	3960	46%	2 053	2 009	4 062	51%	5%
Blomkål	4 559	5 809	10368	44%	5 130	6 060	11 190	46%	2%
Isbergsalat, issalat	6 900	10 360	17260	40%	6 234	8 902	15 136	41%	1%
Stilkselleri	746	1 309	2055	36%	1 072	1 386	2 458	44%	7%
Tomat	12 076	24 816	36892	33%	12 515	25 115	37 630	33%	1%
Brokkoli	3 152	7 602	10754	29%	3 102	7 804	10 906	28%	-1%
Paprika	255	17 245	17500	1%	283	17 936	18 219	2%	0%
Asparges	3	1 813	1816	0%	507	2 019	2 526	20%	20%
Hvitløk	8	1 337	1345	1%	0	1 356	1 356	0%	-1%
Sjampinjong	0	7 117	7117	0%	0	7 198	7 198	0%	0%
Annen sopp	0	381	381	0%	0	412	412	0%	0%
Andre friske grønns.	2 130	12 630	14760	14%	6 902	13 502	20 404	34%	19%
Sum grønnsaker	129 676	128 494	258 170	50%	139 679	125 548	265 227	53%	2%
POTETER	2013	2013	2013		2014	2014	2014		
Friske poteter	55 920	36 778	92 698	60%	58846	39 204	98 050	60%	0%
FRUKT	2013	2013	2013		2014	2014	2014		
Kirsebær/Moreller	488	2 008	2496	20%	583	1 997	2 580	23%	3%
Plommer	1 294	3 959	5253	25%	1 143	4 028	5 171	22%	-3%
Epler	6 740	50 115	56855	12%	7 580	49 761	57 341	13%	1%
Pærer	120	17 360	17480	1%	250	19 080	19 330	1%	1%
Avokado	0	8 785	8785	0%	0	10 496	10 496	0%	0%
Druer	0	28 038	28038	0%	0	25 864	25 864	0%	0%
Appelsiner	0	37 985	37985	0%	0	33 313	33 313	0%	0%
Ananas	0	6 450	6450	0%	0	6 444	6 444	0%	0%
Bananer	0	81 266	81266	0%	0	84 645	84 645	0%	0%
Mango	0	5 460	5460	0%	0	5 646	5 646	0%	0%
Sitroner	0	5 639	5639	0%	0	6 202	6 202	0%	0%
Klementiner/Mandariner	0	28 312	28312	0%	0	29 138	29 138	0%	0%
Kiwi	0	5 056	5056	0%	0	4 474	4 474	0%	0%
Meloner	0	28 546	28546	0%	0	32 449	32 449	0%	0%
Grapefrukt	0	1 340	1340	0%	0	1 344	1 344	0%	0%
Fersken/Nektariner	0	10 311	10311	0%	0	10 161	10 161	0%	0%
Annen frisk frukt	0	7 497	7497	0%	0	6 530	6 530	0%	0%
Sum frukt	8 641	328 127	336 768	3%	9 556	331 572	341 128	3%	0%
BÆR	2013	2013	2013		2014	2014	2014		
Blåbær og andre bær	0	5 189	5189	0%	0	4 893	4 893	0%	0%
Jordbær	2 840	10 287	13127	22%	4 029	10 797	14 826	27%	6%
Bringebær	476	1 676	2152	22%	875	1 384	2 259	39%	17%
Sum Bær	3 316	17 152	20 468	16%	4 904	17 074	21 978	22%	6%
GRØNNSAKER, POTETER, FRUKT OG BÆR	2013	2013	2013		2014	2014	2014		
Totalt	197 554	510 551	708 105	28%	212 985	513 398	726 383	29%	1%

Totaloversikten 2010 - 2014

Kilder: SSB / FGS / LD / ØT / ICA / Coop / Bama / GPS

Marked i tonn for kommersielt salg (norsk og import), på grossist nivå, av frisk(e) frukt, bær, grønnsaker og poteter i Norge.

Som basis for beregningen av forbruk har man benyttet varer gått ut fra grossist; hjemmedyrking er ikke tatt med i beregningsgrunnlaget. Man har heller ikke gått inn og gjort justeringer for handel utenom den offisielle handelen som registreres av SSB; ei heller er det gjort justeringer for svinn.

Copyright 2014



	Norsk	Import	Total	Norsk	Import	Total	Norsk
GRØNNSAKER	2010	2010	2010	2011	2011	2011	2012
Gulrot	31 697	5 192	36 889	28 628	6 853	35 481	31 563
Tomat	11 092	21 502	32 594	11 135	23 903	35 038	12 005
Løk	16 193	10 688	26 881	16 322	9 303	25 625	15 773
Agurk	15 637	6 301	21 938	15 888	7 211	23 099	15 869
Paprika	257	14 239	14 496	305	15 520	15 825	395
Kålrot	10 088	1 727	11 815	9 663	1 773	11 436	10 955
Hodekål	9 789	1 457	11 245	10 214	885	11 099	11 268
Brokkoli	2 766	6 787	9 553	3 001	7 643	10 644	3 285
Blomkål	4 392	5 172	9 564	4 672	5 607	10 279	5 099
Sjampinjong	438	5 832	6 270	55	6 507	6 562	0
Kinakål	3 873	1 696	5 568	3 479	1 329	4 808	2 909
Purre	1 718	1 905	3 622	1 501	1 947	3 448	1 849
Stilkselleri	797	1 314	2 111	649	1 341	1 990	710
Selleri	884	593	1 477	1 123	715	1 838	1 244
Asparges	45	1 384	1 430	42	1 736	1 778	9
Hvitløk	0	1 253	1 253	0	1 126	1 126	0
Rosenkål	483	84	566	512	56	568	488
Annen sopp	28	391	420	14	331	345	0
Isbergsalat, issalat	7 587	10 160	17 746	7 335	10 062	17 397	6 305
Annen salat	5 288	1 939	7 227	4 023	674	4 697	4 291
Andre friske grønnsaker	3 966	9 476	13 442	3 280	11 390	14 670	4 253
SUM GRØNNSAKER	127 017	109 089	236 107	121 842	115 912	237 754	128 270
Vekst fra foregående år	14,39 %	6,15 %	10,43 %	-4,07 %	6,25 %	0,70 %	5,28 %
Kg. grønnsaker pr. cap. pr. år			48,11			47,81	
FRUKT	2010	2010	2010	2011	2011	2011	2012
Bananer	0	78 486	78 486	0	78 221	78 221	0
Epler	7 200	52 191	59 391	5 368	51 468	56 836	6000
Appelsiner	0	37 730	37 730	0	37 489	37 489	0
Meloner	0	24 371	24 371	0	24 378	24 378	0
Klementiner/Mandariner	0	29 215	29 215	0	26 578	26 578	0
Druer	0	27 751	27 751	0	27 178	27 178	0
Pærer	209	21 133	21 342	192	20 539	20 731	177
Fersken/Nektariner	0	9 810	9 810	0	10 428	10 428	0
Avokado	0	5 154	5 154	0	6 556	6 556	0
Ananas	0	6 394	6 394	0	6 521	6 521	0
Sitroner	0	4 478	4 478	0	4 758	4 758	0
Mango	0	4 214	4 214	0	4 611	4 611	0
Plommer	1 067	2 692	3 759	946	3 344	4 290	824
Kiwi	0	5 373	5 373	0	5 348	5 348	0
Kirsebær/Moreller	336	980	1 316	367	1 134	1 501	329
Grapefrukt	0	1 333	1 333	0	1 219	1 219	0
Annen frisk frukt	0	5 244	5 244	0	6 518	6 518	0
SUM FRUKT	8 812	316 549	325 361	6 873	316 288	323 161	7 329
Vekst fra foregående år	-0,43 %	0,28 %	0,26 %	-22,00 %	-0,08 %	-0,68 %	6,64 %
Kg. frukt pr. cap. pr. år			66,29			64,98	
BÆR	2010	2010	2010	2011	2011	2011	2012
Jordbær	4 323	5 746	10 069	3 493	7 512	11 005	5 132
Blåbær og andre bær				0			0
Bringebær	599	323	922	729	584	1 313	880
SUM BÆR	4 922	6 069	10 991	4 222	8 096	12 318	6 012
Vekst fra foregående år	4,20 %	14,29 %	9,54 %	-14,22 %	33,40 %	12,08 %	-0,94 %
Kg. bær pr. cap. pr. år			2,24			2,48	
SUM FRUKT OG BÆR	13 734	322 618	336 352	11 095	324 384	335 479	13 341
SUM FRUKT, GRØNNSAKER OG BÆR	140 751	431 708	572 459	132 938	440 296	573 234	141 612
Vekst fra foregående år	12,54 %	-2,32 %	0,96 %	6,68 %	3,90 %	0,14 %	-67,20 %
Kg. frukt, bær og grønnsaker pr. cap. pr. år			116,64			115,27	
Nøtter og tørket frukt	0	13 283	13 283	0	12 283	12 283	0
POTETER	2010	2010	2010	2011	2011	2011	2012
SUM POTETER	71 333	34 726	106 059	69 894	28 193	98 087	59 298
Vekst fra foregående år	-13,86 %	91,59 %	5,08 %	-2,02 %	-18,81 %	-7,52 %	-15,16 %
Kg. poteter pr. cap. pr. år			21,61			19,72	
TOTAL	2010	2010	2010	2011	2011	2011	2012
Totalt volum frukt, bær, grønnsaker og poteter	212 084	466 434	678 518	202 832	468 489	671 321	200 910
Vekst fra foregående år	2,25 %	5,56 %	4,50 %	-4,36 %	0,44 %	-1,06 %	-0,95 %
Kg. frukt, bær, grønnsaker og poteter pr. cap. pr. år			138,24			134,99	

4 973 029			5 038 100			5 156 451			Vekst i % 2013-2014	Gjennomsnittlig årlig vekst pr. produkt fra 2005 til 2014 i %	Kg pr. capita pr. år i 2014
Import	Total	Norsk	Import	Total	Norsk	Import	Total				
2012	2012	2013	2013	2013	2014	2014	2014				
8 706	40 269	32 685	7 497	40 182	33 096	6 165	39 261	-2,34%	4,05%	7,61	
23 313	35 318	12 076	24 816	36 892	12 515	25 115	37 630	1,96%	2,21%	7,30	
11 094	26 867	19 433	11 704	31 137	22 240	8 382	30 622	-1,68%	7,03%	5,94	
8 353	24 222	16 151	8 852	25 003	15 500	9 090	24 590	-1,68%	3,90%	4,77	
16 246	16 641	255	17 245	17 500	283	17 936	18 219	3,95%	5,41%	3,53	
1 271	12 226	11 335	734	12 069	12 451	1 263	13 714	12,00%	2,74%	2,66	
1 020	12 288	10 229	1 359	11 588	10 706	1 602	12 308	5,85%	1,71%	2,39	
7 515	10 800	3 152	7 602	10 754	3 102	7 804	10 906	1,39%	4,13%	2,12	
5 761	10 860	4 559	5 809	10 368	5 130	6 060	11 190	7,35%	3,00%	2,17	
6 866	6 866	0	7 117	7 117	0	7 198	7 198	1,13%	3,21%	1,40	
1 503	4 412	2 596	1 605	4 201	2 342	1 458	3 800	-10,56%	-7,09%	0,74	
1 852	3 701	1 810	2 150	3 960	2 053	2 009	4 062	2,50%	0,81%	0,79	
1 265	1 975	746	1 309	2 055	1 072	1 386	2 458	16,38%	5,00%	0,48	
770	2 014	910	1 128	2 038	1 349	845	2 194	7,13%	12,23%	0,43	
1 937	1 946	3	1 813	1 816	507	2 019	2 526	28,11%	11,52%	0,49	
1 135	1 135	8	1 337	1 345	0	1 356	1 356	0,81%	7,04%	0,26	
140	628	416	147	563	428	231	659	14,57%	2,51%	0,13	
386	386	0	381	381	0	412	412	7,52%	4,81%	0,08	
9 718	16 023	6 900	10 360	17 260	6 234	8 902	15 136	-14,03%	1,56%	2,94	
1 347	5 638	3 816	2 899	6 715	3 768	2 813	6 581	-2,04%	5,27%	1,28	
12 167	16 420	2 595	12 630	15 225	6 902	13 502	20 404	27,66%	11,17%	3,96	
122 365	250 635	129 676	128 494	258 170	139 679	125 548	265 227	2,66%	3,86%	51,44	
5,57 %	5,42 %	1,10 %	5,01 %	3,01 %	7,71 %	-2,29 %	2,73 %				
	49,75			50,66			51,44	1,54%	2,65%		
2012	2012	2013	2013	2013	2014	2014	2014				
76 803	76 803	0	81 266	81 266	0	84 645	84 645	3,99%	1,62%	16,42	
51 279	57 279	6 740	50 115	56 855	7 580	49 761	57 341	0,85%	-0,12%	11,12	
35 644	35 644	0	37 985	37 985	0	33 313	33 313	-14,02%	0,74%	6,46	
25 866	25 866	0	28 546	28 546	0	32 449	32 449	12,03%	6,55%	6,29	
28 160	28 160	0	28 312	28 312	0	29 138	29 138	2,83%	1,25%	5,65	
27 665	27 665	0	28 038	28 038	0	25 864	25 864	-8,41%	-0,80%	5,02	
19 213	19 390	120	17 360	17 480	250	19 080	19 330	9,57%	-1,88%	3,75	
11 127	11 127	0	10 311	10 311	0	10 161	10 161	-1,48%	0,09%	1,97	
7 090	7 090	0	8 785	8 785	0	10 496	10 496	16,30%	17,46%	2,04	
6 585	6 585	0	6 450	6 450	0	6 444	6 444	-0,09%	1,70%	1,25	
5 079	5 079	0	5 639	5 639	0	6 202	6 202	9,08%	4,63%	1,20	
4 559	4 559	0	5 460	5 460	0	5 646	5 646	3,29%	n/a	1,09	
4 233	5 057	1 294	3 959	5 253	1 143	4 028	5 171	-1,58%	2,20%	1,00	
5 251	5 251	0	5 056	5 056	0	4 474	4 474	-13,01%	0,06%	0,87	
1 512	1 841	488	2 008	2 496	583	1 997	2 580	3,26%	7,88%	0,50	
1 343	1 343	0	1 340	1 340	0	1 344	1 344	0,30%	0,16%	0,26	
5 642	5 642	0	7 497	7 497	0	6 530	6 530	-14,81%	1,56%	1,27	
317 051	324 380	8 641	328 127	336 768	9 556	331 572	341 128	1,28%	1,56%	66,16	
0,24 %	0,38 %	17,90 %	3,49 %	3,82 %	10,58 %	1,05 %	1,29 %				
	64,39			66,08			66,16	0,11%	0,38%		
2012	2012	2013	2013	2013	2014	2014	2014				
9 417	14 549	2840	10 287	13 127	4 029	10 797	14 826	11,46%	7,66%	2,88	
2 528	2 528	0	5 189	5 189	0	4 893	4 893	-6,05%	n/a	0,95	
1 262	2 142	476	1 676	2 152	875	1 384	2 259	4,74%	n/a	0,44	
13 207	19 219	3 316	17 152	20 468	4 904	17 074	21 978	7%	12%	4,26	
20,17 %	74,87 %	-44,84 %	29,87 %	6,50 %	47,89 %	-0,45 %	7,38 %				
	3,81			4,02			4,26	6,13%	11,16%		
330 258	343 599	11 958	345 279	357 237	14 460	348 646	363 106	1,64%	1,98%	70,42	
452 623	594 235	141 633	473 773	615 406	154 139	474 194	628 333	2,10%	2,73%	121,85	
-20,93 %	3,80 %	0,02 %	4,67 %	3,56 %	8,83 %	0,09 %	2,10 %				
	117,95			120,76			121,85	0,91%	1,54%		
12 386	12 386		10 661	10 661		12 635	12 635	18,52%	1,00%		
2012	2012	2013	2013	2013	2014	2014	2014				
37 569	96 867	55 920	36 778	92 698	58 846	39 204	98 050	5,77%	0,02%	19,02	
33,26 %	-1,24 %	-5,70 %	-2,11 %	-4,30 %	5,23 %	6,60 %	5,77 %				
	19,23			18,19			19,02	4,54%	-1,15%		
2012	2012	2013	2013	2013	2014	2014	2014				
490 192	691 102	197 554	510 551	708 105	212 985	513 398	726 383	2,58%	2,32%	140,87	
4,63 %	2,95 %	-1,67 %	4,15 %	2,46 %	7,81 %	0,56 %	2,58 %				
	137,18			138,94			140,87	1,38%	1,13%		

Topp 47 importland

– friske frukt og grønnsaker i mengde(tonn) og verdi(1000 kroner). Sortert etter verdi 2014.

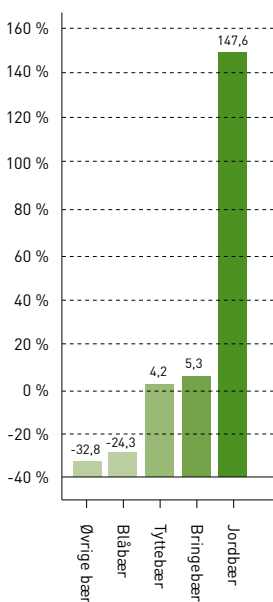
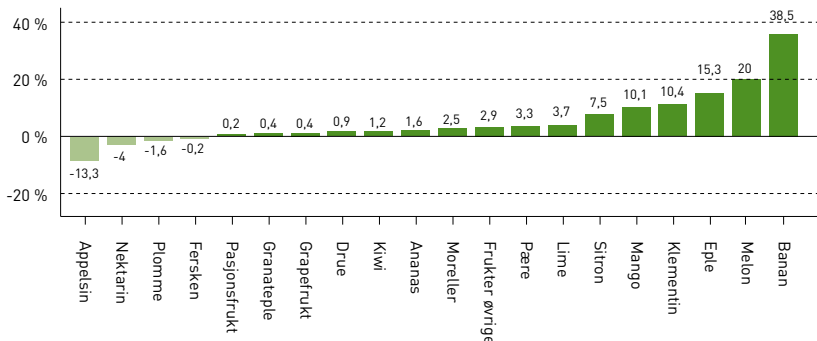
Kilde: SSB/FGS. Hentet fra kapitlene 07.01-07.09 og 08.01-08.10 i tolltariffen.

	2013		2014		Verdiendring fra '13 - '14	Andel total mengde	Andel total verdi
	Mengde tonn	VERDI (1000 NOK)	Mengde tonn	VERDI (1000 NOK)			
Spania	141 547	1 634 645	143 842	1 725 036	5,53 %	27,06 %	24,29 %
Nederland	49 039	827 750	54 512	939 424	13,49 %	10,25 %	13,23 %
Italia	47 153	551 050	46 074	530 350	-3,76 %	8,67 %	7,47 %
U S A	7 698	296 533	7 623	343 907	15,98 %	1,43 %	4,84 %
Sør-Afrika	20 499	339 005	19 147	339 137	0,04 %	3,60 %	4,77 %
Chile	14 290	276 431	15 210	320 287	15,87 %	2,86 %	4,51 %
Costa Rica	42 103	255 079	50 930	319 322	25,19 %	9,58 %	4,50 %
Peru	7 446	194 226	8 501	229 859	18,35 %	1,60 %	3,24 %
Ecuador	34 179	243 736	31 157	224 760	-7,79 %	5,86 %	3,16 %
Marokko	6 532	196 961	6 387	201 958	2,54 %	1,20 %	2,84 %
Belgia	15 584	279 781	11 372	186 889	-33,20 %	2,14 %	2,63 %
Brasil	10 089	152 426	10 918	183 070	20,10 %	2,05 %	2,58 %
Frankrike	21 080	201 709	19 565	166 756	-17,33 %	3,68 %	2,35 %
Polen	10 609	161 673	10 865	164 307	1,63 %	2,04 %	2,31 %
Tyrkia	5 733	131 025	5 541	140 910	7,54 %	1,04 %	1,98 %
Israel	15 044	118 932	12 986	113 069	-4,93 %	2,44 %	1,59 %
Argentina	6 647	93 285	5 551	83 548	-10,44 %	1,04 %	1,18 %
India	2 412	71 814	2 550	75 367	4,95 %	0,48 %	1,06 %
Portugal	2 552	82 405	2 070	67 278	-18,36 %	0,39 %	0,95 %
New Zealand	6 688	73 596	5 656	66 219	-10,02 %	1,06 %	0,93 %
Danmark	24 798	75 510	19 903	65 983	-12,62 %	3,74 %	0,93 %
Guatemala	764	33 224	1 039	52 595	58,30 %	0,20 %	0,74 %
Kina	2 610	50 747	2 546	51 940	2,35 %	0,48 %	0,73 %
Dominikanske Republ.	3 144	36 841	4 241	47 927	30,09 %	0,80 %	0,67 %
Mexico	933	43 850	989	46 102	5,14 %	0,19 %	0,65 %
Sverige	5 981	44 371	5 763	44 768	0,89 %	1,08 %	0,63 %
Vietnam	1 069	46 503	987	43 933	-5,53 %	0,19 %	0,62 %
Hellas	2 990	34 432	3 046	39 232	13,94 %	0,57 %	0,55 %
Egypt	3 736	40 938	3 142	38 417	-6,16 %	0,59 %	0,54 %
Thailand	788	33 821	790	34 974	3,41 %	0,15 %	0,49 %
Australia	1 506	28 001	1 403	32 457	15,91 %	0,26 %	0,46 %
Panama	3 783	25 404	4 679	31 306	23,23 %	0,88 %	0,44 %
Kenya	715	23 366	799	27 088	15,93 %	0,15 %	0,38 %
Storbritannia	3 061	25 061	4 522	24 022	-4,15 %	0,85 %	0,34 %
Tyskland	2 931	29 325	1 753	18 334	-37,48 %	0,33 %	0,26 %
Colombia	6 813	49 429	1 549	16 811	-65,99 %	0,29 %	0,24 %
Litauen	617	10 435	851	16 439	57,54 %	0,16 %	0,23 %
Honduras	963	8 773	1 553	15 128	72,44 %	0,29 %	0,21 %
Pakistan	881	16 001	564	11 784	-26,35 %	0,11 %	0,17 %
Mosambik	32	1 564	223	11 256	619,69 %	0,04 %	0,16 %
Elfenbeinskysten	668	9 888	783	10 953	10,77 %	0,15 %	0,15 %
SUM	535 707	6 849 546	531 582	7 102 902	3,70 %	100,00 %	100,00 %

Produkter som bidrar til forbruksveksten

FRUKT – VEKST OG NEDGANG I PROSENT

Totalt økte frukt ut av butikk med 392,9 millioner fra 2013 til 2014. Grafen viser varegruppene sin andel av denne veksten, oppgitt i %.

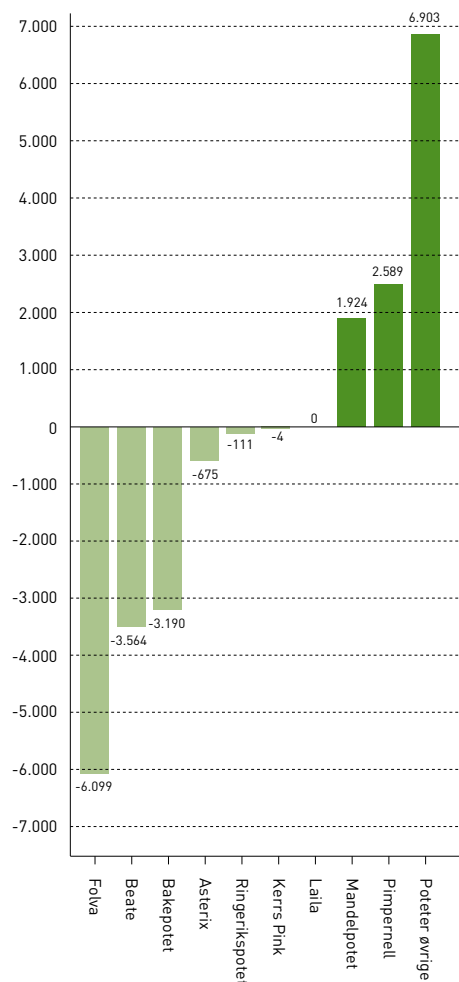


BÆR

Totalt økte bær ut av butikk med 32,9 millioner fra 2013 til 2014. Grafen viser bærtypene sin andel av denne veksten, oppgitt i %.

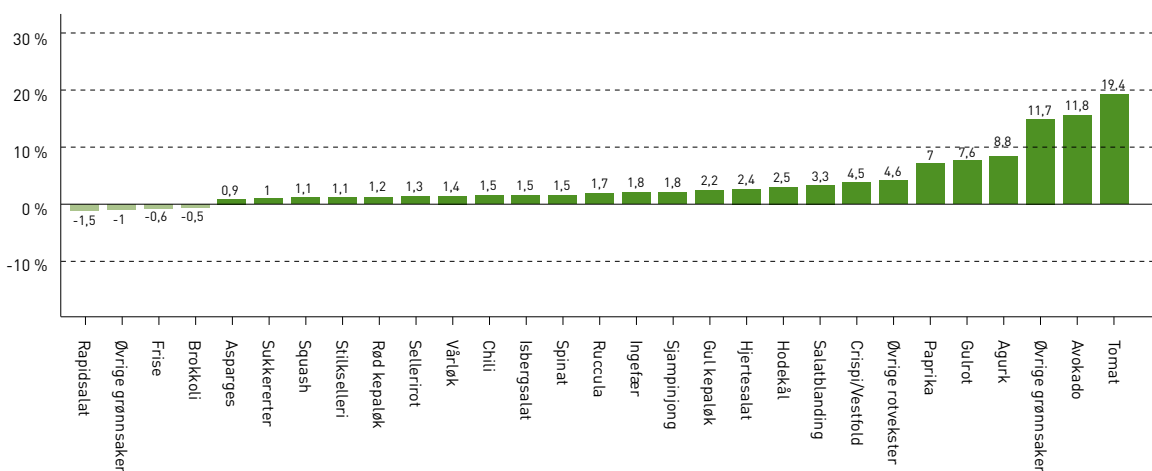
POTETER – VEKST OG NEDGANG

Totalt gikk poteter ut av butikk tilbake med -2,2 millioner fra 2013 til 2014. Grafen viser potettypene sin andel av denne nedgangen, oppgitt i hele tusen.



GRØNNSAKER – VEKST OG NEDGANG I PROSENT

Totalt økte grønnsaker ut av butikk med 829,3 millioner fra 2013 til 2014. Grafen viser varegruppene sin andel av denne veksten, oppgitt i %.





Grønnsaker

Denne tabellen viser verdiandel og salg pr. varegruppe, samt endringer fra 2013 til 2014. Tallene er inkl. 15 % mva og er oppgitt i 1000 NOK. Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare Helår 2014.

	Verdiandel	Salg i verdi (1000 NOK)	Endring i % fra 2013 til 2014
Grønnsaker totalt eks. Poteter	100 %	8 406 786	10,9 %
Grønnsaksfrukter	42,5 %	3 569 923	13,2 %
Salat-og bladgrønnsaker	14,9 %	1 254 122	10,1 %
Rotvekster	12,5 %	1 054 552	15,9 %
Kålvekster	10,6 %	889 564	3,5 %
Løk-og purrevekster	9,8 %	824 239	7,2 %
Sopp	2,3 %	194 949	10,8 %
Friske urter	2,3 %	194 355	9,9 %
Frø- og belgvekster	2,3 %	194 031	8,5 %
Stengelvekster	2,2 %	185 221	12,0 %
Øvrige grønnsaker, uregistrert type	0,5 %	45 830	-7,6 %
Grønnsaksfrukter	100 %	3 569 923	13,2 %
Tomat	41,3 %	1 475 153	12,2 %
Agurk	23,1 %	825 389	9,7 %
Paprika	17,8 %	635 108	10,1 %
Avokado	13,4 %	478 181	25,8 %
Squash	1,8 %	64 305	16,0 %
Chili	1,8 %	64 244	23,9 %
Aubergine	0,5 %	17 405	8,6 %
Artisjokk	0,0 %	639	-13,6 %
Grønnsaksfrukter øvrige	0,3 %	9 499	36,1 %
Salat-og bladgrønnsaker	100 %	1 254 122	10,1 %
Isbergsalat	33,1 %	415 025	3,1 %
Crispi/vestfold	16,1 %	202 497	22,4 %
Salatblanding	9,9 %	123 775	27,8 %
Rucculasalat	9,8 %	122 736	12,8 %
Hjertesalat	8,2 %	102 892	23,8 %
Spinat	5,0 %	63 113	25,4 %
Romano	2,7 %	33 850	9,7 %
Rapidsalat	2,0 %	24 728	-33,6 %
Lollosalat	0,9 %	11 054	-6,6 %
Riviera	0,2 %	2 472	-29,7 %
Frise	0,1 %	1 342	-79,2 %
Ekebladsalat	0,0 %	523	-37,1 %
Salat-og bladgrønnsaker øvrige	12,0 %	150 116	6,4 %
Rotvekster	100 %	1 054 552	15,9 %
Gulrot	75,0 %	791 033	8,7 %
Sellerirot	7,0 %	73 673	16,9 %
Ingefaerrot	3,5 %	36 998	64,8 %
Persillerot	2,8 %	29 507	14,7 %
Reddik	2,5 %	25 940	16,6 %
Pastinakk	1,4 %	15 164	45,7 %
Rødbeter	1,2 %	12 140	76,3 %
Neper	1,1 %	11 903	6,3 %
Rotvekster øvrige	5,5 %	58 196	188,6 %

	Verdiandel	Salg i verdi (1000 NOK)	Endring i % fra 2013 til 2014
Kålvekster	100 %	889 564	3,5 %
Brokkoli	32,0 %	284 409	-1,3 %
Blomkål	24,3 %	216 058	0,1 %
Kålrot	16,9 %	150 393	1,1 %
Hodekål	14,8 %	131 974	18,7 %
Kinakål	7,4 %	65 993	6,6 %
Rosenkål	3,6 %	32 065	14,4 %
Kålvekster øvrige	1,0 %	8 672	57,2 %
Løk-og purrevekster	100 %	824 239	7,2 %
Kepaløk gul	39,7 %	327 408	5,9 %
Kepaløk rød	16,1 %	132 537	7,8 %
Vårløk	13,7 %	112 625	11,4 %
Hvitløk	9,6 %	78 822	12,3 %
Purre	9,5 %	78 473	8,2 %
Sjalottløk	7,6 %	62 411	3,8 %
Løk-og purrevekster øvrige	3,9 %	31 963	-2,6 %
Sopp	100 %	194 949	10,8 %
Sjampinjong	80,2 %	156 349	10,3 %
Kantarell	9,8 %	19 158	16,0 %
Aromasopp	6,5 %	12 600	39,6 %
Østersopp	1,7 %	3 253	-3,3 %
Sopp øvrige	1,8 %	3 589	-32,6 %
Friske urter	100 %	194 355	9,9 %
Basilikum	21,3 %	41 383	15,6 %
Koriander	14,9 %	28 867	31,8 %
Kruspersille	12,0 %	23 261	0,9 %
Dill	11,9 %	23 164	5,9 %
Timian	6,2 %	12 019	13,3 %
Gressløk	6,0 %	11 655	-1,4 %
Rosmarin	4,7 %	9 071	9,4 %
Sitronmelisse	3,2 %	6 240	-0,8 %
Bladpersille	3,2 %	6 197	12,2 %
Mynte	2,9 %	5 637	13,9 %
Oregano	1,4 %	2 661	6,3 %
Urter øvrige	12,5 %	24 200	-0,4 %
Frø- og belgvekster	100 %	194 031	8,5 %
Sukkerert	82,4 %	159 947	5,7 %
Mais	6,3 %	12 208	79,1 %
Bønner	7,8 %	15 057	-2,2 %
Spire	3,4 %	6 566	30,0 %
Frø-og belgvekster øvrige	0,1 %	252	9,2 %
Stengelvekster	100 %	185 221	12,0 %
Asparges	61,3 %	113 611	7,1 %
Stangselleri	30,4 %	56 291	19,2 %
Fennikel	7,3 %	13 451	28,6 %
Stengelvekster øvrige	1,0 %	1 868	10,9 %

Frukt og bær

Disse tabellene viser verdiandel og salg pr. varegruppe, samt endringer fra 2013 til 2014. Tallene er inkl. 15 % mva og er oppgitt i 1000 NOK. Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2014.

	Verdiandel	Salg i verdi (1000 nok)	Endring i % fra 2013 til 2014
Frukt og bær totalt	100 %	7 219 796	6,3 %
Bløtfrukter	37,2 %	2 685 672	10,3 %
Bær	19,7 %	1 424 946	2,4 %
Kjernefrukter	18,2 %	1 311 651	5,9 %
Sitrusfrukter	15,0 %	1 080 889	3,3 %
Steinfrukter	9,3 %	670 590	4,8 %
Fruktur øvrige	0,6 %	46 049	6,5 %
Bløtfrukter	100 %	2 685 672	10,3 %
Banan	42,5 %	1 140 496	15,3 %
Drue	35,1 %	943 825	0,4 %
Melon	13,8 %	370 446	27,0 %
Kiwi	5,1 %	135 693	3,7 %
Ananas	2,1 %	57 066	12,5 %
Bløtfrukter øvrige	1,4 %	38 147	19,5 %
Bær	100 %	1 424 946	2,4 %
Jordbær	48,9 %	697 013	7,5 %
Blåbær	30,3 %	431 141	-1,8 %
Bringebær	17,7 %	251 722	0,7 %
Tyttebær	0,6 %	8 185	20,1 %
Bær øvrige	2,6 %	36 885	-22,6 %
Kjernefrukter	100 %	1 311 651	5,9 %
Eple	80,0 %	1 049 310	6,1 %
Pære	19,8 %	259 344	5,3 %
Kjernefrukter øvrige	0,2 %	2 997	10,0 %
Sitrusfrukter	100 %	1 080 889	3,3 %
Klementin	44,1 %	477 058	9,4 %
Appelsin	39,9 %	430 893	-10,8 %
Sitron	9,6 %	103 567	39,5 %
Lime	4,6 %	50 128	40,1 %
Grapefrukt	1,5 %	16 221	11,6 %
Sitrusfrukter øvrige	0,3 %	3 020	33,7 %
Steinfrukter	100 %	670 590	4,8 %
Morell	26,3 %	176 106	5,9 %
Plomme	23,3 %	156 128	-3,9 %
Mango	22,6 %	151 540	35,5 %
Nektarin	22,4 %	150 028	-9,4 %
Fersken	2,2 %	15 079	-5,3 %
Steinfrukter øvrige	3,2 %	21 710	23,4 %
Fruktur øvrige	100 %	46 049	-6,5 %
Granateple	27,2 %	12 533	15,8 %
Pasjonsfrukt	11,9 %	5 471	14,8 %
Kokosnøtt	3,0 %	1 397	38,9 %
Pitahaya	1,2 %	549	-11,3 %
Mangostan	0,4 %	177	-6,8 %
Kaktusfiken	0,0 %	21	-11,0 %
Fruktur øvrige andre	56,2 %	25 902	0,4 %

Poteter

	Verdiandel	Salg i verdi (1000 NOK)	Endring i % fra 2013 til 2014
Poteter totalt	100 %	1 375 438	-0,2 %
Mandelpotet	8,8 %	120 751	1,6 %
Beate	3,4 %	46 595	-7,1 %
Asterix	3,3 %	44 769	-1,5 %
Pimpernell	1,9 %	26 230	11,0 %
Bakepotet	1,4 %	18 797	-14,5 %
Kerrs Pink	0,6 %	7 859	-0,1 %
Folva	0,1 %	1 006	-85,8 %
Ringerikspotet	0,0 %	558	-16,6 %
Poteter øvrige *	80,6 %	1 108 873	0,6 %

* Poteter øvrige inneholder blant annet nypoteter, løsvettpoteter og importpoteter som ikke registreres ved scanning som Beate, Asterix, Pimpernell, Kerrs Pink, Laila, Folva, Ringerikspotet, Mandelpotet eller bakepotet.



Total grønnsaker, frukt, bær og poteter

Denne tabellen viser verdiandel og salg pr. segment, samt endringen fra 2013 til 2014. tallene er inkl. 15 % mva og er oppgitt i 1000 NOK. Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare2014 og Dagligvarerapporten 2015. Helår 2014.

	Verdiandel	Salg i verdi (1000 NOK)	Endring i % fra 2013 til 2014
TOTAL GRØNNSAKER, POTETER, FRUKT OG BÆR	100,0 %	17 002 021	7,9 %
GRØNNSAKER	49,4 %	8 406 786	10,9 %
POTETER	8,1 %	1 375 438	-0,2 %
FRUKT	34,1 %	5 794 849	7,3 %
BÆR	8,4 %	1 424 946	2,4 %

Denne tabellen viser andelen grønnsaker /poteter og frukt/bær av total dagligvare omsetning . Salg i verdi. Tallene er eks. mva. og er oppgitt i millioner NOK. Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare2014 og Dagligvarerapporten 2015. Helår 2014. Populasjon er hentet fra Statisk Sentralbyrå.

Distrikter (Nielsen)	Norge total dagligvare	Frukt /bær	Grønnsaker /poteter	Total frukt/ bær/grønnsaker/poteter	F&G andel av total dagligvare	Andel frukt /bær	Andel grønnsaker /poteter	Populasjon	Pr. capita i kr.
Norge Totalt	160 145	6 278	8 506	14 784	9,2 %	3,9 %	5,3 %	5 109 056	2 894
Oslo	17 006	699	1 042	1 741	10,2 %	4,1 %	6,1 %	634 463	2 744
Østre Østland	35 888	1 402	1 956	3 358	9,4 %	3,9 %	5,5 %	1 242 972	2 701
Vestre Østland	31 521	1 231	1 674	2 906	9,2 %	3,9 %	5,3 %	976 782	2 975
Vestlandet	35 317	1 481	1 894	3 375	9,6 %	4,2 %	5,4 %	1 073 836	3 143
Midt-Norge	23 626	878	1 143	2 021	8,6 %	3,7 %	4,8 %	702 869	2 875
Nord-Norge	16 789	599	817	1 415	8,4 %	3,6 %	4,9 %	478 134	2 960

Fryste grønnsaker og poteter

Denne tabellen viser utviklingen for fryste grønnsaker og poteter. Tall for verdi og volum. Kilde: Nielsen ScanTrack, Dagligvare Norge helår 2013 og 2014.

Tall i 1000 NOK	Salg i verdi (1000 NOK)			Salg i volum (1000 NOK)		
	2013	2014	Endring i %	2013	2014	Endring i %
Total dypfryste grønnsaker og poteter	819 994	829 155	1,1	27 017	26 394	-2,3
Dypfryste grønnsaker	451 123	476 777	5,7	16 607	16 548	-0,4
Dypfryste poteter	368 871	352 378	4,5	10 410	9 846	-5,4



Markedssituasjonen for hagebrukssektoren 2014

Hovedtrekk

Sesongen 2014 var preget av en tidlig sesongstart, med god markedsdekning for flere kulturer tidligere enn normalt.

Det er kun kepaløk, rosenkål og isbergsalat som så langt ser ut til å nå målpris, og flere kulturer som tradisjonelt har oppnådd målprisen har så langt i sesongen ikke klart det. Totalt for poteter, grønnsaker og frukt ble det i første halvår av avtaleperioden tatt ut 43 mill. kroner mindre i markedet enn hva målprisene skulle tilsi. Gode avlinger, kombinert med lave importpriser, er hovedårsaken til at målprisene ikke ble nådd.

Stor potetavling ga behov for markedsregulering av poteter, og stort leveringspress gjennom hele høsten ga lave priser.

En god frukt- og bærseong ga høyere avlinger, men skapte også noen utfordringer knyttet til rask modning og begrenset holdbarhet.

Rekordavling ga behov for markedsregulering av poteter

Våronna startet tidlig etterfulgt av en varm vekstperiode. Den varme, og til dels tørre, sommeren førte til noe redusert varekvalitet, men avlingene var jevnt over høye over hele landet.

Pga. gode potetavlinger i 2014, og stor import av matpotet gjennom sesongen, ble det søkt om markedsregulering av poteter. Omsetningsrådet godkjente at 5 000 tonn norske matpoteter av sorten Asterix ble anvendt til potetmel.

Mye poteter både til konsum og industri skapte stort leveringspress høsten 2014, og det store utbudet skapte et prispress, slik at målpris ikke ble nådd.

Det ble omsatt om lag 48 000 tonn norske matpoteter i konsummarkedet i 2014. Importen av tidligpoteter starter stadig tidligere, noe som skapte utfordringer med avtagende salg av lagringspoteter på våren. Etter flere år med stadig økende import, var det en nedgang i importen av poteter på 15 prosent fra 2013 til 2014, samtidig som importverdien gikk ned med 9 prosent.

Det har i Norge vært en satsning på å øke omsetningen av norske poteter, særlig gjennom utvikling av pakninger og profilering. Produksjonen av norske småpoteter, eller populært kalt delikatesspoteter, kom godt i gang i 2014. Det var stor etterspørsel etter de norske småpotetene, som i all hovedsak var av sorten folva.

Omsetningsvekst for norske agurker

Det er helårsproduksjon av både agurker og spesialtomater i Norge, men andelen norskprodusert vare er lav om vinteren, i perioden uten tollbeskyttelse. Det produseres i all hovedsak avtalte mengder til avtalte priser i denne perioden.

I 2014 ble det omsatt om lag 15 000 tonn norske agurker, en oppgang på rundt 1 000 tonn fra året før. Til tross for god etterspørsel etter norske agurker, er lave importpriser styrende for den norske prissettelsen, og produsentene klarte ikke å oppnå målprisen.

Importen av agurk økte med 300 tonn. Verdien av importen gikk imidlertid ned med kr 600 000, noe som gjenspeiler de lave prisene som var med på å presse den norske noteringsprisen under målpris.

Hovedsesongen for norske tomater er i perioden med tollbeskyttelse, fra 10. mai til 15. oktober. Det var i denne perioden god etterspørsel etter norske tomater og utvalget var godt, med både runde-, cherry-, plomme-, perle- og cocktailtomater tilgjengelig. Russlands importforbud skapte et stort prispress, og lave importpriser gjorde det ikke mulig å oppnå målprisen for norske tomater. Situasjonen roet seg imidlertid så snart EU innførte økonomiske støttetiltak.

Også i 2014 økte importen, noe som tyder på at det stadig importeres mer spesialtomater, noe som også gjenspeiles i de norske forbrukertrendene.

Tidens tidligste start på grønnsakssesongen

Aldri har så mange forskjellige grønnsaker kommet på markedet så tidlig på året som i sesongen 2014. Tidligst ute var Rogaland. Det var også en tidlig markedsdekning av de ulike kulturene.

Målprisoppnåelse for isbergsalat

Tidlig sesongstart for den norske isbergsalaten, kombinert med lav tilgang og høye priser på importvaren, bidro til at isbergsalat klarte å ta ut en pris over målpris. I tillegg til at den norske isbergsesongen startet tidlig, var det markedsdekning allerede i begynnelsen av juni. Kvaliteten var god på det som ble omsatt i butikkene. På grunn av kvalitetsutfordringer knyttet til varmt vær og skadedyr, var det periodevis stor utsortering, og mye vare måtte destrueres.

God tilgang på løkvekster

Kvaliteten på den norske løken var god hele høsten, men lagrene var store, noe som særlig ga utfordringer for småløken. Store løkavlinger ga rom for tilbud om lave priser, og til tross for at kepaløk tar ut målpris, har prisen periodevis vært lav. God tilgang på løk med god kvalitet de to siste sesongene har bidratt til at importen har gått kraftig ned. I 2014 ble det importert 3 000 tonn mindre gul kepaløk enn året før.

Vårløk har blitt et populært produkt og den norske sesongen strekker seg fra juli til november. Utenfor norsk sesong forsynes markedet med import, hovedsakelig fra Spania og Tyskland. I 2014 ble det omsatt i om lag 830 tonn norsk vårløk. I tillegg ble det importert 830 tonn til verdi på mer enn 32 mill. kroner.

De siste årene har det vært store utfordringer knyttet til purre, ved at flere store produsenter uten leveringsavtaler har tilbudt markedet purre til svært lave priser. Slik var det også i 2014, og avviket til målpris var stort gjennom hele sesongen. Kvaliteten på sesongens purre var god, men en del av den billige varen som ble omsatt i markedet var av ujevn kvalitet knyttet til størrelse.

Kvalitetsutfordringer for kålvekstene

Sesongens kålvekster hadde periodevis store problemer med skadeinsektet kålmøll. Til tross for kvalitetsutfordringer og stor utsortering, særlig for rosenkål, var det godt med både hvitkål og rosenkål på lager per 1. januar.



Den norske tidligkålen kom tidlig på markedet og måtte vike plass for allerede importert tildligkål som ennå ikke var solgt. Store avlinger kombinert med billig import var med på å holde prisen lav, slik at målpris ikke ble nådd.

Blomkålsesongen startet tidlig og tilførselene ble fort dekkende for markedet. Kvaliteten var god, men utover i sesongen var det periodevis store problemer med kålmøll. Det var imidlertid en større produksjon enn forbruk, noe som førte til perioder med utfordringer knyttet til pris, og det var ikke mulig å oppnå målpris. Omsetningen av norsk blomkål i 2014 var på rundt 7,4 mill. stk., en økning på 400 000 stk. fra året før.

Sesongens rosenkålavling var preget av store utfordringer med møll, sopp og lus, og utsorteringen var stor. Den rosenkålen som ble omsatt i butikkene var imidlertid av fin kvalitet. Til tross for økt importen og lave importpriser oppnådde rosenkål en pris over målpris.

Økt utvalg av rotgrønnsakene

Norske rotgrønnsaker fortsetter å øke i popularitet. I motsetning til i fjor var årets buntegulrot god på smak, og det ble tidlig oppnådd vekt på rundt en kilo. Det var god kvalitet gjennom hele sesongen, men en del røtter hadde en så god vekstsesong at de ble for store og måtte sorteres ut av konsummarkedet. Utvalget av gulrot øker, og markedet ble tilbudt både gule, lilla og regnbuegulrot. For første gang på flere år, har ikke gulrot klart å ta ut målpris. Lave importpriser har påvirket den norske prisfastsettelsen.

Økningen i produksjonen av norsk knollselleri vedvarte, og med en økning i lagerbeholdningen per 1. januar på 60 prosent

fra året før, vil det være norsk knollselleri tilgjengelig frem mot ny norsk sesong.

Kålrot hadde god dekning tidlig i sesongen. Kvaliteten var gjennomgående god, men en del kålrot med lav vekt ble omsatt billig og ga relativt lave priser. Det var en økning i lagerbeholdningen ved årsskiftet.

God smaks kvalitet på sesongens frukt og bær

Etterspørselen etter norsk frukt og bær er god, og for plommer og moreller har utfordringen vært å produsere nok av god kvalitet. 2014 var samlet sett ett godt år, men med en del variasjoner mellom distriktene. Plommeavlingen var lav, mens det for epler var den høyeste avlingen siden 2008. Fruktblomstringen startet tidlig, og allerede i begynnelsen av mai blomstret epletrærne. Noen kalde netter i begynnelsen av mai medførte imidlertid en del skader og redusert avling, spesielt for plommer og moreller. Den tidlige våren ble etterfulgt av en varm sommer og høstingen startet 2-3 uker tidligere enn normalt.

Gode epleavlinger, men lav prisoppnåelse

Årets eplehøst var bra på Vestlandet, og spesielt i Hardanger. Østlandet hadde en dårligere avling. Det ble levert 7 850 tonn epler i sesongen 2014, en økning på om lag 1 000 tonn fra 2013. Til tross for en moderat epleavling og at markedet kunne omsatt en større andel norske epler, ble 160 tonn konsumepler regulert til fabrikk. Dette er en følge av strenge krav til størrelser og pakningstyper i konsummarkedet. Prisen ble på 30 øre under målprisen.

Til tross for liten interesse for norske pærer, ble sesongens avling mer en doblet fra i fjor. Sesongen var relativt kort, men

det ble omsatt 250 tonn pærer i konsummarkedet i 2014, mot 120 tonn i 2013 sesongen. Tollkvoten på 250 tonn ble fullt ut utnyttet.

Rekordår for norske moreller

Det ble et særdeles godt år for moreller, med en omsetning på 583 tonn, en økning på over 100 tonn fra året før. Planting av flere morelltrær, kombinert med en god vår og sommer var årsaken til økningen. Kvaliteten var gjennomgående god og norske forbrukere etterspør stadig mer bær. Det norske plommearealet har økt de siste årene, og man har ventet lenge på en tilsvarende økning i produksjonen. Sesongen 2014 ga 1 143 tonn, en liten nedgang fra året før. Kraftig vind ga vindskader på en del trær, og utsorteringen ble større enn normalt. Totalt sett var det for lite norske plommer, og produsentene klarte ikke å dekke etterspørselen.

Utfordrende jordbærsesong

Jordbær som var for røde, for små og for modne ga store utfordringer i den norske jordbærsesongen. Det fine sommerværet ga rekordtidlig modning, og det var rett og slett ikke nok bærplukkere tilgjengelig. Den norske produksjonen av jordbær fordeler seg over tre markeder. Det omsettes årlig om lag 4 000 tonn gjennom etablerte grossister, om lag 4 000 tonn via direkteleveranser og salg langs veiene, i tillegg produseres det rundt 600 tonn til industri.

Store bringebæravlinger og et salg som ikke klarte å holde tritt, førte til at en del av sesongens bringebær måtte fryses. Sommervarmen bidro til tidlig modning og sesongen startet to uker tidligere enn normalt.

Skolefruktordningene

Fra august 2014 ble det én skolefruktordning for alle elever i grunnskolen (klasse 1.-10) i Norge. I perioden august 2007 til juni 2014 var det en gratisordning for elever på skoler med ungdomstrinn. Midlene til gratis Skolefrukt var en del av det totale rammetilskuddet til kommunene, og det fulgte en lov og forskrift som påla kommunene gratis frukt og grønt til elever på ungdomstrinnskoler. Den 12.6.2014 vedtok Stortinget å oppheve denne loven.

Skolefrukt ble fra august 2014 et likt tilbud for alle grunnskoler i Norge, enten ved en foreldrebetalt ordning eller at skole/kommune betalte for frukten slik at den ble gratis for elevene.

Foreldrebetalt ordning

Ved en foreldrebetalt ordning tegnes et abonnement for enten 1/2 år eller 1 år om gangen. Elevene får en frisk frukt eller grønnsak hver dag. Dette kan være eple, pære, appelsin, banan, gulrot, kiwi, nektarin eller klementin, avhengig av sesong. Noen ganger også mer eksotisk frukt som melon, ananas og druer, samt cherrytomater.

Tilbudet koster foresatte kroner 3,00 per dag eleven får frukt, og subsidieres av det offentlige med kr 1,- per frukt/grønt. Foresatte betaler kun for de dagene skolen har bestemt at det skal deles ut frukt/grønt og fra startdatoen på abonnementet til eleven.

Gratis for elevene

Kommuner kan fortsatt tilby gratis frukt/grønt til sine grunnskoleelever, dekket over kommunebudsjettet. Ved en kommunalt betalt ordning vil det kunne bestilles frukt/grønt til samme pris som til foresatte, dvs. kr 3,- inkl.-mva. Staten vil også her subsidiere frukten med kroner 1,-/stk. Det er mulig å justere fast bestilling og gjøre midlertidige endringer i løpet av semesteret.

Viktige tiltak 2014

Pris økte fra 2,50 til 3,- inklusive frakt ut til skolene og mva. fra august 2014.

Informasjon om ny skolefruktordning for ungdomstrinnskoler

I mai ble det sendt ut en informasjonskampanje til alle skoler med ungdoms-

trinn om at det ble ny skolefruktordning fra august 2014. Det ble lagt vekt på å informere om at det nå var en abonnementsordning med foresatt betaling, men at kommunene/skolene også kunne kjøpe inn subsidiert frukt for å gi gratis frukt/grønt til elevene.

Fruktcupen våren 2014 ble videreutviklet fra 2013. Totalt ble 128 klasser påmeldt og totalt 52 klasser fullførte alle nivåene og var med i trekning av hovedpremier. Vi reiste ut til to av tre skoler som ble trukket ut og som vant 15.000,- kroner hver til klassetur. Fra ett av stedene ble det rapport på nettsiden til NRKs distriktskontor.

Fruktcupen fikk betydelig flere entusiaster (6 på skalaen) blant lærere i 2014 sammenliknet med 2013, fra 19 % til 37 %. Det som ble likt var blant annet engasjerte og motiverte elever og fokus på frukt og

grønt. Merkene, det å jobbe mot målet og registrering på data var noe av det elevene likte med Fruktcupen.

Fra jord til bord ble lansert fra august 2014. Det besto blant annet av en film om gulrotens reise fra såing til Skolefrukt, samt et mer omfattende interaktivt opplegg om tomaten. Konseptets hensikt var å bidra til å nå kompetansemålet i Læreplanen «fortelle om en utvalgt råvare og hvordan den inngår i matvaresystemet, fra produksjon til forbrukeren».

I tillegg til filmene ble det laget et oppgavehefte til elevene som klassene kunne få tilsendt. Meningen var at dette skulle stimulere til bruk av filmene og gi mulighet til å følge opp i etterkant. Oppgaveheftet inkluderte blant annet oppfølgingsspørsmål knyttet til filmene. Klassene som bestilte materiell fikk også





med tomatfrø, samt tips for såing av tomater i klasserommet. I løpet av høsten hadde mer enn 200 skoleklasser bestilt materiell.

Resultater

Rene barneskoler (1-7 skoler)

Det var 48 % (797 av 1656) av 1-7 skolene i Norge som hadde Skolefrukt og hvor det var bestillinger av frukt høsten 2014. De fleste av disse var foreldrebetalte (ca. 90 %).

Høsten 2014 var det totalt **52 543** abonnement, som var en nedgang på 12 % fra høsten 2013. På de foreldrebetalte skolene var det 48 684 abonnement, som var en nedgang på 11 % fra året før.

Sammenlikner vi foreldrebetalte abonnement høsten 2014 med høsten 2011 og 2012 er det relativt samme antall. Høsten 2013 var altså spesielt vellykket. Antakelig var både ranselpost med bokbind, samt kampanje i sosiale medier en medvirkende årsak til spesielt god oppslutning høsten 2013.

I tillegg var det en skolestreik helt i starten av høstsemesteret 2014, og dette kan ha medført at noen foresatte ikke ville bestille på grunn av fare for at eleven ikke ville motta frukt flere dager (altså betale uten å få frukt).

Rene ungdomsskoler (8-10) og kombinerte skoler (1-10)

Denne type skoler hadde statlig gratis frukt i perioden høsten 2007 til våren 2014. Høsten 2013 var det omtrent **174 000** frukt/grønt som fast bestilling til skolene, og dette ble betydelig redusert i og med at gratisordningen opphørte.

Høsten 2014 var det omtrent **21 000** frukt på denne type skoler med ca. 15.000 frukt på kombinert skolene og 6.000 frukt på ungdomskolene. Her var det flere frukt med gratis frukt til elevene betalt av kommune, skole eller andre, enn foreldrebetalte abonnement.

Evaluering

En undersøkelse gjennomført av OFG høsten 2014 blant foresatte som abonnerer

viser at de fleste foresatte og elever har positiv erfaring med Skolefrukt, og det som oppleves positivt er at det er godt med frukt på skolen, de får det hver dag og de får forskjellig frukt. Viktigste årsaker til at elevene er med på Skolefrukt er at de ønsker det selv og at frukt er sunt og godt.

Eple er den mest populære Skolefrukten. Blåbær og druer er ikke de mest vanlige skolefruktene, men er henholdsvis nummer to og tre i popularitet. På de neste plassene kommer banan og kiwi.

Nøkkelhullet

www.nokkelhullsmerket.no



Hvem står bak Nøkkelhullet?

Myndighetene i Norge, Sverige og Danmark har valgt Nøkkelhullet som symbol på sunnere matvarer. Nøkkelhullet er en frivillig merkeordning.

Kriteriene for hvilke matvarer som kan få Nøkkelhullet er fastsatt av norske, svenske og danske mat- og helsemyndigheter i fellesskap og det er utarbeidet en forskrift med hjemmel i Matloven.

Hvorfor nøkkelhull?

- Bidra til et sunnere kosthold i befolkningen
- Rask hjelp for forbrukere til å velge sunnere matvarer uavhengig av språk- og ernæringskunnskap
- Stimulere til produktutvikling
- Mulighet for økt samhandling og synergi mellom myndigheter, matvarebransje og forbrukerorganisasjoner

Hva er nøkkelhullet?

Nøkkelhullet er myndighetenes merkeordning for matvarer som inneholder mindre mettet fett, sukker og salt og mer fiber enn andre sammenlignbare produkter.

I mars 2015 ble forskriftene revidert. Antall matvaregrupper som ordningen omfatter økte da til 33.

Nøkkelhullet setter krav til minimumsinhold av kostfiber og maksimumsinhold av fett, salt og sukker.

For å få nøkkelhullmerket må en matvare inneholde mindre fett, salt og sukker og mer fiber enn andre produkter i sin matvaregruppe. Mindre ferdigretter med minst 50 % grønnsaker og frukt kan nå få nøkkelhullmerket. Småretter med mye grønnsaker og frukt er tatt inn for å stimulere til utvikling av flere produkter med disse ingrediensene.

Frukt og bær

Alle sorter frukt og bær som ikke er bearbeidet kan nøkkelhullmerkes, også når de er uemballerte.

Eksempler på frukt og bær som kan få Nøkkelhullet er:

- Fersk frukt og friske bær
- Fryste, usukrede bær
- Fryst, oppdelt, usukret frukt

Grønnsaker

Poteter, rotfrukter, belgvekster og andre grønnsaker som ikke er bearbeidet kan nøkkelhullmerkes. De kan være tilsatt krydder, blansjert, tørket, kjølt, dypfryst, tint eller konservert i vann. Produktene kan være smaksatt med krydder.

Eksempler på grønnsaker som kan få Nøkkelhullet er:

- Ferske, dypfryste, skivete rotfrukter, belgvekster og andre grønnsaker
- Tørkede bønner
- Skrellet og skivet potet
- Grønnsaker som er konservert i vann







Opplysningskontoret
for frukt og grønt
frukt.no

FGS
Frukt- og
Grønnsakgrossistenes
Servicekontor



Landbruksdirektoratet
Eanandoallodirektoráhtta

nielsen