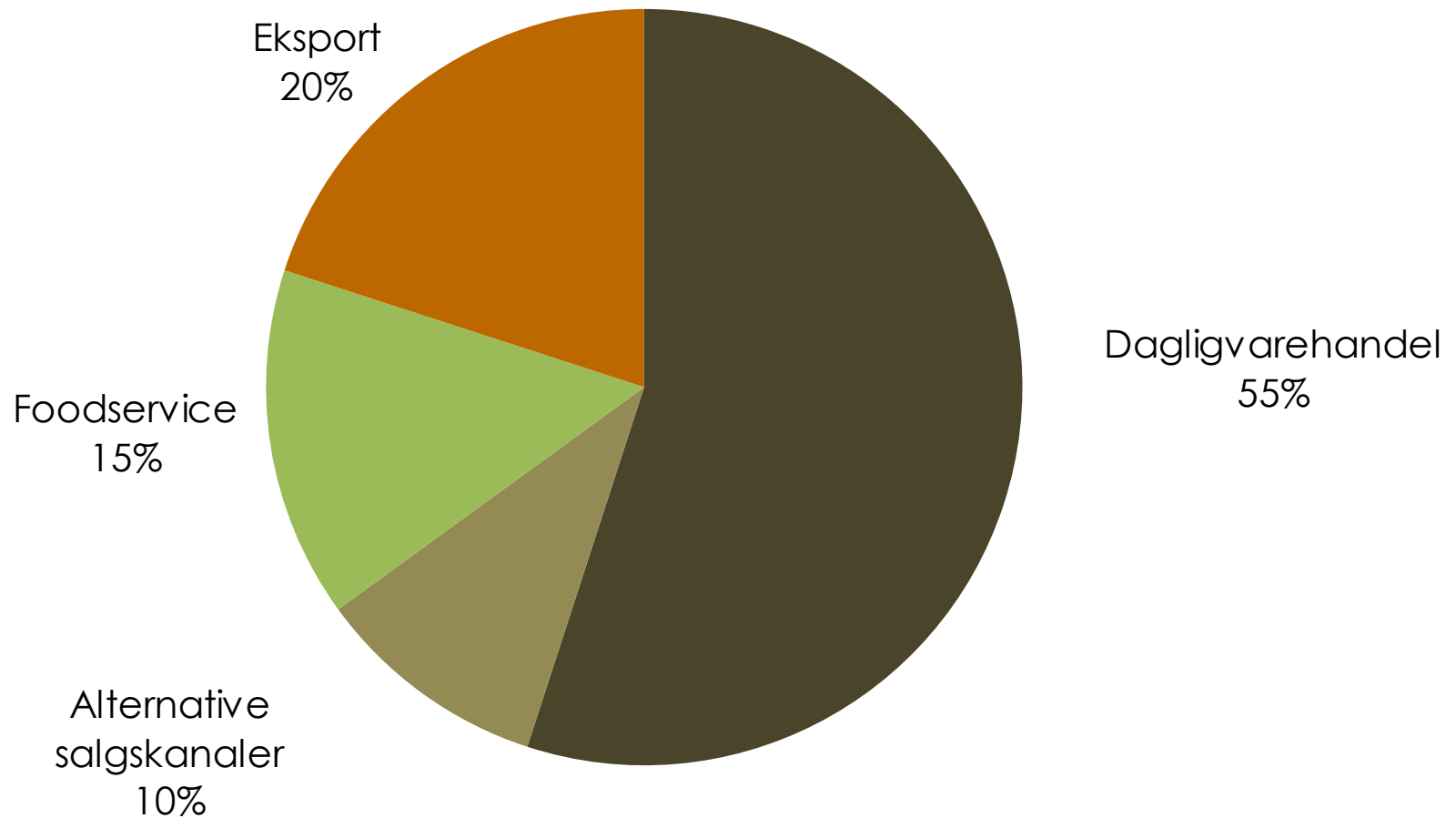




Status på afsætningen

Henrik Hindborg, markedschef Økologisk Landsforening

Den økologiske afsætning 2013 fordelt på afsætningskanaler



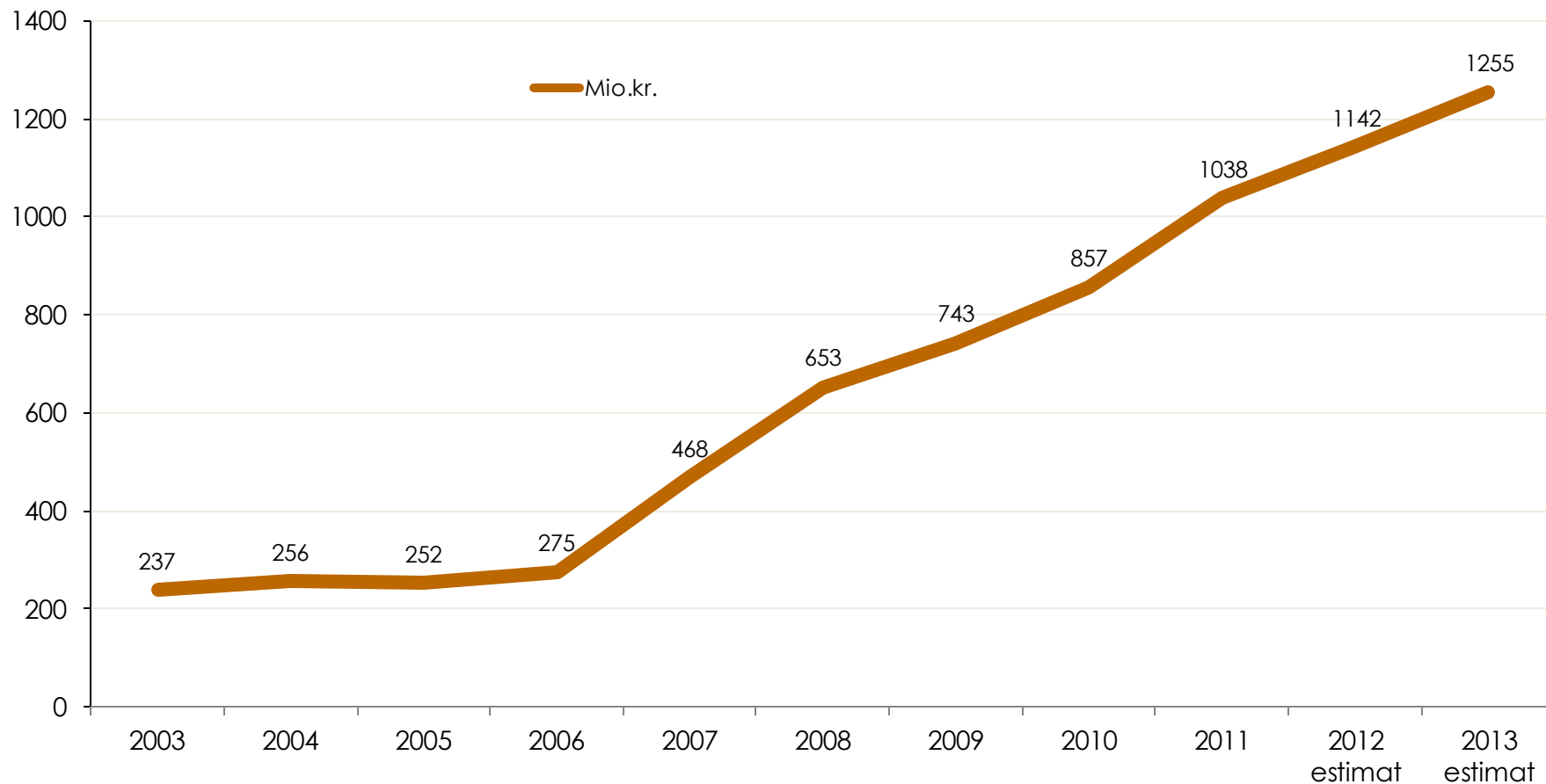
Anm: Alle værdier er opgjort i salgspriser fra producent/grossist

Ekспорт

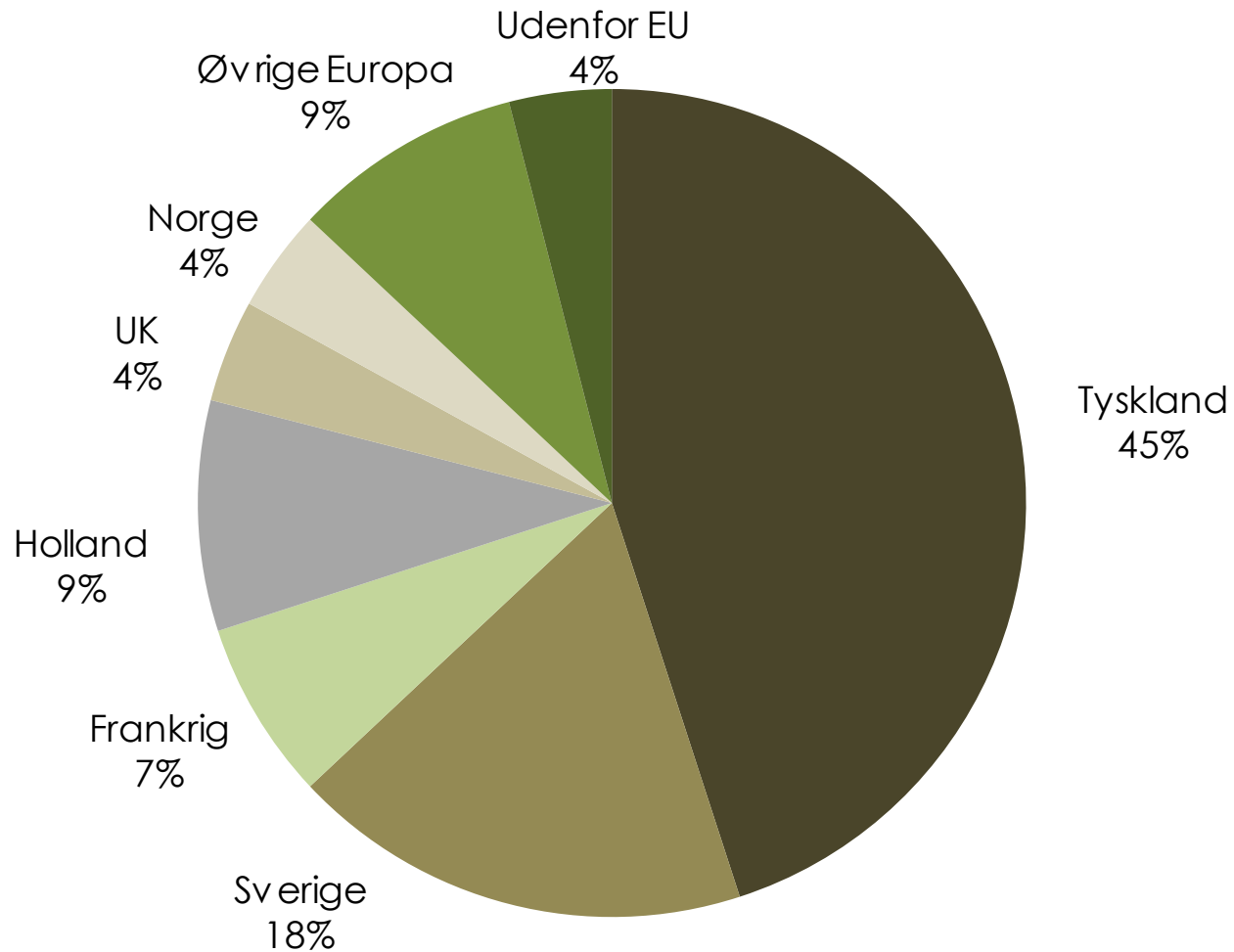


Ekспорт
20%

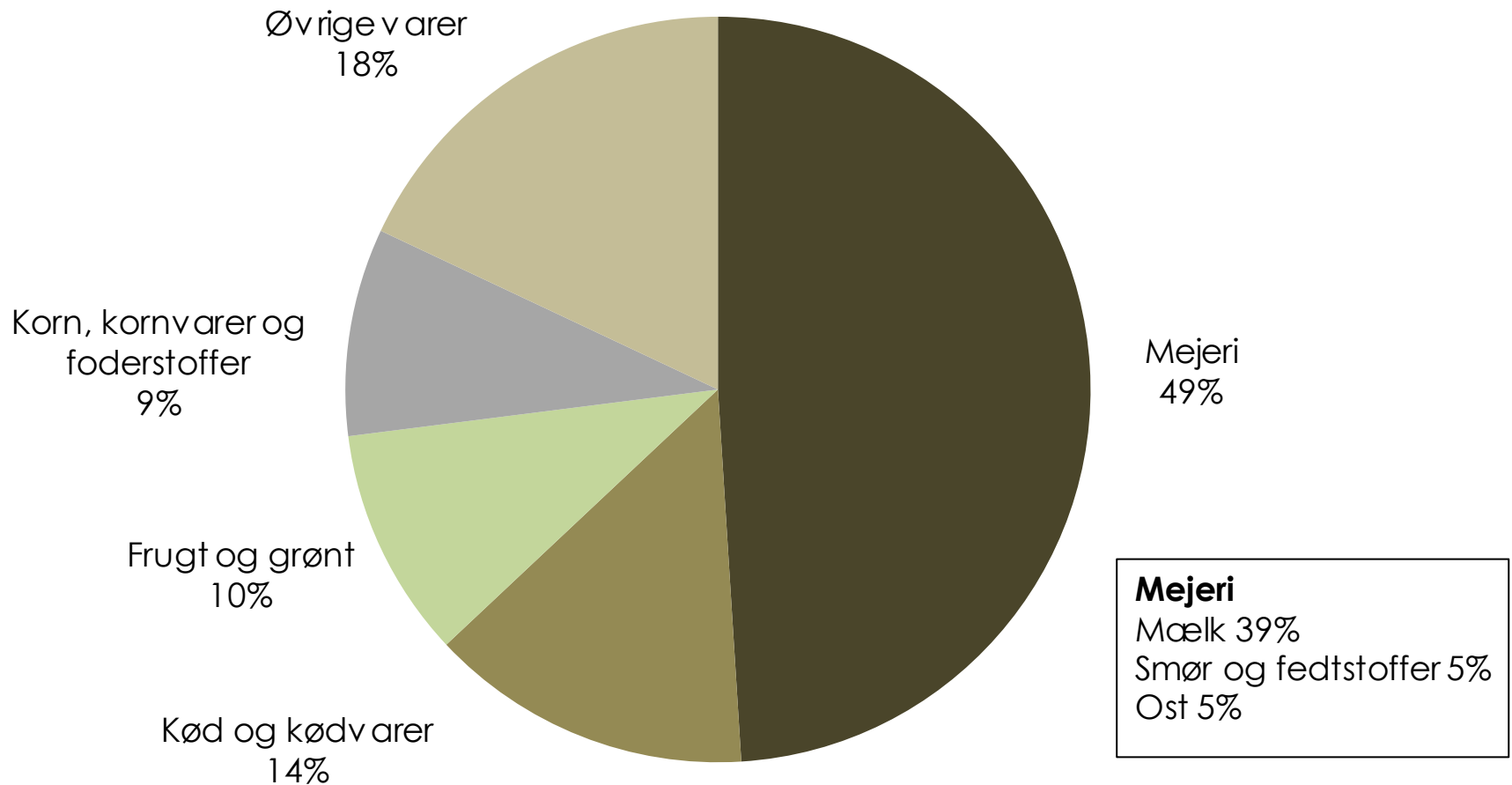
Udviklingen i eksporten af økologiske varer



Den økologiske eksport 2011 fordelt på lande



Den økologiske eksport 2011 fordelt på varegrupper



Eks. på økologiske produkter til Kina



Eks. på økologiske produkter til

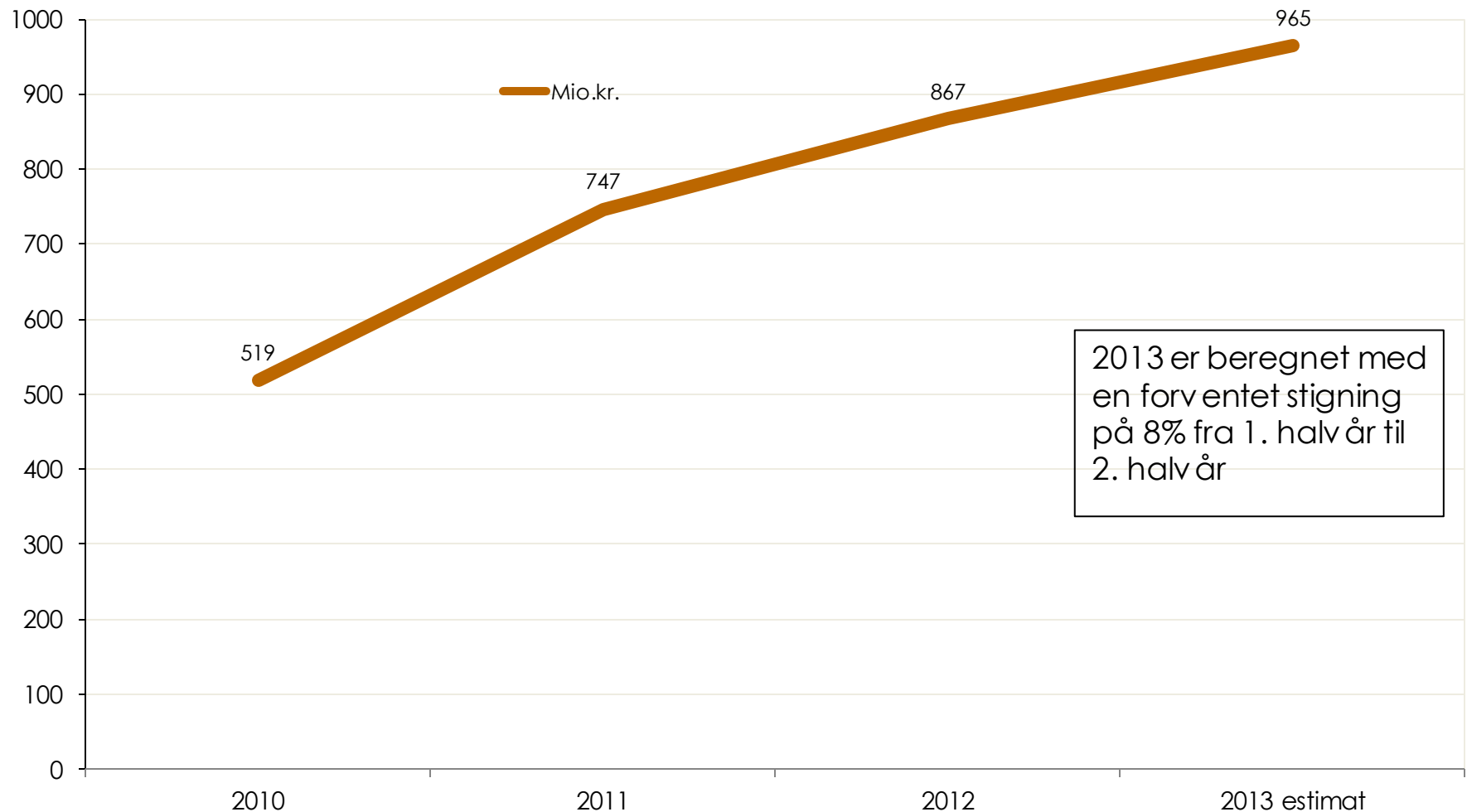


Foodservice

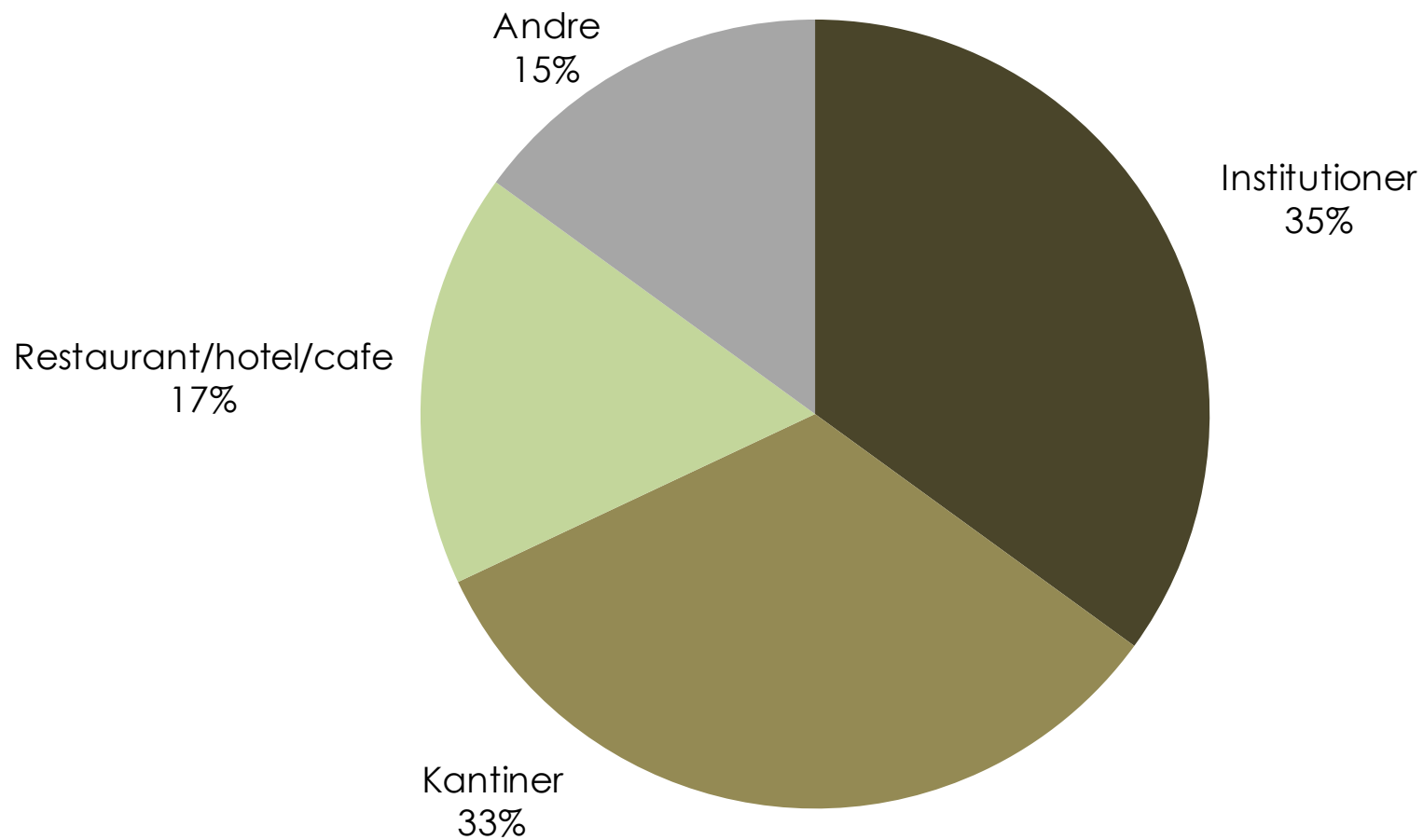


Foodservice
15%

Udviklingen i FoodService, økologiske varer

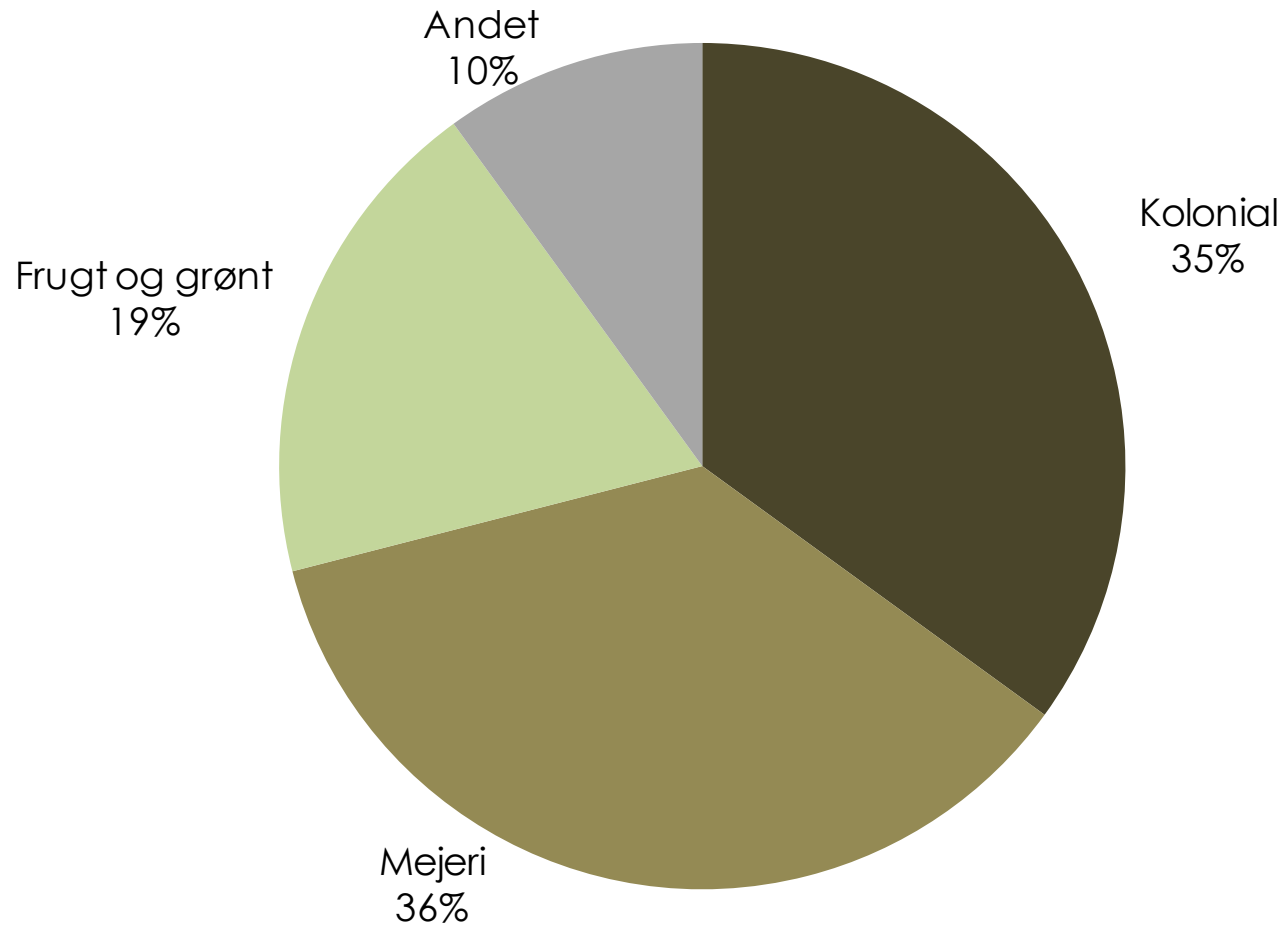


Omsætning fordelt på kundesegmenter

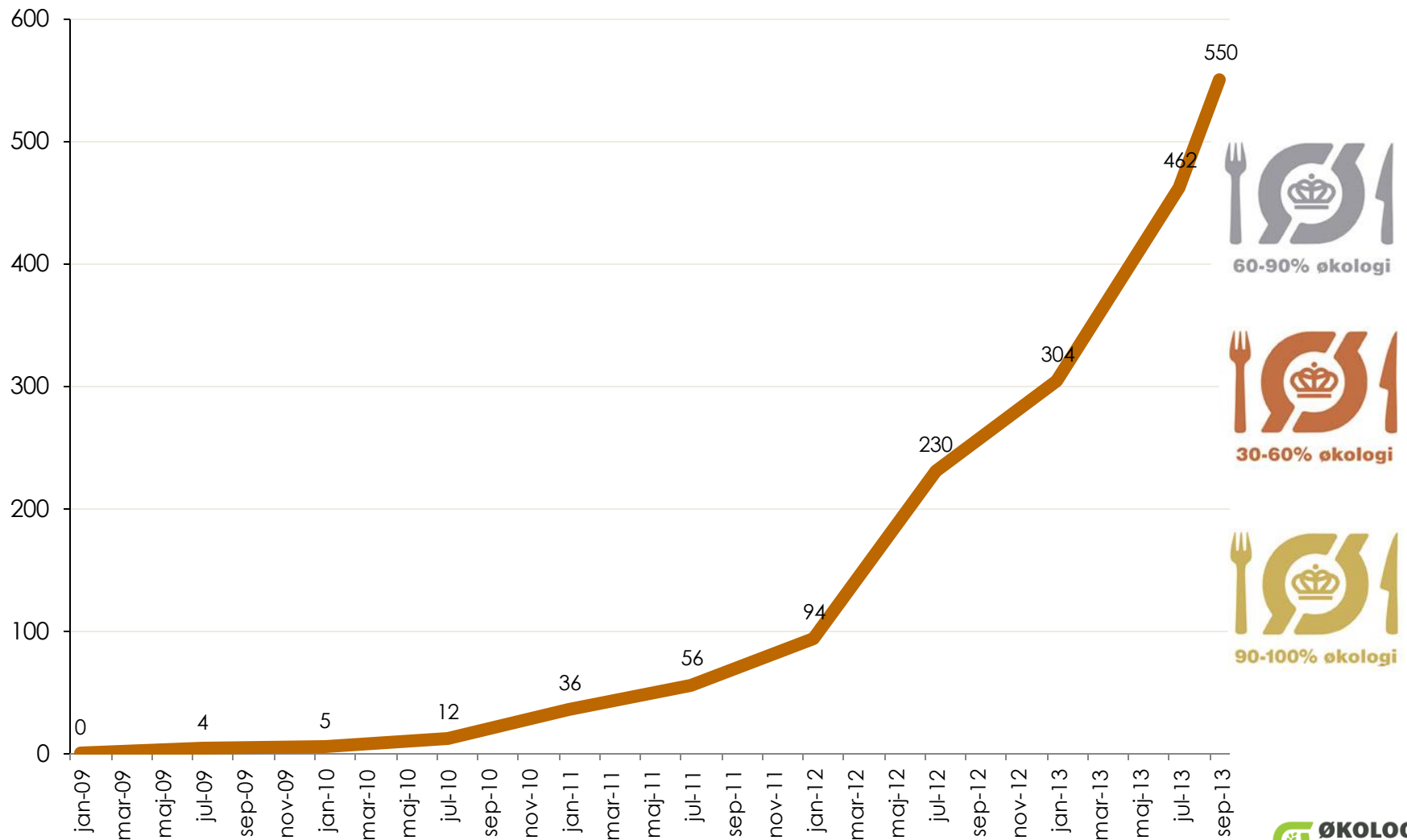


Kilde: Indberetninger fra grossister

Omsætning fordelt på varegrupper



Økologiske spisemærker



På vej mod de 60% økologi i de offentlige køkkener



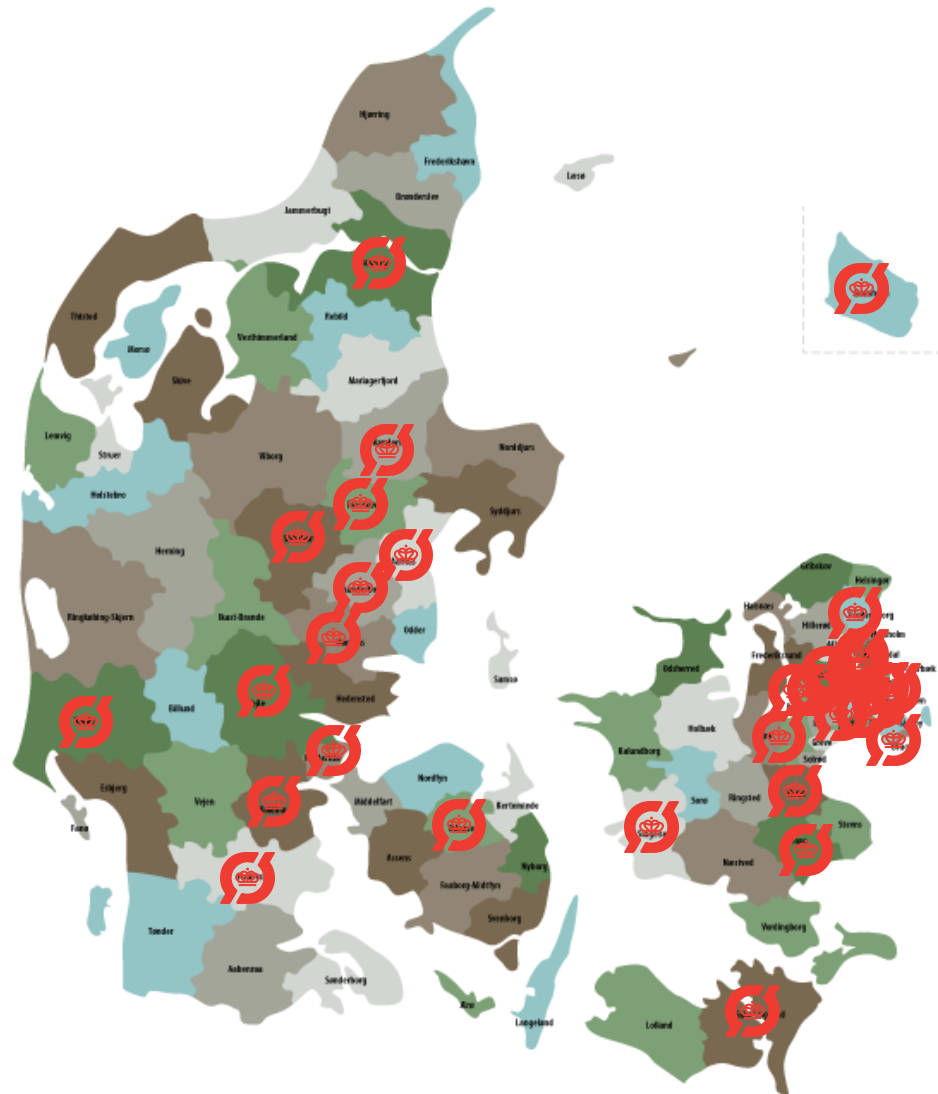
Kommuner under omlægning



Kommuner under omlægning



Kommuner under omlægning



Alternative salgskanaler



Alternative
salgskanaler
10%



klbhff
Københavns Fødevarerfællesskab

Himmelhaven
® Den frivillige forening



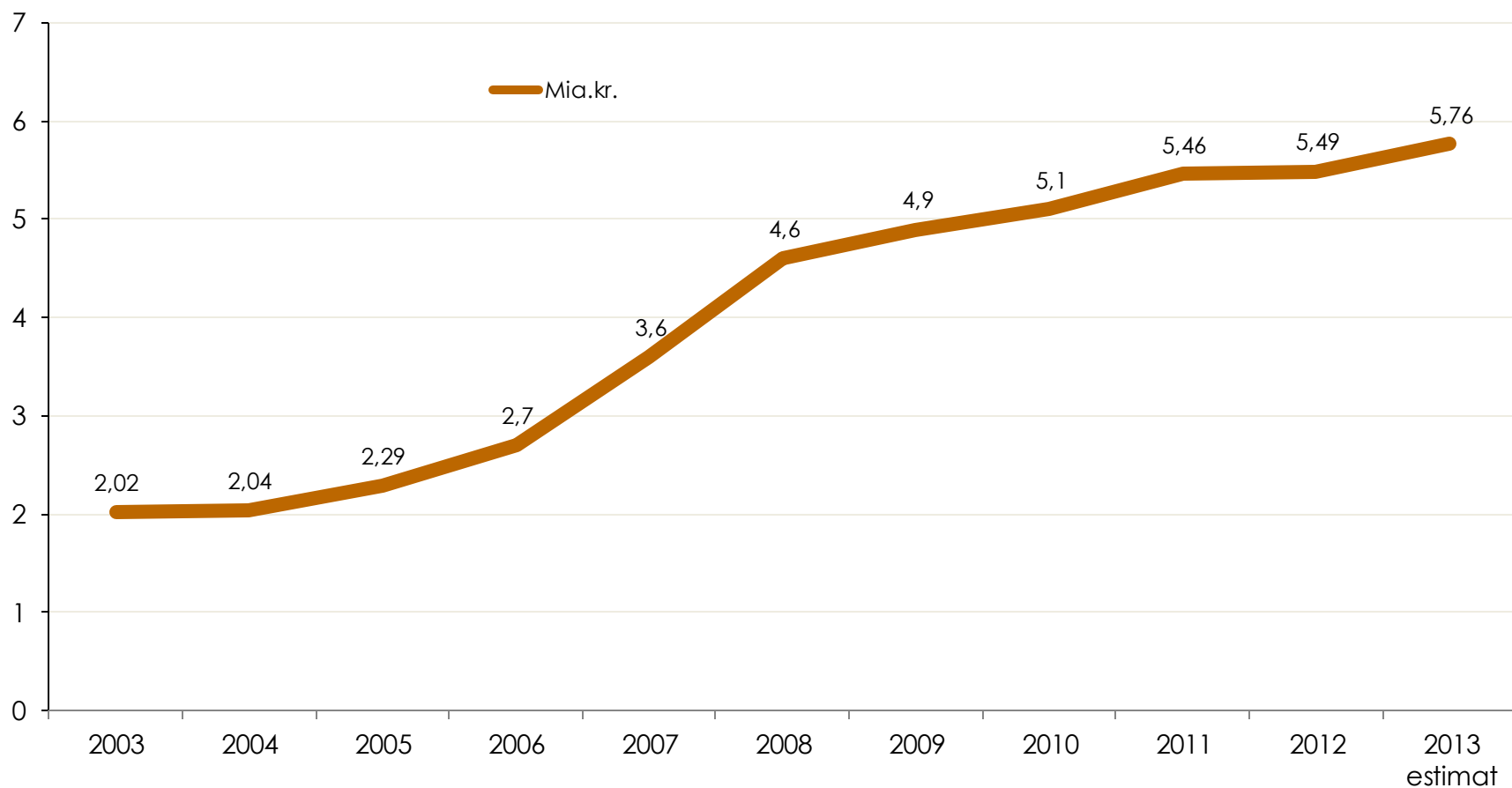
Dagligvarehandlen



Dagligvarehandel
55%

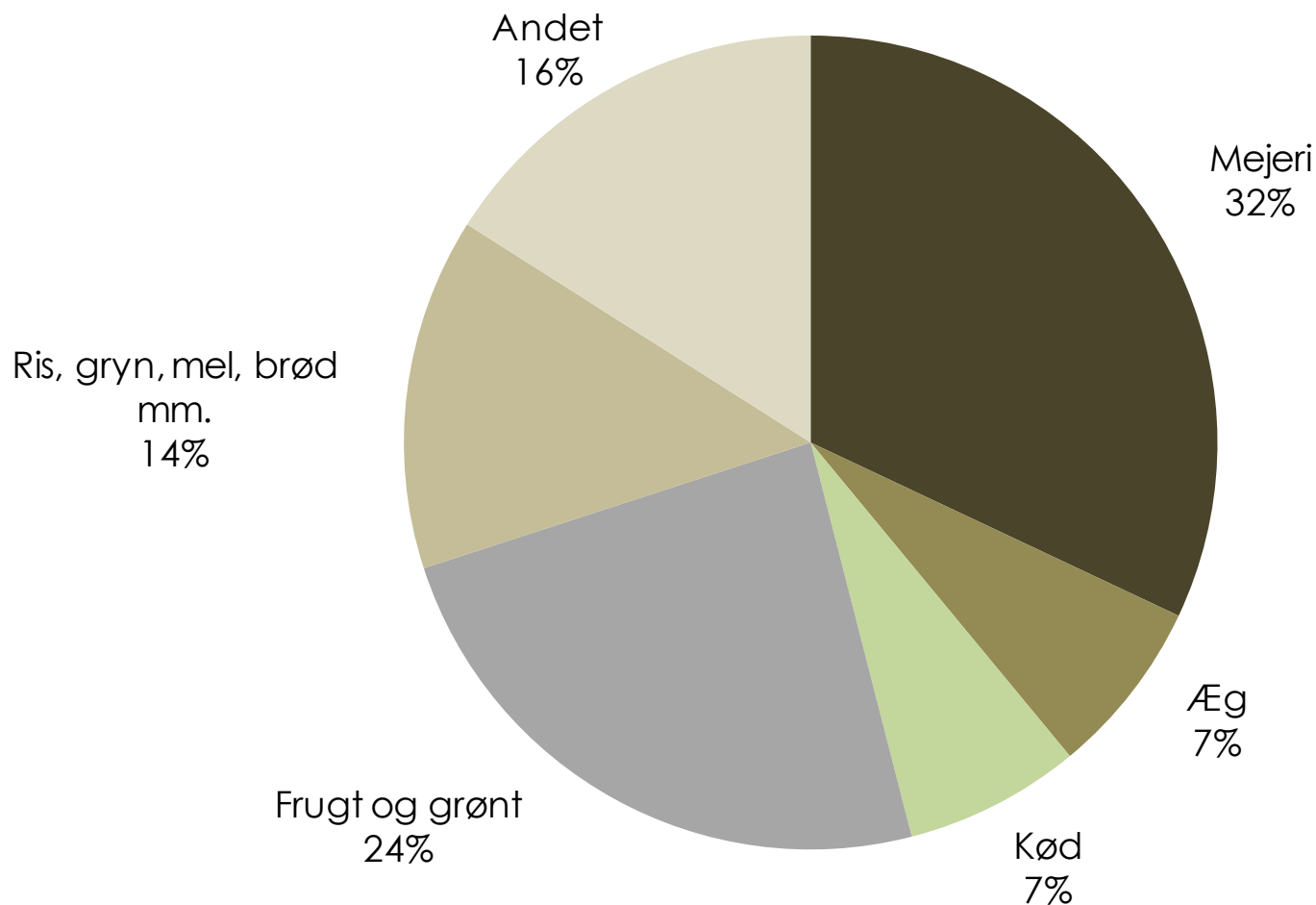
The background of the slide features several organic food labels. On the left, a green label reads 'Stats-kontrolleret økologisk' with a crown logo. In the center, a white label says 'ØKOLOGISKE GULET' and '2 KG PR. 25'. On the right, two circular white labels with green accents read 'Ugens Økologiske Valg' and 'Se det store udvalg'. Other labels include 'ØKOLOGISKE' and 'Ø-MÆRKET'.

Den økologiske omsætning i dagligvarehandlen

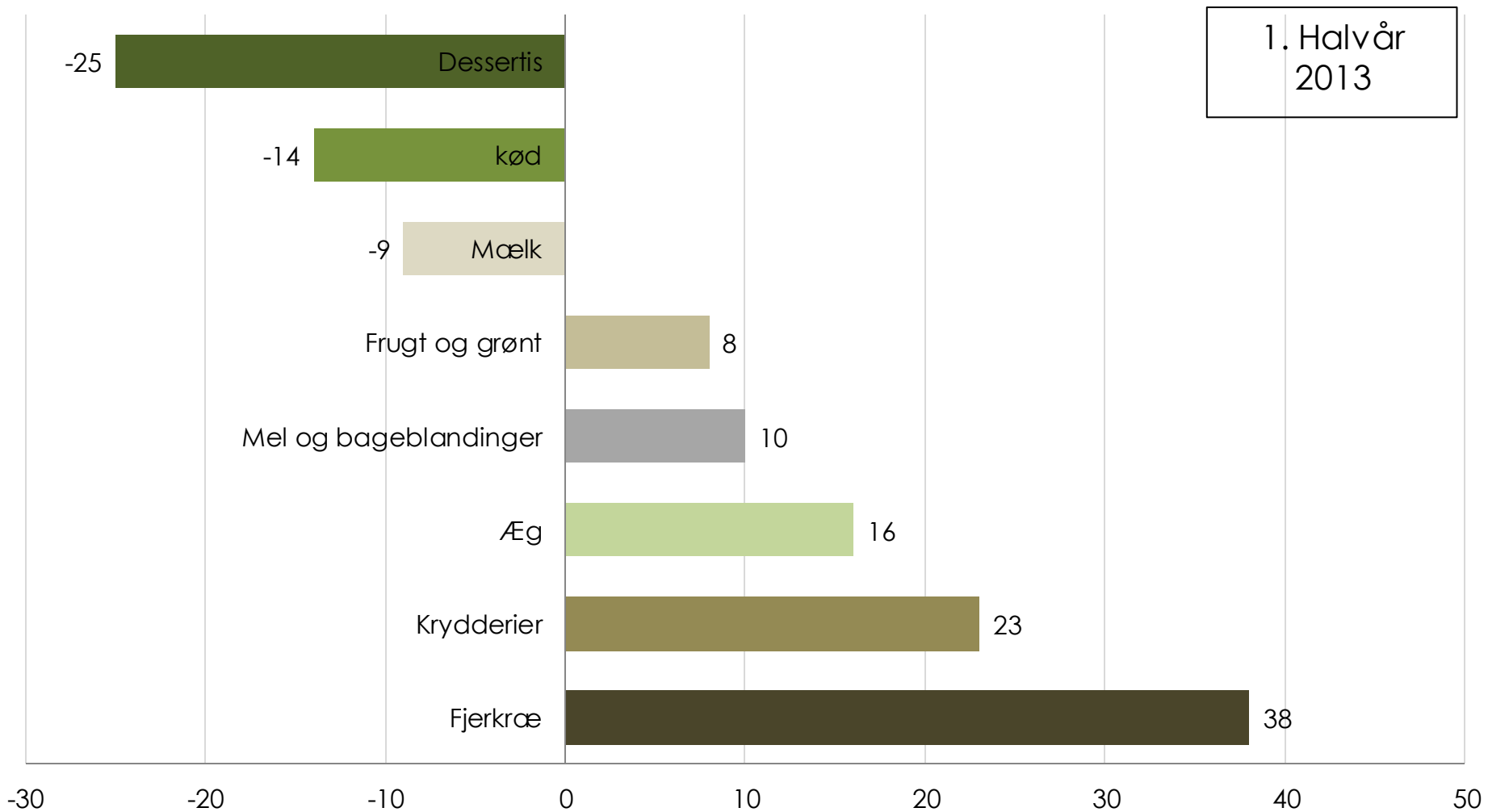


Kilde: GfK ConsumerScan og Danmarks Statistik

Omsætning fordelt på varegrupper



Udvikling i varegrupper



Prisspænd



Billigmælk



Økomælk

Omsætning fordelt på kæder

