Markedsnotat 2018 økologiske spisekartofler

af: Torben Blok

I dette markedsnotat kortlægges efterspørgsel og salgsudvikling for økologiske spisekartofler på det danske marked.

Topkvalitet i økologiske spisekartofler

Målet med dette notat er at give indsigt i mulighederne og potentialet for at udvikle og styrke sammenhængen i den økologiske kartoffelkæde fra jord til bord. Notatet er udgivet i Økologisk Landsforenings projekt ”Topkvalitet i økologiske spisekartofler” i 2018. Projektet har samlet viden og indsigt på tværs af den danske kartoffelbranche ved inddragelse af såvel producenter som grossister og professionelle køkkener. Der er sat fokus på parametre som sort, smag, kvalitet, sæson og afsætningsmuligheder i indsamling og udbredelse af viden om danske økologiske spisekartofler. Det overordnede mål er at fremme produktion og afsætning af danske økologiske spisekartofler ved at styrke kartoflens renommé og aktualitet og give spisekartoflen en naturlig plads i fremtidens mange måltider.

Efterspørgsel og salgsudvikling for økologiske spisekartofler

Ved kortlægning af efterspørgsel og salgsudvikling for økologiske spisekartofler på det danske marked fremgår det, at udviklingen af det økologiske kartoffelsalg på hjemmemarkedet er i vækst, se figur 1. Som det fremgår er afsætningen af økologiske spisekartofler steget konstant siden 2013, og estimaterne tyder på, at væksten i markedet fortsætter. De seneste tre år er detailsalget steget med gennemsnitligt 20 % og foodservice-salget er steget med gennemsnitligt ca. 55 %. 2010 er på nuværende tidspunkt et foreløbigt rekordår for afsætningen af økologiske kartofler om end kilopriserne var lavere end de foregående år.

Vækstrater forventes at fortsætte over de nærmeste år. Hvis kartoflen skal beholde sin plads på tallerkenen kræver det dog en modernisering og nytænkning af kartoflens gastronomiske muligheder, dvs. af selve produktet og af eksponeringen af den danske økologiske spisekartoffel på fremtidens menuer. Derfor skal hele værdikæden fra jord til bord arbejde tættere sammen om at ændre billedet af kartoflerne. Kartoflen er sikret anvendelse, når målgruppen er de ældre generationer men bliver udfordret i kantinerne og bespisning til yngre målgrupper. Projektets repræsentanter fra hele produktions- og afsætningskæden peger på, at der mangler viden om og forståelse for kartoffelsorter, produktionsvilkår og anvendelsesmuligheder over året med variation i sæson. En kartoffel anses i vid udstrækning på forbrugersiden som én kartoffel eller som et varenummer hos grossisten, når køkkener bestiller varer, og det forventes, at kartoflen er til rådighed og kan indkøbes i samme kvalitet hele året.

Kartoflen har enorm vægt i råvaresortimentet

Den danske økologiske spisekartoffel er en særdeles vigtig bestanddel i et køkkens råvaresortiment, og i takt med, at flere og flere køkkener har opnået det Økologiske Spisemærke er det ikke kun et spørgsmål om at kunne servere danske økologiske kartofler hele året, men også at anerkende kartoflen som en vigtig råvare, der kan være afgørende for, at køkkenet har fået og kan beholde Det Økologiske Spisemærke med høj økologiandel, da kartoflen udgør en stor andel af råvareindkøbet. Se Figur 2, udviklingen i antal professionelle køkkener med Det Økologiske Spisemærke samt hvem der køber og hvad de køber.

Økologisk Markedsnotat 2018

- Læs Økologisk Markedsnotat 2018 her

Tabel 1: Udviklingen i det økologiske kartoffelsalg på hjemmemarkedet

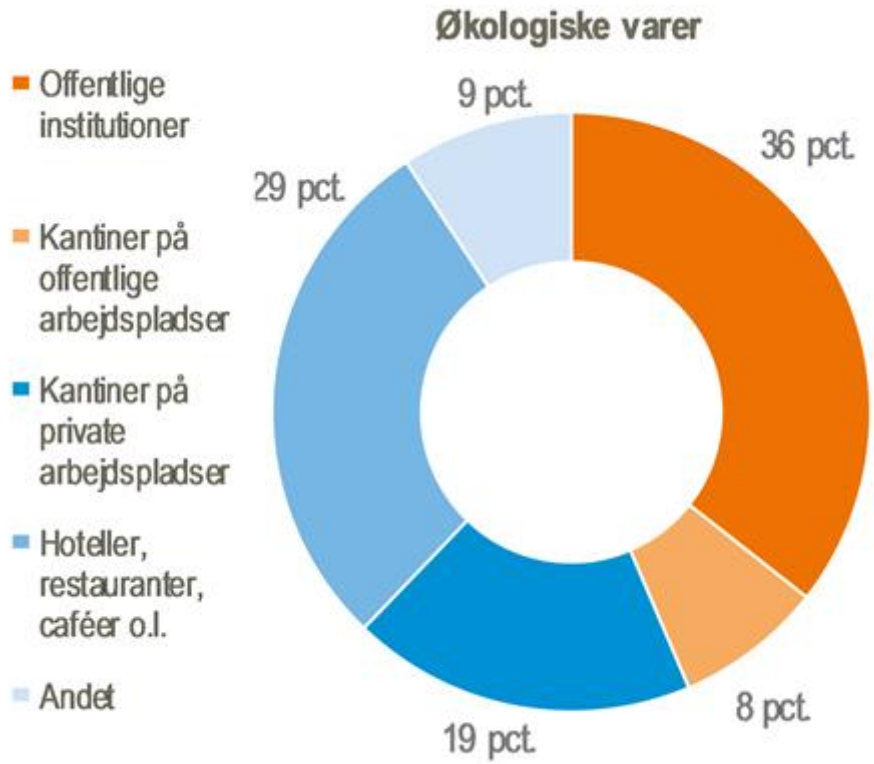
Tabel 1. Udviklingen i det økologiske kartoffelsalg på hjemmemarkedet:

Årstal	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018
DST. statistik eller estimat	DST/ EST	DST/ EST	DST/ EST	DST.	DST	DST	DST/ EST	EST	EST
Detailsalg mio. kr. = opgjort i detailpriser inkl. moms	*74,7*	*54,4*	*47,0*	*43,2*	*42,1*	*53,8*	*74,4*	*85.6*	*98,4*
Detailsalg mio kr. = opgjort i engrospriser ekskl. moms	41,1	29,9	25,9	23,8	23,2	29,6	40,9	47,1	54,1
Foodservice salg i mio. kr. opgjort i engrospris ekskl. moms	5,8	8,4	9,7	10,8	20,1	32,4	40,5	50,6	60,7
Estimeret salg i andre salgskanaler på hjemmemarkedet	6,0	6,0	5,2	4,7	4,6	5,9	8,1	9,4	10,8
Samlet salg af økologiske kartofler i DK, mio kr, engrospriser ekskl. moms	**52,9 mio**	**44,3 mio**	**40,8 mio**	**39,3 mio**	**47,9 mio**	**67,9 mio**	**89,5 mio**	**107,1 mio**	**125,6 mio**
Estimeret engrospris, ekskl. moms, kr./kg	5,15	5,16	5,56	6,85	5,94	5,32	**5,90**	5,90	5,90
Samlet salg i tons hjemmemarked	**10.270**	**8.590**	**7.340**	**5.740**	**8.060**	**12.760**	**15.170**	**18.150**	**21.290**
Import, i tons	234	446	428	862	1.085	2.761	3.589	4.666	6.065
Eksport, i tons	3.154	2.617	1.706	3.066	3.090	3.674	4.041	4.445	4.890
Samlet dansk produktion, tons	**13.190**	**10.761**	**8.618**	**7.944**	**10.065**	**13.673**	**15.622**	**17.929**	**20.115**

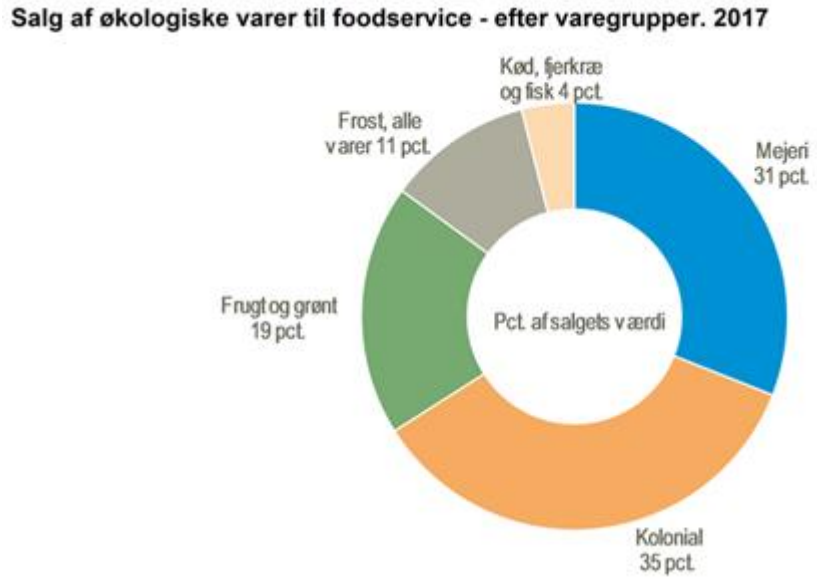
Kilde: Detailsalg 2010-2016, og Foodservice salg 2013-2015 er baseret på Danmarks Statistik, imens 2010-2012 og 2016 er Økologisk Landsforenings estimater for Foodservice salget. Øvrige data er estimater fra Økologisk Landsforening.

Kilde: Detailsalg 2010-2016, og Foodservice salg 2013-2015 er baseret på Danmarks Statistik, imens 2010-2012 og 2016 er Økologisk Landsforenings estimater for Foodservice salget. Øvrige data er estimater fra Økologisk Landsforening.

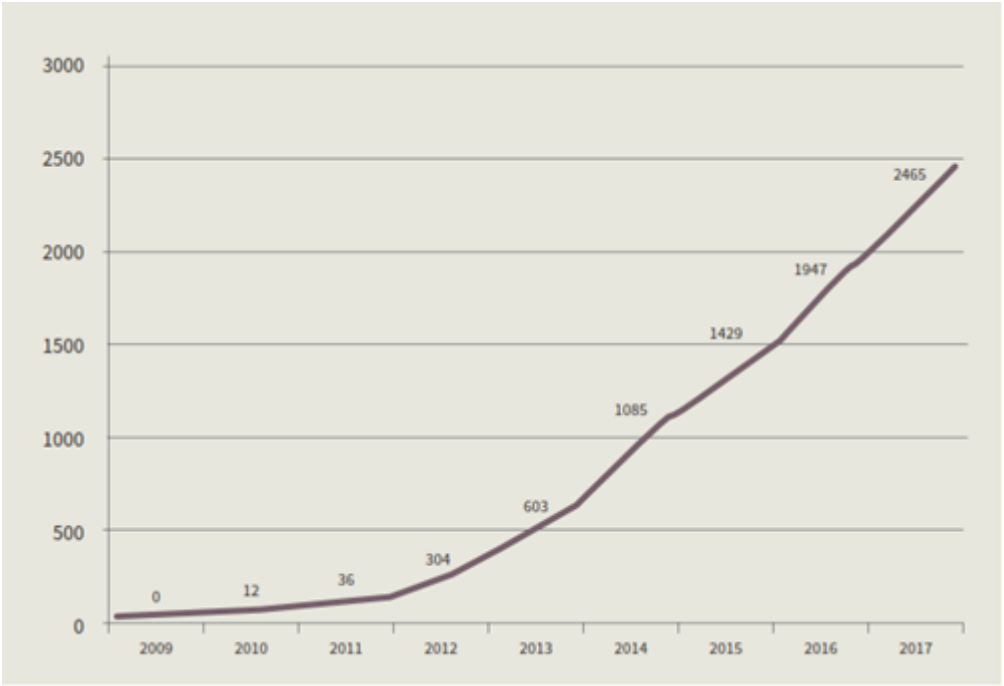
Figur 1: Salg af føde- og drikkevarer til foodservice efter kundegruppe, 2017



Figur 2: Salg af føde- og drikkevarer til foodservice efter varegruppe, 2017



Figur 3: Udviklingen i antal professionelle køkkener med Det Økologiske Spisemærke



Professionelle køkkener efterspørger viden

I foodservice er der stærkt stigende efterspørgsel fra alle målgrupper på økologiske spisekartofler, men samtidig et behov for udbredelse af viden om sæson, kvaliteter, sorter og anvendelsesmuligheder, som hvis opfyldt vil kunne give anledning til yderligere efterspørgsel på danske økologiske spisekartofler. Langt de fleste professionelle køkkener bruger kun en eller to sorter i køkkenet – en sort til kogning og en til mos – og udnytter således ikke de mange muligheder der er i at tage andre sorter i anvendelse. De mest kendte sorter i de professionelle køkkener er Asparges, Bintje, Ditta og Solist, og det er tilfældigt, hvilken sort, der bliver brugt – det afhænger af tilgængelighed.

Barrierer og muligheder for den danske økologiske spisekartoffel hos de unge forbruger

Madkulturen har udarbejdet en række anbefalinger med fokus på de unges forbrug af økologiske kartofler i udgivelsen ”Fremtidens kartoffel til fremtidens forbruger”. Se hele rapporten på www.madkulturen.dk Madkulturen anbefaler bl.a., at der bør fokuseres på:

- Bæredygtighed og grønne retter: Italesæt kartoflen som det bæredygtige valg og tænk kartoflen ind i retter, ikke kun som tilbehør til kød
- Lokalt og dansk og jord til bord: Sæt fokus på kartoflens nærhed og den lokale danske produktion
- Gode rester og madspild. Sæt fokus på alle de måder, kartofler kan(gen)bruges på i køkkenet, også som en rest
- Smag og sundhed: Kartoflens gode smag og sundhed skal fremhæves, og det vil være oplagt at koble både smag og sundhed til de forskellige sorter

Anbefalinger til branchen fra de professionelle køkkener

En kartoffel er ikke bare en kartoffel. Hver sort har sin egen smag og karakteristiske egenskab og derfor er de forskellige sorter gode til forskellige tilberedningsformer Den viden og inspiration skal udbredes ud til køkkenerne og forbrugerne. Den tværfaglige gruppe af repræsentanter fra værdikæden, som deltog i projektet, anbefaler, at der iværksættes indsatser for at:

1. **Formindske spild i hele kæden**
2. **Udveksles mere viden om danske økologiske spisekartofler i hele kæden**
3. **Indgås nye samarbejdsflader i kartoffelkæden**

Fremtiden for danske økologiske spisekartofler

Danske økologiske spisekartofler vil til stadighed efterspørges af fremtidens forbrugere i detail og foodservice og har en vigtig plads i de professionelle køkkeners menuer nu og i fremtiden. Når forbrugere såvel som professionelle køkkener øger deres økologiske forbrug – i de professionelle køkkener mhp. at opnå Det Økologiske Spisemærke - spiller den økologiske spisekartoffel en vigtig rolle. Det skal kartoffelbranchen udnytte ved at tilvejebring og udbrede ny viden om og inspiration til, hvordan den danske økologiske spisekartoffel kan være en del af fremtidens økologiske bæredygtige måltid.

Topkvalitet i økologiske spisekartofler

Markedsnotatet er udarbejdet i projektet Topkvalitet i økologiske spisekartofler, som er støttet af Fonden for Økologisk Landbrug og Kartoffelafgiftsfonden.

Fonden for **økologisk landbrug**

Torben Blok

Markedschef, Foodservice

T: 29 61 69 34

tob@okologi.dk