

ØKO 2020



22. januar 2020
Trine Hasvang Vaag





**Hva gjør Nortura for å selge det økologiske kjøttet?
Hva ønsker Nortura av økobøndene?**

«Nortura-modellen»



Helse

Bærekraft

Matglede

Veksten flatet ut i dagligvare

1. halvår 2018 - 1. halvår 2019 (verdi kr ut av butikk)



Økologiske matvarer totalt **+1,9%** (1,45 mrd kr)

Økologiske egg **+7,0%** (111 mill kr)



Økologisk kjøtt **+4,8%** (53 mill kr)



Økologisk andel



10%



0,5%





Frivillig sortiment storfe

1. halvår 2018 - 1. halvår 2019 (volum inn til butikk)



Midlertidig sanert - lam





+4%

Konkurransen – spesielt på egg



Aftenposten A-magasinet Osloby Sport Meninger [Bli abonnent](#) | [Logg inn](#) | Meny

Rema vil bli best på økologiske varer.
FOREMA 1000 [Søk på rema.no](#)

- Oppskrifter
- ampanjevarer
- Lær mer
- Butikker
- Ansvar
- Enda mer

Økologi

Vi mener at økologi skal være tilgjengelig for alle som har lyst til å spise sunn og bærekraftig mat. Vårt mål er derfor å øke volumet på økologiske varer slik at prisene på økologi blir lavere.

Vi kan påvirke miljøet mye gjennom verdikjeden, men til syvende og sist er det produktene vi selger som påvirker miljøet mest. Det beste «verktøyet» for salg av bærekraftige produkter er i dag økologi og vi ønsker derfor å tilrettelegge for økt økologisk landbruk og gjøre økologiske matvarer mer tilgjengelig for folk flest.

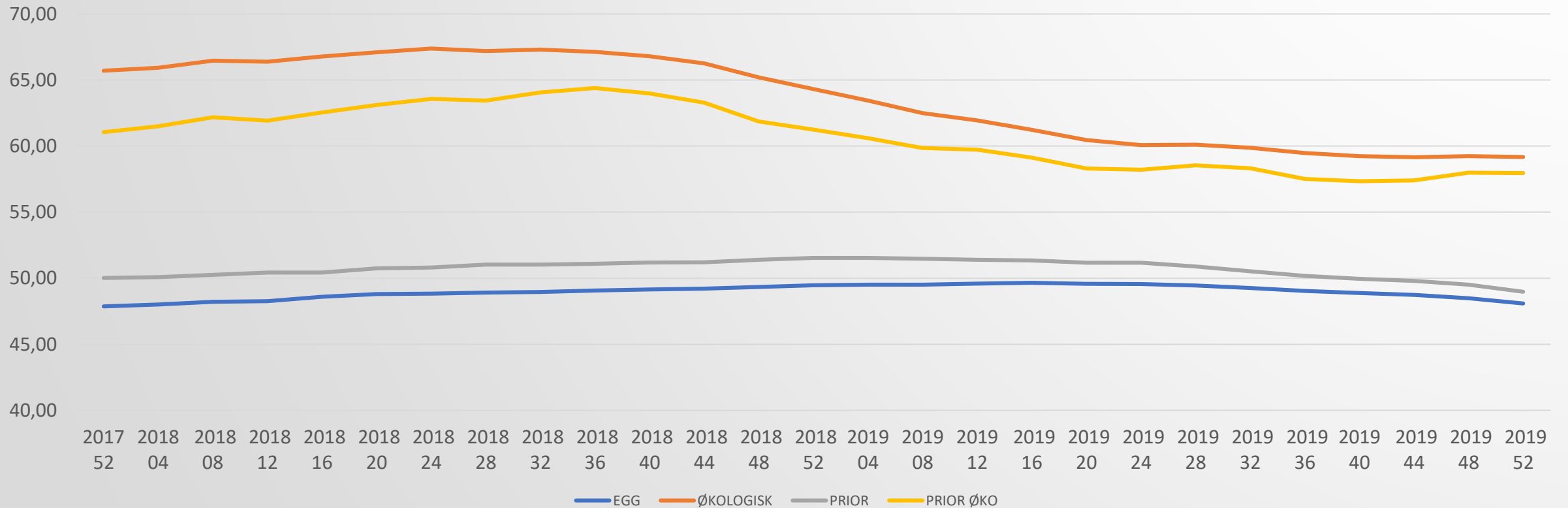
GRØNN BONUS!
20 PROSENT BONUS PÅ ØKOSERIE FRA ANGLAMARK
Coop Mega elsker økologi og gir alle medlemmer som har lastet ned Coop-appen 20 prosent bonus på alle produktene i Ånglamark-serien.



Historisk lav pris på økologiske egg



Prisutvikling kr/kg



A photograph of a dark brown wooden building with two windows, set against a backdrop of a golden field and a blue sky. The building is on the left side of the frame, and the field extends to the horizon. The sky is clear and blue. In the distance, there are some trees and a few buildings.

Nortura PROFF

**ØKOLOGISK STORFE
INDREFILET**
1,6 kg +
frys
1,3 kg



EPD nr. 2273522
Varenr. 406608
Material nr. 500000412

Total holdbarhet:
360 dager /-18 °C

**ØKOLOGISK STORFE
YTREFILET**
frys
2,2 kg



EPD nr. 2273548
Varenr. 406058
Material nr. 5000004352

Total holdbarhet:
360 dager /-18 °C

**ØKOLOGISK STORFE
ENTRECÔTEKAM**
u/ben modnet
frys
2,5 kg



EPD nr. 2273530
Varenr. 406248
Material nr. 500000367

Total holdbarhet:
360 dager /-18 °C

ØKOLOGISK STORFE BOGSTEK
u/ben modnet
fesk
2,0 kg



EPD nr. 1244680
Varenr. 406150
Material nr. 5000005343

Total holdbarhet:
47 dager /0-4 °C

ØKOLOGISKE BIFFSTRIMLER
frys
2,5 kg



EPD nr. 2273555
Varenr. 406127
Material nr. 5000003172

Total holdbarhet:
360 dager /-18 °C

ØKOLOGISK KJØTTDEIG
u/salt og vann
fesk
5,0 kg



EPD nr. 1241678
Varenr. 406871
Material nr. 5000001385

Total holdbarhet:
14 dager /0-4 °C

ØKOLOGISK KJØTTDEIG
frys
2,5 kg



EPD nr. 4310314
Varenr. 406878
Material nr. 5000004604

Total holdbarhet:
180 dager /-18 °C

ØKOLOGISK LAMMELÅR
m/knoke
frys
3,2 kg



EPD nr. 1760487
Varenr. 415507
Material nr. 5000005519

Total holdbarhet:
540 dager /-18 °C

ØKOLOGISK HAMBURGER
130 g
frys
5,0 kg



EPD nr. 1747559
Varenr. 472948
Material nr. 5000000866

Total holdbarhet:
180 dager /-18 °C

**ØKOLOGISKE
KARBONADEKAKER**
90 g
frys
2,5 kg



EPD nr. 2188944
Varenr. 467037
Material nr. 5000003151

Allergener:
Milk, soia
Total holdbarhet:
360 dager /-18 °C

ØKOLOGISKE KJØTTKAKER
frys
2,5 kg



EPD nr. 2291722
Varenr. 467047
Material nr. 5000004087

Allergener:
Milk
Total holdbarhet:
360 dager /-18 °C

**PRIOR
ØKOLOGISKE EGG
STR. M/L/XL**
30 stk, 53-73 g
fesk
15,2 kg (8x30 stk)



EPD nr. 4380424
Varenr. 370592
Material nr. 5000004507

Allergener:
Egg
Total holdbarhet:
24 dager /0-4 °C

**PRIOR
ØKOLOGISKE KOKTE SKRELTE EGG
I LAKE**
fesk
3,7 kg



EPD nr. 4734257
Varenr. 376251
Material nr. 500000783

Allergener:
Egg
Total holdbarhet:
28 dager /0-4 °C

**PRIOR
ØKOLOGISKE OMELETTMIX**
frys
4,2,5 kg



EPD nr. 4730537
Varenr. 376249
Material nr. 5000001466

Allergener:
Egg
Total holdbarhet:
360 dager /-18 °C

2019: 380 tonn egg (+10%) + 40 tonn kjøtt (+5%)

Økologisk kylling til Nordic Choice Hotels i 2020



**NORDIC
CHOICE
HOTELS**



TM

Veien videre



- 1. Utfordring; betalingsvilje vs opplevd kvalitetsforskjell..**
- 2. Krever kundeforankring og kunder som ønsker en tydelig økologisk profil**
- 3. Bygge sten på sten – i tett samarbeid med kundene**

Klima og dyrevelferd påvirker forbrukerne

- Klima, helse og dyrevelferd de viktigste metatrendene
- Forbrukere vil kjøpe fra produsenter og selskaper med et tydelig og identifiserbart formål som bidrar til at samfunnet går i riktig retning.
 - Høy dyrevelferd og trygg mat
 - Forbrukere vil etterspørre mat med lave utslipp
 - Skift mot mer grønt i kostholdet - skift
 - Bærekraft er bunnlinjen i skiftet – ikke bare klima, også miljø, samfunn, arbeidsplasser, ringvirkninger
 - Forbrukere vil ha selskaper som tar ansvar for klima og dyrevelferd - mer enn profit
- Produsenter og selskaper må vise at de leverer på disse vilkårene
- Kjøttet står *ikke* i et motsetningsforhold til den nye samfunnskontrakten, men vi må synliggjøre offensiv tilpasning

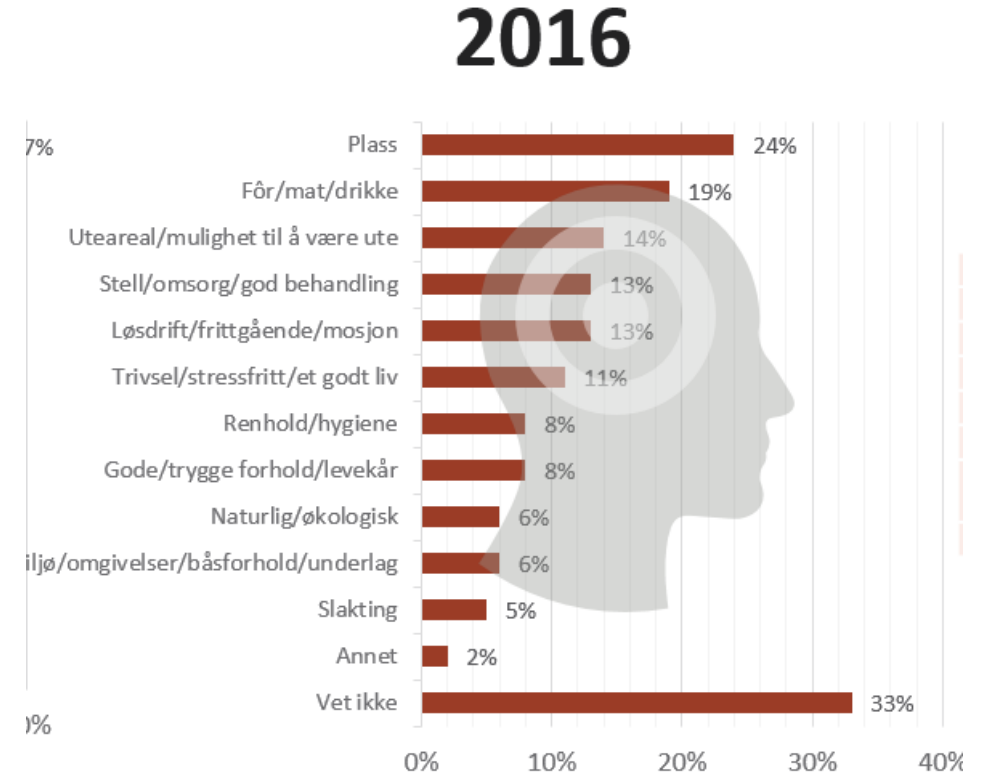


Dyrevelferd er blitt viktigere ved kjøp av svinekjøtt

Flere vektlegger nå dyrevelferd som faktor når de kjøper svinekjøtt
(fra 35% til 43% siste 8 år)

De viktigste kriteriene var her:

- Plass
- Fôr/mat/drikke
- Utearealer
- Stell/omsorg/god behandling
- Løsdrift, frittgående/mosjon
- Trivsel/stressfritt/et godt liv



Holdning til gris. Kilde: Samarbeid Animalia og Ipsos 2016

Norturas vei til lavere klimautslipp per kilo kjøtt



Redusere utslipp fra egen industri og transport

Ny forretning basert på sirkulærøkonomien

Redusere utslipp per kilo produsert kjøtt i landbruket

Stort potensial for å redusere klimabelastningen



Grovfôr
2020

1: BEDRE GROVFÔR (GRESS)

Bedre metoder for produksjon av gress kan redusere utslipp med 200.000 t/CO2 ekv (15%)

2: BEDRE KRAFTFÔR

Det er utviklet (og utvikles) kraftfôr som reduserer utslipp med 128.000 – 285.000 t/CO2 ekv (30%)

3: FÔRTILSETNING

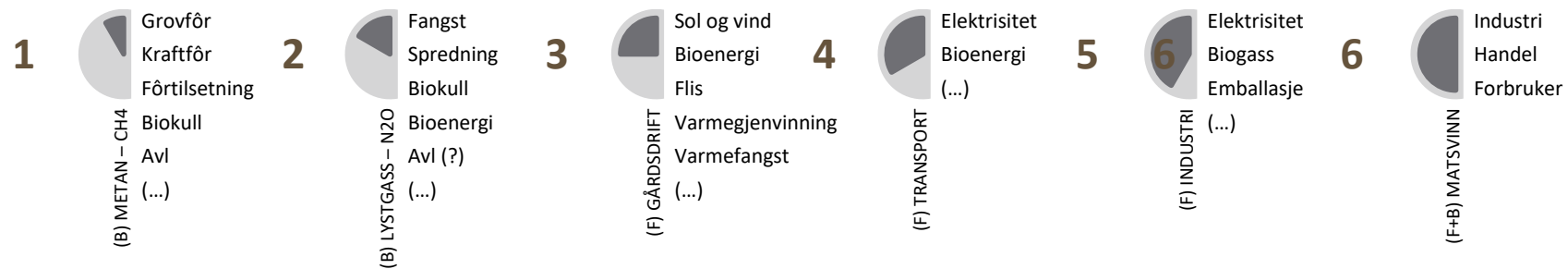
Nortura tester enzymhemmer som kan gi inntil 60 prosent reduksjon i metanutslipp

4: AVL FOR KLIMA

Geno avler nå frem storfe som vil kunne redusere Klimautslipp med minst 20 prosent



Seks skritt til mer klimavennlig kjøtt













Gilde *Fra den norske bonden*

ØKOLOGISK
NORSK
KJØTTDEIG
UTEN SALT OG VANN

400 g	KVERNET STORFEKJØTT	14% - FETT -
Opprinnelse: Norge L8411		



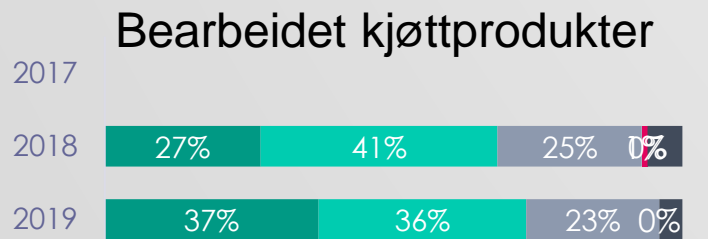
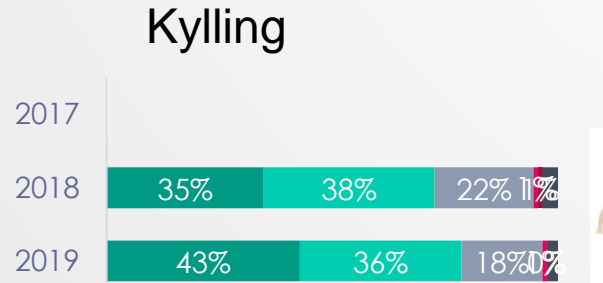
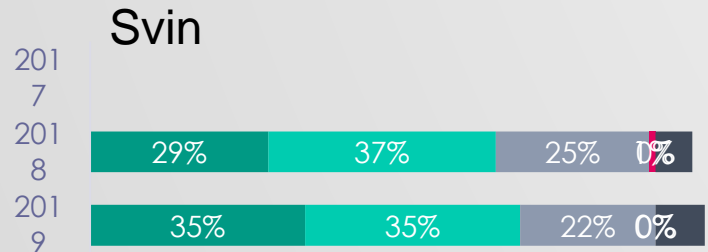
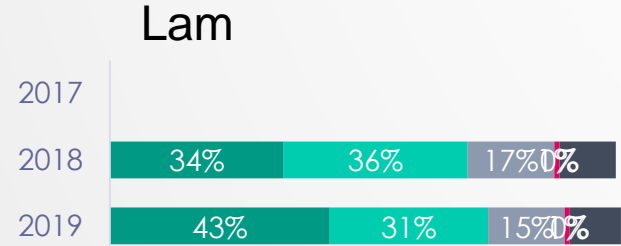
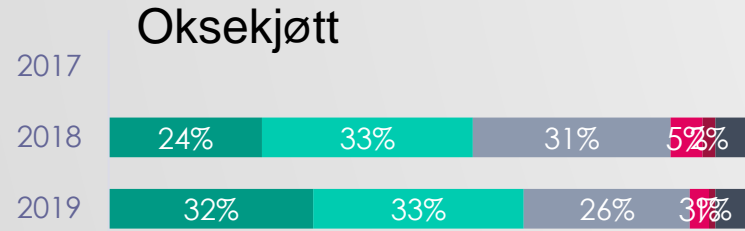


Takk for oppmerksomheten





Høy og økende preferanse for norsk kjøtt



Kilde: MediaCom Insight – Matmerk Brand Tracker Høst 2019. Base: A20-65 (n=976). "Helt klart norsk" og "Helst norsk"

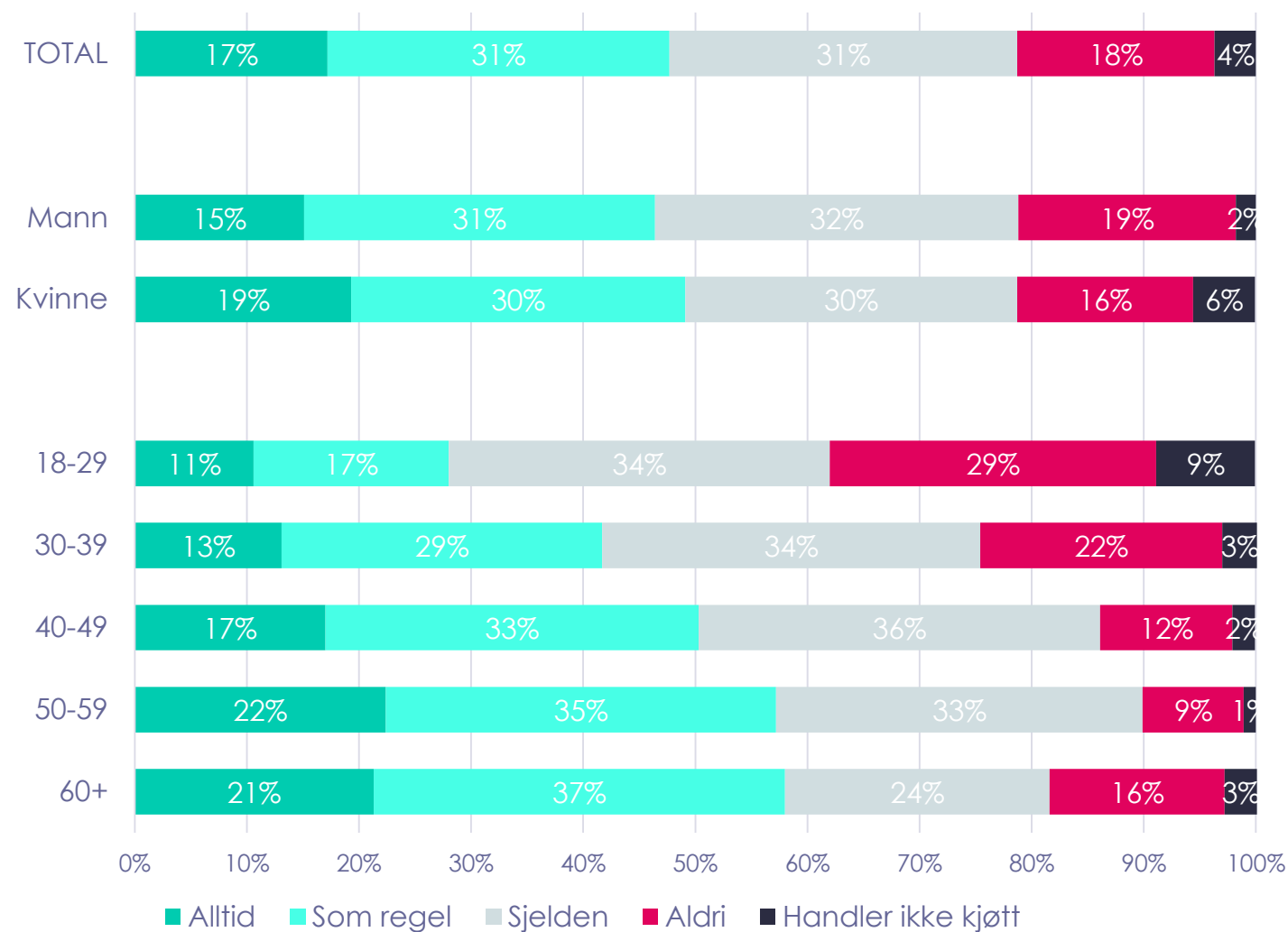
Halvparten sjekker opprinnelsen

17% sjekker ALLTID opprinnelsen, mens 18% aldri gjør det.

Kvinner er marginalt mer opptatt av opprinnelse enn menn.

Andel som sjekker opprinnelse øker tydelig med økt alder.

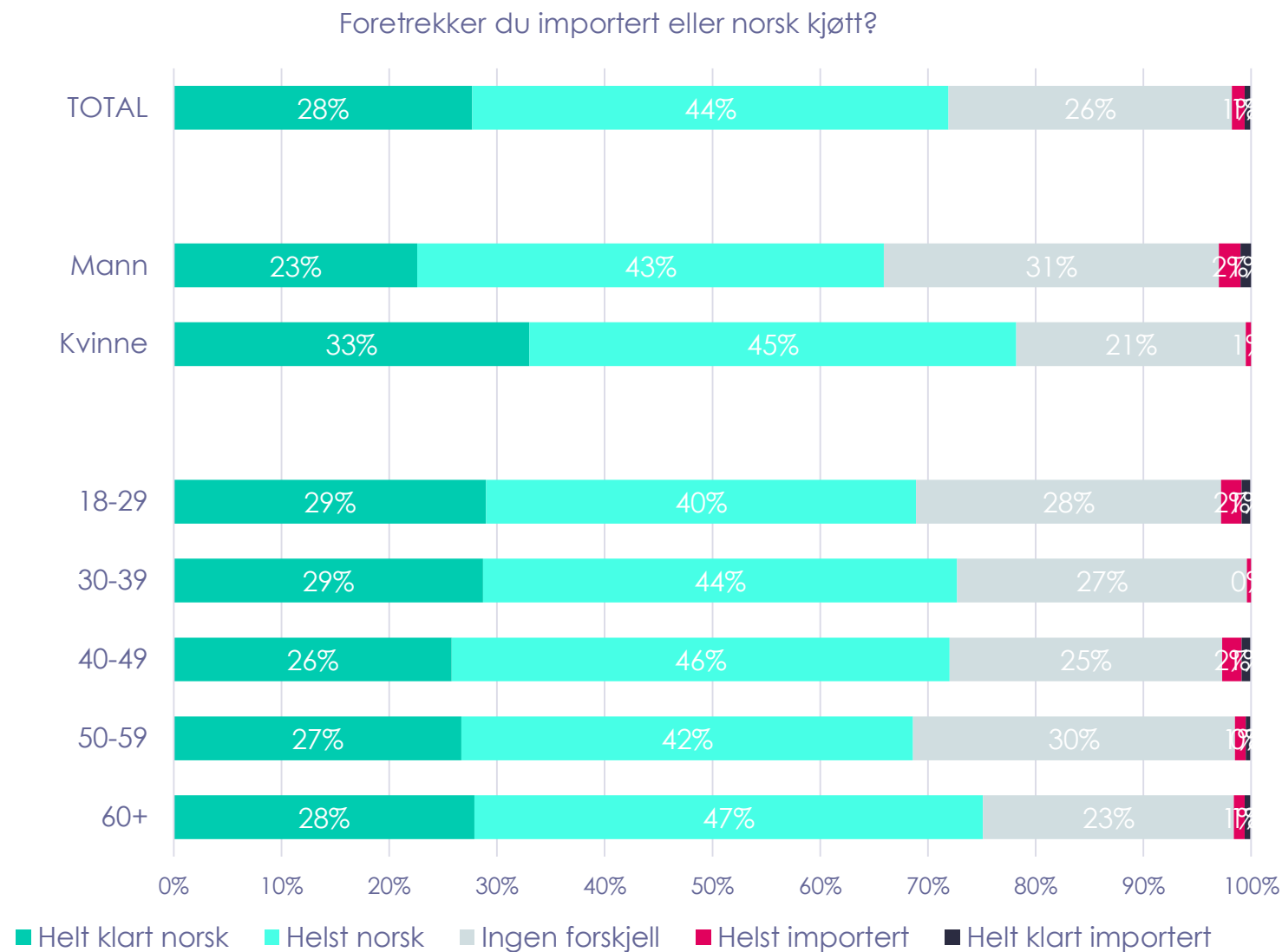
Når du handler kjøtt i dagligvarebutikken, sjekker du hvilket land det kommer fra?



3 av 4 foretrekker norsk kjøtt

«Ingen» foretrekker importert.

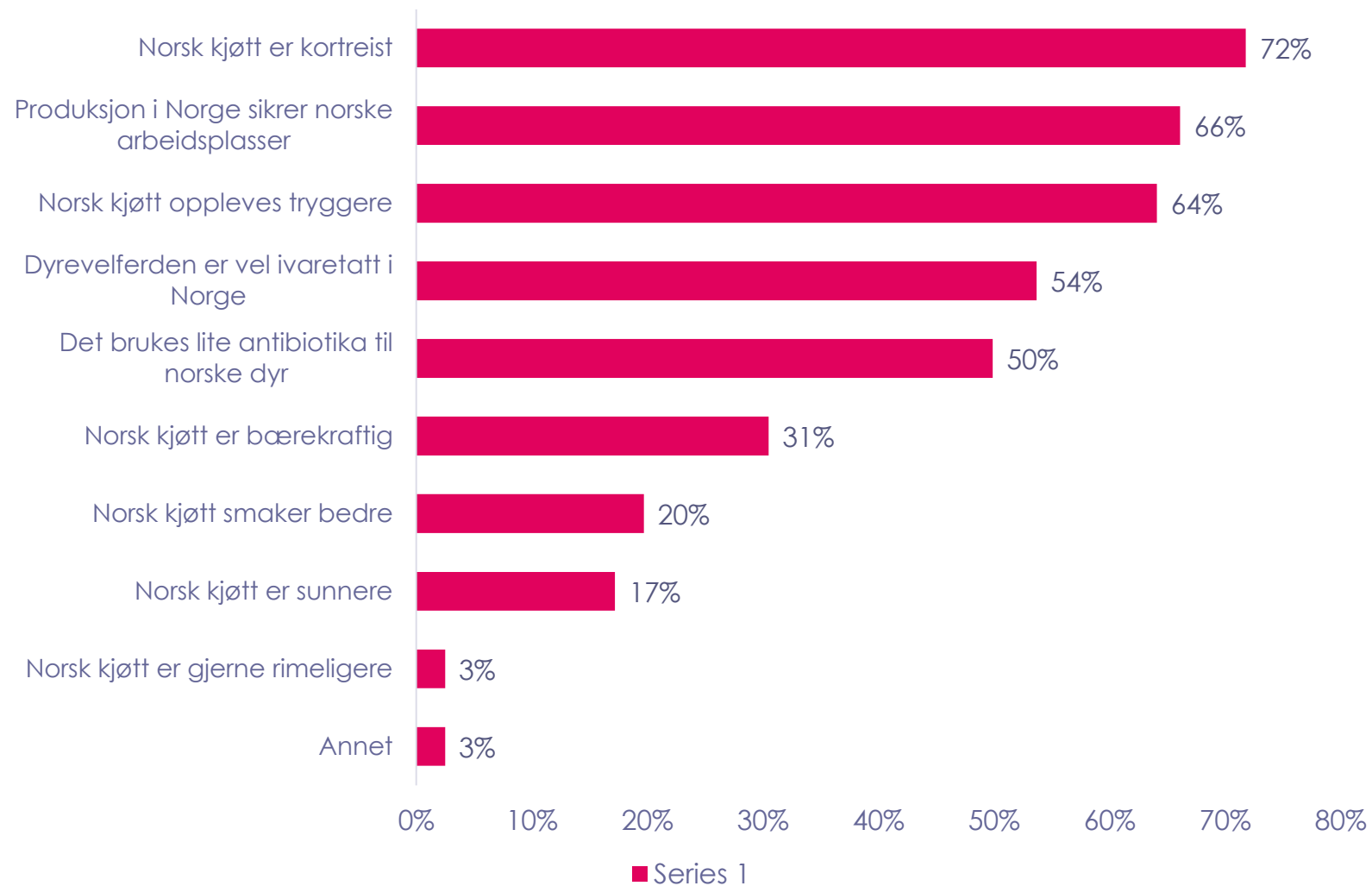
Preferansen for norsk kjøtt er høyere blant menn enn kvinner, mens alder har liten betydning.



Kortreist, arbeidsplasser og trygghet er viktigst

Til tross for at alle topp 5 drivere kan knyttes til bærekraft er det kun 31% (6. plass av driverne) som velger norsk «fordi norsk kjøtt er bærekraftig.»

Hvorfor foretrekker du norsk kjøtt?

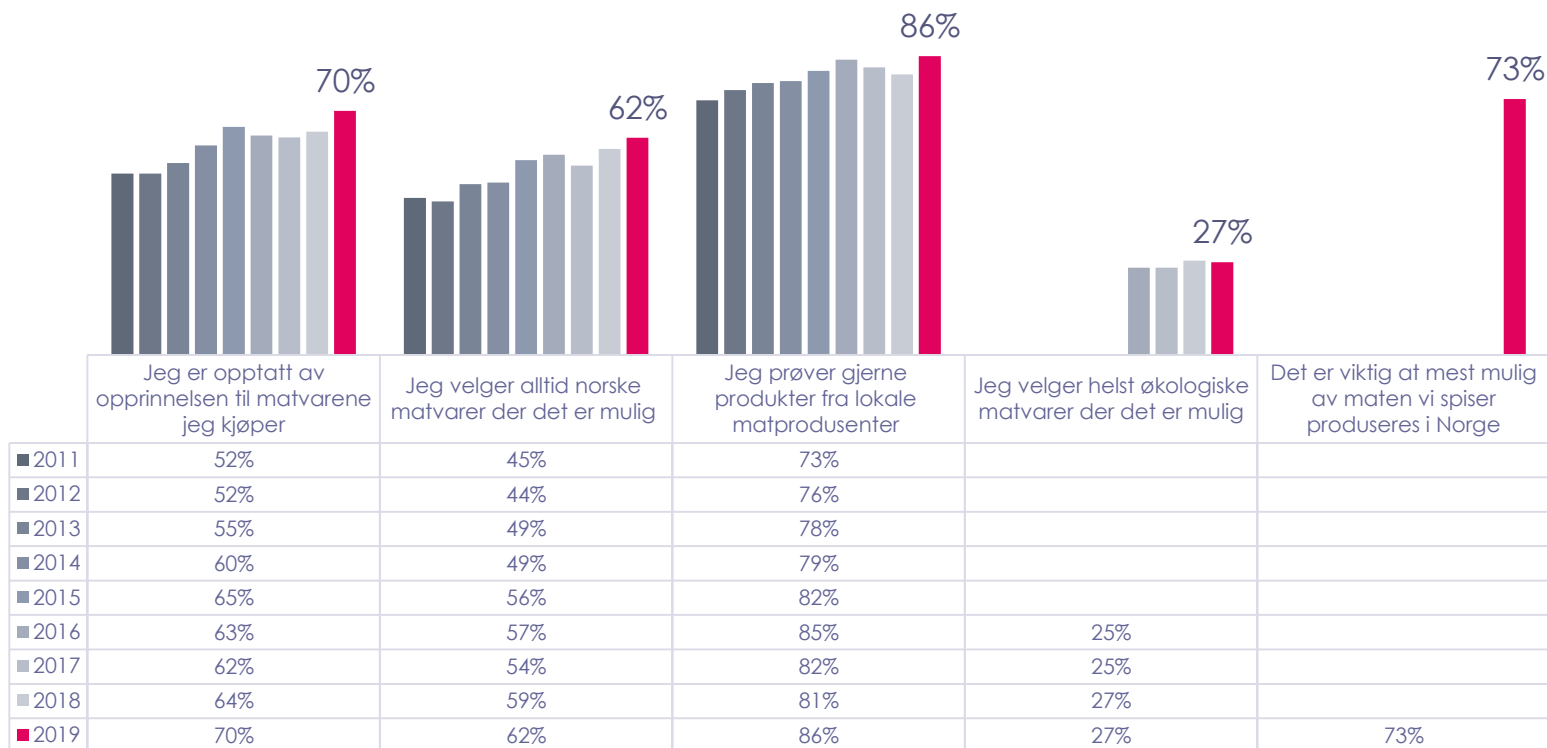


Holdninger til norsk (og økologisk) mat

Andel som er opptatt av opprinnelse har aldri vært høyere, aldri har flere valgt norsk og aldri har flere vært positive til å prøve lokale produkter!

Nesten 3 av 4 mener det er viktig at mest mulig av maten vi spiser produseres i Norge.

Hvor enig eller uenig er du i utsagnene nedenfor?



Betalingsvilje

Pr segment

Norsk:

Frem på tvers av segmenter, men særlig sterkt frem i de yngre segmentene, som nå har tatt igjen de øvrige.

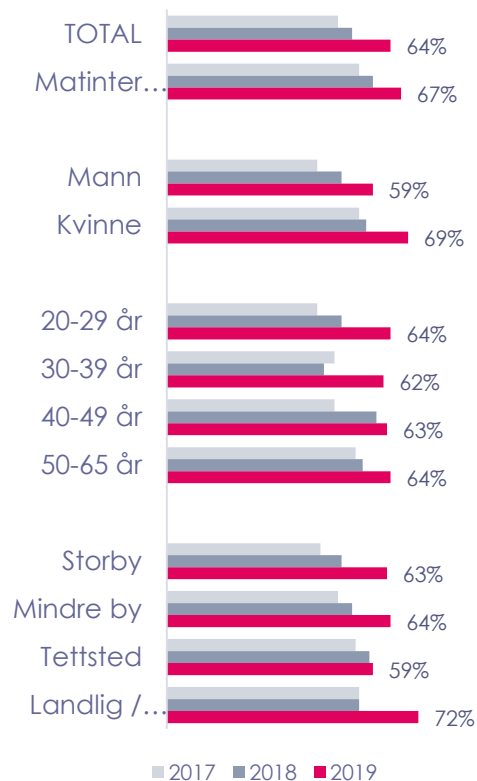
Lokalt:

Frem på tvers av segmenter. Positiv trend blant de yngste, men fortsatt noe bak 30+.

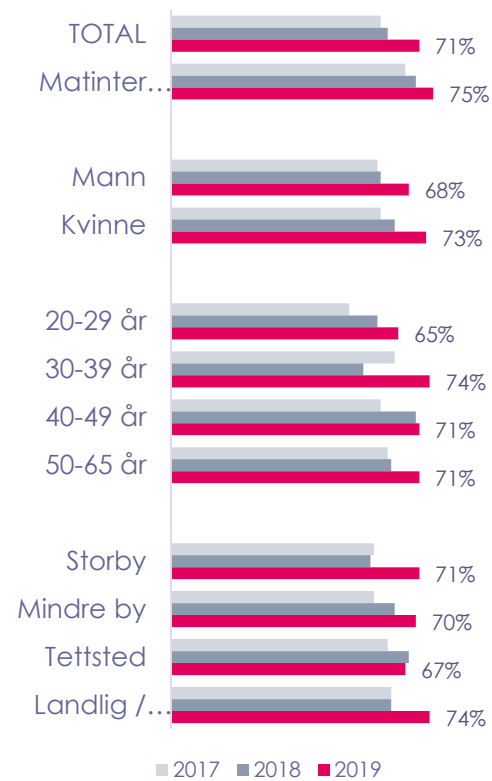
Økologisk:

Særlig positiv trend blant unge kvinner.

Jeg er villig til å betale noe ekstra for matvarer som garantert er produsert og pakket i Norge med norske råvarer



Jeg er villig til å betale noe ekstra for lokalmat



Jeg er villig til å betale noe ekstra for økologiske matvarer

