

Totaloversikten

Frukt og grønnsaker 2001-2011

FORBRUKSUTVIKLINGEN
SISTE 10 ÅR



FRUKT OG GRØNT
I DEN NORSKE BEFOLKNINGEN



MIDDAGSVANER OG HOLDNINGER
TIL FRUKT OG GRØNT





| | |
|-----------------------------------------------|----|
| En nyttig oversikt | 2 |
| Tilbakegang i volum – vekst i verdi | 3 |
| 5 om dagen | 4 |
| Forbruksutviklingen | 4 |
| Veien videre | 5 |
| Frukt og grønt i den norske befolkningen | 6 |
| Middagsvaner og holdninger til frukt og grønt | 7 |
| Driverne til økt forbruk | 10 |
| Frukt og grønt i norsk dagligvare | 11 |
| Andel norske varer i forhold til import | 12 |
| Totaloversikten 2002-2011 | 13 |
| Topp 50 importland | 17 |
| Produkter som bidrar til forbruksveksten | 18 |
| Verdiandel grønnsaker | 20 |
| Verdiandel frukt og poteter | 22 |
| Totaltall | 23 |
| Status Skolefrukt | 24 |
| Nøkkelhullet | 25 |
| Markedssituasjonen i hagebrukssektoren | 26 |

Totaloversikten har til hensikt å gi en objektiv og nøytral oversikt over utviklingen av forbruket av frisk frukt og friske bær, grønnsaker og poteter i Norge.

I begynnelsen av 2011 la Helsedirektoratet frem de nye kostholdsrådene hvor ett av nøkkelrådene er ”Spis minst fem porsjoner grønnsaker, frukt og bær hver dag”. For å støtte opp om arbeidet, har Opplysningskontoret for frukt og grønt latt «5 om dagen» være en gjennomgående rød tråd i all kommunikasjon. 5 om dagen er imidlertid kun målet, og det er mange veier til målet. Oppfordringen fra OFG til dagligvarekjedene, har derfor vært at det er mest hensiktsmessig at de hver enkelt lager sine konsepter for å inspirere forbrukerne til å fylle handlekurvene med den mengde frukt og grønt som tilsvarer 5 om dagen. Det er derfor svært positivt at flere kjeder har intensivert arbeidet med frukt- og grøntkategorien. Flere kjeder har også laget sine egne ”5 om dagen”-konsepter.

Mulighetsrommet mellom den mengden frukt og grønt forbrukeren sier de er motivert for å handle og det de faktisk handler, er fortsatt stort. Flere markedsundersøkelser konkluderer med at forbrukeren ønsker å spise sunnere og at de vet at det innebærer et høyere konsum av frukt og grønt. Utfordringen er at de ikke får gjennomført det i en travelt hverdag. Det er de lettvinne, ofte usunne løsningene med lite frukt og grønt som blir realiteten for mange.

Guttorm Rebnes
Direktør
Opplysningskontoret
for frukt og grønt



Som basis for beregningen av Totaloversikten er det benyttet tonnasje ut fra 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 bevegelse 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. Med andre ord, det forbrukeren kjøper av frukt og grønnsaker.

GENERELL KILDEINFORMASJON

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

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

Kilde til omsetning ut av butikk:
Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2011.

Tilbakegang i volum – vekst i verdi

Total tonnasje av friske frukt, bær og grønnsaker gikk ned med -0,19 % fra 2010 til 2011. Bær gikk kraftig frem med 12,3 %, grønnsaker var uforandret med -0,1 %, mens frukt gikk tilbake med -0,7 %. Poteter gikk tilbake med -7,5 %.

Norge opplevde en betydelig befolkningsvekst i 2011; netto vekst 64 929 personer eller +1,3 %. Totalt var det pr. 31.12.2011 4 973 029 innbyggere i Norge. Dette har slått negativt ut for forbruket pr. capita av friske frukt, bær, grønnsaker og poteter. Forbruket pr. capita av friske frukt, bær og grønnsaker gikk tilbake med -1,5 % i 2011. Total gikk forbruket i kilo av frukt tilbake med -2,0 % pr. capita, bær frem med +10,8 % og grønt tilbake med -1,4 %. Forbruket av poteter gikk tilbake med -8,7 % pr. capita.

Pr. januar 2012 spiser hver innbygger i Norge pr. år:

47,5 kg grønnsaker

64,7 kg frukt

2,8 kg bær

19,7 kg poteter

134,7 kg totalt

Det norske handlemønsteret var i 2011 fortsatt preget av at vi i stor grad handler i lavprisbutikkene til fordel for fullsortimentsbutikkene. Denne handlemønsterendringen kom som et resultat av finanskrisen. Et smalere sortiment i lavprisbutikkene har ført til at forbrukeren har handlet mindre frukt og grønt enn de er motivert for å gjøre. Gjennom 2011 har flere dagligvarekjeder gått offensivt ut for å ta tak i dette potensialet.

Også i 2011 ser vi at ønsket fra det brede lag av befolkningen om å spise sunt er tilstede. Folk vet at et sunt kosthold inneholder mye frukt og grønt, men det er ikke alle som klarer å omstille det til praksis i en travelt hverdag.

Lavkarbo-fokuset gjennom 2011 har gitt store utslag i statistikkene på hvor mye frukt, bær og grønt vi spiser.

Alle skriverier om lavkarbo i mediene har påvirket store lag av befolkningen. Selv om gruppen som går på ekstreme lavkarbo-dietter er liten, har mange

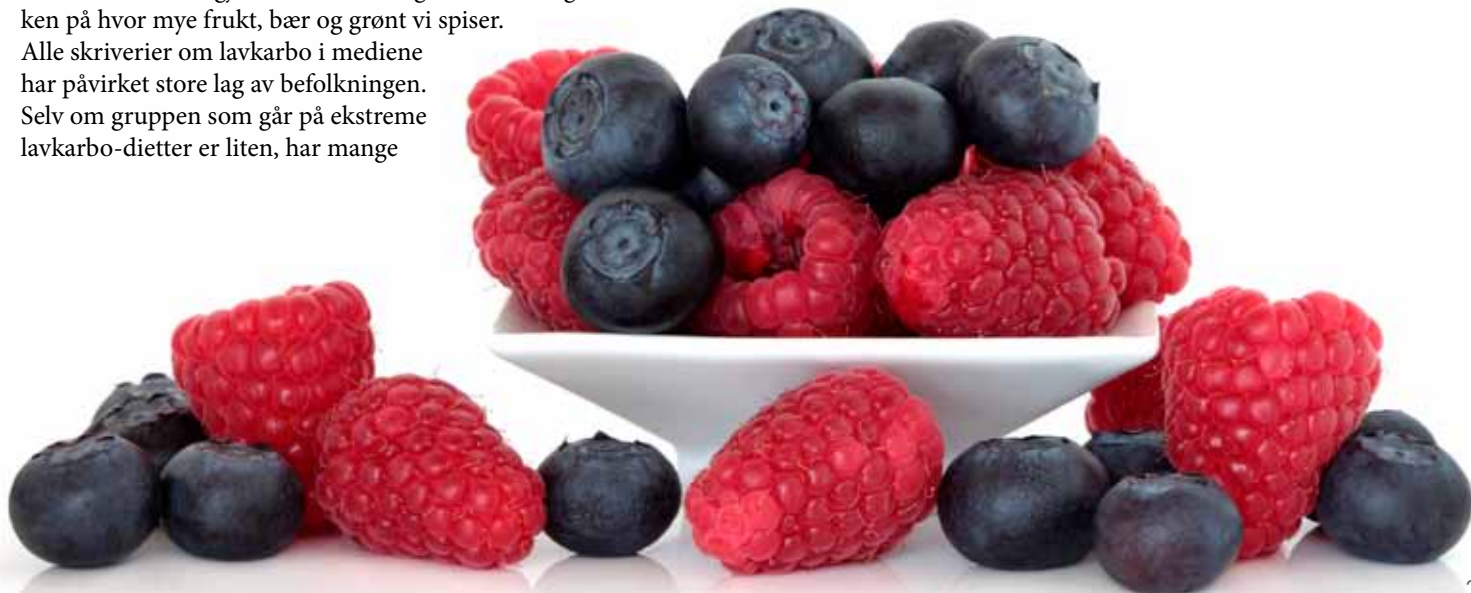
en oppfattelse av lavkarbo som positivt og store grupper har latt seg påvirke av lavkarbo når de har sett på sitt eget kosthold.

Forbruket av frukt går tilbake. Noe av årsaken er trolig diskusjonen rundt fruktsukkeret i frukt. Bær går på den annen side kraftig frem. Det skyldes dels vesentlig bedre tilgjengelighet i butikkene gjennom hele året, men samtidig at bær trekkes frem som svært helsebringende produkter. Poteter går kraftig tilbake. Mye av årsaken må trolig tilskrives lavkarbo. OFG gjennomførte en undersøkelse i desember 2011 på bl.a. poteter. Tilbakemeldingene slo negativt ut. Svært mange rapporterer at de planlegger å spise litt mindre poteter; i tillegg sier de som går på en lavkarbodietter at de ønsker å kutte betydelig i forbruket av poteteter.

Overraskende er det at grønnsaker går tilbake med 1,4 % pr. capita. De aller fleste som har uttalt seg om kosthold i media i 2011 har vært enige i at vi bør spise mer grønnsaker. Man skulle derfor forvente at grønnsaksforbruket hadde gått opp. Årsaken er sammensatt. I segmenter av befolkningen går forbruket av grønnsaker opp, men det kan tyde på at store deler av befolkningen ikke klarer å omstille vanene sine til å kjøpe og spise mer grønnsaker i hverdagen.

Både forbrukerne som handler i lavprisbutikker og i butikker med fullsortiment sier de er motivert for å handle mer frukt og grønt. Nye undersøkelser OFG har gjennomført med Nielsen Norge i 2011 viser at forbrukerne er både motivert for å handle mer mengde, samtidig som de ønsker å bruke mer penger på frukt og grønt.

I 2011 hadde grønnsaker en vekst i verdi ut av butikk på 6,6 % og poteter hadde en vekst på 4,4 % (til tross for sterk nedgang i volum). Bær hadde en vekst i verdi på hele 24,8 %, mens frukt økte med 2,1 %. Totalt førte dette til en verdivekst på 5,6 %.



5 om dagen



Etter Helsedirektoratets anbefalinger bør man spise minst fem porsjoner, totalt 500 gram, grønnsaker, frukt og bær hver dag. Halvparten bør være frukt og bær, og halvparten grønnsaker.

FRISK FRUKT OG FRISKE BÆR OG GRØNNSAKER

I 2011 spiste vi 115 kilo frisk frukt og friske bær og grønnsaker pr. capita, det utgjør ca. 315 gram pr. dag.

HVA ER ÉN PORSJON?

100 gram frukt eller grønnsaker
1 porsjonsbolle blandet salat
1-2 dl bær

En god huskeregel for 5 om dagen er å spise 5 ganger din egen håndfull.

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

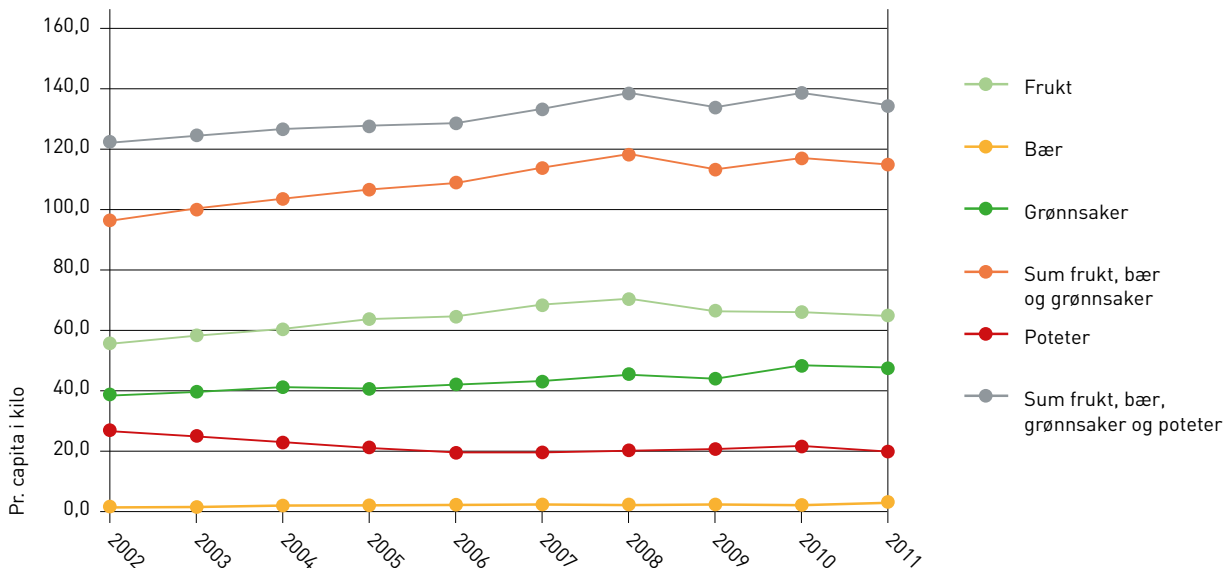


Forbruksutviklingen siste 10 år

Konsum per capita (kilogram)

Kilder: SSB / FGS / SLF / ØT

| | 2002 | 2003 | 2004 | 2005 | 2006 | 2007 | 2008 | 2009 | 2010 | 2011 |
|----------------------------------------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|--------------|
| Frukt | 55,8 | 58,6 | 60,1 | 63,7 | 64,7 | 68,4 | 70,4 | 66,6 | 66,0 | 64,7 |
| Bær | 1,5 | 1,5 | 2,1 | 1,9 | 2,2 | 2,1 | 2,0 | 2,4 | 2,5 | 2,8 |
| Grønnsaker | 38,8 | 39,7 | 41,2 | 40,6 | 42,1 | 43,1 | 45,7 | 44,1 | 48,1 | 47,5 |
| Sum frukt, bær og grønnsaker | 96,2 | 99,8 | 103,4 | 106,2 | 108,9 | 113,6 | 118,1 | 113,0 | 116,7 | 115,0 |
| Poteter | 26,5 | 24,9 | 22,8 | 21,1 | 19,4 | 19,5 | 20,3 | 20,8 | 21,6 | 19,7 |
| Sum frukt, bær, grønnsaker og poteter | 122,7 | 124,7 | 126,2 | 127,3 | 128,3 | 133,2 | 138,5 | 133,8 | 138,3 | 134,7 |



Veien videre

De nye kostholdsradene, som ble lansert i januar 2011, understreker tydelig viktigheten av å spise fem enheter á 100 gram frukt, bær og grønnsaker i det daglige kostholdet. Totalt 500 gram. Poteter er tatt ut som en av grønnsakene, men man understreker at potetene er en viktig matvare og har en naturlig plass i et balansert norsk kosthold.

500 gram frukt og grønt pr. dag er ikke mye om man sprer det på hele spise-døgnet, men for mange er det likevel en stor utfordring å få det til i en travel hverdag. Totalstatistikken viser at vi i gjennomsnitt spiser 315 gram friske varer pr. dag. I tillegg kommer det vi spiser av frosne produkter og det vi drikker av juice. (Juice kan kun telle som 1 av 5 om dagen).

Mange spiser allerede 5 om dagen og mange spiser også mer. Men de sosiale skjevhetene er store. I undersøkelser OFG nylig har gjennomført, ser vi blant annet at forbruket er lavere blant alene-foreldre enn blant samboende foreldre. I tillegg spiser familier med høyere utdanning mer enn familier med lavere utdanning. Selv om enkelte grupper har nådd 5 om dagen, er det et stort utdekket potensial hos store deler av befolkningen. Spisevaner endrer seg langsomt og vanene våre blir i stor grad innarbeidet fra tidlige barneår. Om man skal klare å påvirke spisevaner, er det derfor viktig å starte så tidlig som mulig. Kunnskap om smak, matglede og enkel matlagning er viktige parametere. Det viser seg at forbruket av frukt og grønt er mye høyere i familier hvor barna involveres i matlagningen enn i familier hvor barna ikke er involvert. Mor og far har nøkkelroller i å skape gode vaner, men barnehagen og skolen bør også komme mye tydeligere på banen. Kosthold- og helsefaget bør få den prioriterte og de læremidler som kreves. Skolen har en tydelig læreplan, men tilpassede læremidler mangler. Her bør det helt klart tas et grep.

Viljen til å legge om kostholdet, og 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 det. Det gir et ønskeutgangspunkt for handelen. I følge Nielsen Norge er Norge det landet i Europa med flest dagligvarebutikker pr. innbygger. I tillegg er åpningstidene svært lange. Dette er fordelaktig for forbrukerne, men det har ført til at mange av oss er svært dårlige til å planlegge innkjøpene våre og vi handler nå i snitt 3-4 ganger i uken.

Vi har grunn til å tro at varegruppen frukt og grønt lider noe som et resultat av folks dårlige planlegging. I en travel hverdag er mange kort innom butikken etter jobb for å se etter en enkel og rask løsning for dagens middag, og da blir grønnsaker ofte ikke med i handlekurven. Blir ikke frukt og grønt kjøpt, blir det heller ikke tilgjengelig hjemme og dermed blir det heller ikke spist.

FRA PRODUKT TIL MÅLTIDS-LØSNINGER FOR FORBRUKER

En høy og forutsigbar kvalitet på frukt og grønt er avgjørende for om forbrukerne velger å kjøpe eller ikke. Forbrukerne har imidlertid i mindre grad et produktfokus når de handler, men snarere et fokus på behovet for en løsning. Har man ikke planlagt hva man skal ha til middag før man er i butikken og vet at det er en time til barna skal kjøres til en aktivitet,

så velges ofte de enkleste løsningene, som hel- og halvfabrikata. Og vi vet av undersøkelser at mye hel- og halvfabrikata betyr mindre friske grønnsaker.

Hvordan kan butikkene hjelpe forbrukerne til å finne raske, enkle og sunne måltidsløsninger i butikken som inkluderer mye frisk frukt og friske grønnsaker? Mulighetene er mange for dyktige dagligvareaktører.

Frukt og grønt har i flere år blitt brukt som profilbygger av dagligvarekjedene og det siste året har det skjedd mye. Flere av kjedene har begynt å ta tak i frukt- og grøntkategorien på en mer offensiv måte ved å presentere måltidsløsninger til forbrukeren. Potensialet er likevel fortsatt stort og mye er ugjort. Det er mange veier frem til å nå målsetningen om at hver nordmann skal spise 5 om dagen. Konkurransen om hvordan man best skal nå kundenes behov er trolig den beste motivasjon og rettesnor for produktutvikling.



Frukt og grønt i den norske befolkningen

FRUKT OG GRØNNSAKER HAR EN FORTSATT STERK POSISJON

I november 2011 ble det gjennomført en landsrepresentativ markedsundersøkelse hvor ett av formålene var å kartlegge hvordan faktorer som kunnskap, holdninger og forbrukslyst utvikles over tid. Undersøkelsen ble rapportert av Mark Up og gjennomført i felt av Norstat, som er spesialister på innsamling av data. Undersøkelsen viser at frukt og grønt fortsatt har en sterk posisjon i den norske befolkningen og er en svært viktig ingrediens for en naturlig livsstil og et moderne kjøkken.

Frisk frukt og friske bær – populært på flere måter

Undersøkelsen viser blant annet at frisk frukt og friske bær er blant matvaregruppene som er mest populære i befolkningen. Folk mener at frisk frukt og friske bær både smaker godt, er sunt og er en naturlig del av en moderne livsstil.

Selv om vi ser en liten tendens til at mennesker som er positive til lavkarbo-dietter har økt sin skepsis til frukt, er denne gruppen ikke stor nok eller har sterke nok negative holdninger til å vippe frisk frukt fra tronen som en av de mest attraktive matvaregruppene.

Friske grønnsaker hører med i en moderne livsstil og i et moderne kosthold

9 av 10 nordmenn er positive til friske grønnsaker, og mellom 80-90 % forbinder friske grønnsaker med sunnhet og noe som er en naturlig del av et moderne kosthold og en moderne livsstil. På spørsmål om hvilke typer matvarer eller produktgrupper en tenker på som sunnest, kommer grønnsaker aller best ut, foran fisk. Halvparten av befolkningen nevner grønnsaker som aller sunnest og 9 av 10 oppgir grønnsaker blant de tre sunneste matvarene.

I tillegg mener de fleste at friske grønnsaker har mange bruksområder. Friske grønnsaker er noe man kan spise så mye man

vil av, er enkelt og lett å tilberede, og er sunn hverdags-snacks som passer utmerket når man har lyst på noe godt mellom måltidene.

Dette gjør friske grønnsaker til en av de mest attraktive matvarene i dagligvarebutikken, og befester med dette sin sterke posisjon i den norske befolkning. Potensialet for en økning i forbruk og etterspørsel er stor.

Men poteten var ikke død

Til tross for en nedgang i omsetning av poteter de siste årene, har ferske poteter fortsatt en sterk posisjon i det norske kjøkken. 7 av 10 nordmenn er positive til poteter! Undersøkelsen viser at en liten gruppe i befolkningen har økt sin skepsis til poteter, og det synes å være en klar sammenheng mellom deres holdninger til poteter og deres holdninger til lavkarbo-dietter.

8 av 10 mener ferske poteter kan tilberedes på mange spennende måter for å tilpasses forskjellige retter.

Videre oppgir majoriteten av befolkningen at de ikke tror man blir fet av å spise ferske poteter, og flertallet mener fortsatt at ferske poteter er en matvare som er en naturlig del av en moderne livsstil.



Middagsvaner og holdninger til frukt og grønt

BAKGRUNN, PROBLEMSTILLINGER OG METODE:

Nielsen Norge gjennomførte i desember 2011 en omfattende undersøkelse for OFG som fokuserer på "smarte vaner". Studien følger opp utvalgte områder som 5 om dagen, selvrappert forbruk og holdninger til frukt og grønt fra forrige studie i mai 2010. I tillegg dekket den nye områder som nye kostholdsråd, lavkarbo, middagsretter og forskjeller mellom ulike demografiske segmenter, samt fokus på barn/familiesituasjonen. Et hovedområde for undersøkelsen var nordmenns middagsvaner, med blikk på tilbehør generelt og grønnsakenes posisjon spesielt.

SENTRALE PROBLEMSTILLINGER I UNDERSØKELSEN:

Hvordan er nordmenns syn på sunnhet, helse, kosthold, matlaging og ernæring i 2011. I hvilken grad påvirkes middagens tilbehør og grønnsakskonsum av tidsklemma, barnas innflytelse og lavkarbo-trenden? Hva er de store middagsrettene i Norge i 2011? Hva serveres av tilbehør til de ulike middagene, og når og i hvilken grad velges grønnsaker? Hvilke typer middager er typiske for ulike situasjoner? Hvilke typer middager er typiske for ulike segmenter? Kjennskap om dietter, bruk av dietter, holdninger til dietter.

Det er gjennomført både en kvalitativ undersøkelse i butikker og en landsrepresentativ kvantitativ undersøkelse med over 1700 respondenter.

Resultater fra undersøkelsen:

Undersøkelsen i butikk viser en tendens til at kvinner i større grad enn menn tar ansvar for at familien skal ha et sunt og balansert kosthold, og det er en overvekt av kvinner som sier de er opptatt av å inkludere grønnsaker og salat i middagen. Enkelte kvinner sier at de gjerne lager en salat til seg selv som de spiser ved siden av måltidet.

Høy utdanning og høy inntekt ser ut til å øke fokuset på det å leve sunt. Mange av disse informantene befinner seg i miljøer der det anses som viktig å ha fokus på helse og sunnhet – og et balansert kosthold som inneholder frukt og grønt. Fokus på sunnhet ser ut til å øke med alderen, dette gjelder fortsatt mest for personer med høy utdanning og høy inntekt. Disse funnene underbygges også i den landsrepresentative kvantitative undersøkelsen.

5 om dagen

5 om dagen er fortsatt godt kjent (96%), og OFG er blitt en tydeligere avsender. I undersøkelsen er det spurt om hvilken eller hvilke organisasjoner de tror står bak "5 om dagen". På halvannet år (fra mai 2010 til desember 2011) har OFG som avsender for "5 om dagen" økt fra 48 % til 64 %. Tilsvarende har Bama som avsender blitt redusert fra 50 % til 28 %. Det er også relativt mange som tror Helsedirektoratet står bak begrepet, med 27 %.

Det er tydelige forskjeller mellom de som er opptatt av og de som ikke er opptatt av egen helse. En del av befolkningen tenderer i større grad til å være opptatt av sunnhet, matlaging, grønnsaker og å leve sunt. Typiske kjennetegn er at de planlegger middagen noen dager før eller samme dag, de handler som oftest maten selv, er i større grad tilfreds med egen helsemessig livskvalitet, er oftere kvinner, er over 45 år og har oftere høyere utdanning. Den andre delen av befolkningen tenderer i mindre grad til å være opptatt av sunnhet, matlaging, grønnsaker og å leve sunt. Typiske kjennetegn er at de planlegger i større grad middagen i selve butikken, har vektproblemer (enten overvektig/lider av fedme eller de er undervektige), er oftere menn og er oftere i alderen 18-20 år eller 30-44 år.

En segmenteringsanalyse av barnefamilieene gjennomført av OFG på dataene fra undersøkelsen viser et tilsvarende bilde, men med en inndeling i tre segmenter:

Bevisste foreldre (45 % av foreldrene):

Liker å lage mat og lager ofte mat fra bunnen av. Bruker tid på matlaging og synes ikke det tar for lang tid å lage mat med grønnsaker. Er godt vant med grønnsaker, synes det er viktig at en spiser grønnsaker til middag og kjøper grønnsakene en skal ha uten å tenke på prisen. Synes helsemyndighetenes kostholdsråd er enkle å forstå. Mener

at kosttilskudd ikke kan erstatte friske grønnsaker. Barna i familiene synes grønnsaker kan være spennende mat. Planlegger innkjøp i større grad. Overvekt av kvinner og personer med universitet/høyskole 4 år +.

Mindre engasjerte foreldre (39 % av foreldrene):

Lager sjelden mat fra bunnen av. Synes ikke helsemyndighetene har gode kampanjer for å få folk til å spise mer grønnsaker, og hører i mindre grad på myndighetenes kostholdsråd. Føler seg ikke spesielt sunne når de spiser grønnsaker. Spiser i mindre grad fersk fisk til middag og spiser mindre grønnsaker.



Værhane-foreldre (16 % av foreldrene):

Lager mat som de vet barna liker, og lar barna ofte få velge hva familien skal ha til middag. Forsøker å unngå grønnsaker som kan skape konflikt rundt middagsbordet og lager ofte to middagsretter slik at både voksne og barn får det de liker best. De mener barna i familien synes grønnsaker er kjedelig mat. Overvekt av personer med lavere utdanning. De mener det kreves viljestyrke for å følge anbefalte kostholdsråd og synes det kan være vanskelig å vite hva som er fornuftig da det er så mange dietter som anbefales. De mener det kan være sammenheng mellom dietter og personlig lykke, og de mener dietter kan egne seg for hele familien.

Tidsklemma til travle foreldre påvirker konsumet av grønnsaker negativt. Det er en høyere andel i alderen 30-44 år (typisk småbarnsforeldre) som ikke har salat/grønnsaker til middag, sammenliknet med de andre aldersgruppene. I barnefamilier har barna en sterk påvirkning på hvilke typer middager som spises. Kun enkelte lager egen mat til barna, men det som barna liker, spises ofte av hele familien. I helgen lages det i større grad egen mat til de små barna, mens de voksne spiser annen mat på et senere tidspunkt. Kjøttdeigsbaserte retter, pasta, fiskepinner og pølser er typiske hverdagsmiddager for barnefamilier. De barnevennlige middagsrettene inneholder i liten grad grønnsaker. I en hektisk hverdag velges ofte minste motstands vei og dermed blir grønnsaker valgt bort.

4 av 10 middager til norske barnefamilier er helt uten grønnsaker/salat. Middager med mest grønnsaker/salat er hjemmelagde gryteretter, ulike kjøtt- og fiskeretter og taco. Middager med minst grønnsaker/salat er typiske ferdigretter som ferdigpizza og Fjordland. Men også typiske barneretter som pølser, grøt og pannekaker har lite grønnsaker/salat (se tabell 2). Taco er et unntak, dvs. det er en typisk barnerett med relativt mye grønnsaker og salat.

Barnas Topp 10 favoritter (andel som synes middagsretten passer som barnas favoritter):

| | |
|-------------------------|------|
| Taco | 11 % |
| Pølser | 10 % |
| Pizza (hjemmelaget) | 10 % |
| Pasta med kjøttsaus | 9 % |
| Pannekaker | 9 % |
| Grøt | 8 % |
| Kyllingfilet | 7 % |
| Pizza (frossen, ferdig) | 6 % |
| Kjøttkaker og lignende | 6 % |
| Lasagne | 5 % |

BARNEFAMILIER

| | Prosentandel med grønnsaker eller salat | Antall middager |
|-------------------------------------------------|-----------------------------------------|-----------------|
| Gryteretter (hjemmelaget) | 100,0 % | 18 |
| Salat som hovedrett | 100,0 % | 7 |
| Wok med kjøtt | 100,0 % | 10 |
| Stek (okse-/lamme-/svinestek o.l.) | 91,7 % | 12 |
| Fersk fisk/fiskefilet (kokt, stekt, bakt i ovn) | 91,4 % | 58 |
| Taco | 90,3 % | 31 |
| Fiskegrateng (frossen) | 87,5 % | 8 |
| Fritert kjøtt (nuggets, schnitzel o.l.) | 87,5 % | 8 |
| Fiskeboller/fiskepudding | 84,6 % | 13 |
| Curry (med kylling, lam o.l.) | 82,4 % | 17 |
| Fiskekaker | 82,4 % | 17 |
| Kjøttstykke (koteletter, biff, entrecote o.l.) | 81,4 % | 43 |
| Frossen fisk (fiskepinner, fiskestykker o.l.) | 77,8 % | 27 |
| Kyllingfilet (stekt, bakt i ovn o.l.) | 77,8 % | 27 |
| Grillet kylling | 76,7 % | 30 |
| Kjøttkaker, kjøttboller, medisterkaker o.l. | 75,5 % | 49 |
| Hamburger | 75,0 % | 20 |
| Pytt i panne | 75,0 % | 4 |
| Raspeball/komle | 75,0 % | 4 |
| Lasagne | 65,2 % | 23 |
| Pasta som hovedrett | 54,5 % | 11 |
| Gryteretter (fra pose, glass) | 50,0 % | 14 |
| Suppe | 50,0 % | 18 |
| Pølser | 41,9 % | 43 |
| Pasta med kjøttsaus/saus | 37,5 % | 40 |
| Brødmat som hovedrett (f.eks. ostesmørbrød) | 37,5 % | 8 |
| Pizza (hjemmelaget) | 27,8 % | 18 |
| Lapskaus | 26,7 % | 15 |
| Pizza (frossen, ferdiglaget) | 15,0 % | 20 |
| Ferdige middagsretter (Fjordland o.l.) | 12,5 % | 8 |
| Grøt (risengryns-rømmegrøt) | 11,1 % | 9 |
| Take away-mat (pizza, hamburger/chips o.l.) | 11,1 % | 9 |
| Pannekaker | 7,1 % | 14 |
| TOTALT | 58,4 % | 743 |

Dietter

Høsten 2011 har vært preget av mange medieoppslag knyttet til lavkarbo. Intervjuer i butikk synliggjør at dette er noe mange forbrukere har i tankene når de er i butikken. Spesielt godt vok-sne kvinner er opptatt av å begrense inntaket av poteter. Enkelte begrenser også inntaket av frukt. Kun et fåtall av disse fremstår som at de har et vektproblem. Poteter blir ikke oppfattet som direkte usunt, men velges bort for å oppnå ønsket vektreduks-jon. Enkelte sier at hele familien går på lavkarbo i en aller annen form.

Dietter har blitt "allmannseie". 41 % kjenner noen som jevnlig går på diett. 35% svarer at de kutter i karbohydrater uten at de går på diett. Lavkarbodietten fører til økt forbruk av grønnsaker, men mindre forbruk av poteter. De som oppgir at de går på lavkarbodiett med høyt fettinntak eller Hexeberg-dietten har en klar tendens til å spise mindre frukt enn tidligere. Det er 33 % av de som går på denne type diett som sier de nå spiser mindre frukt, mens for de som går på andre dietter eller ingen diett er det kun 9 % som oppgir at de spiser mindre frukt.

OPPSUMMERING FRA UNDERSØKELSEN Nordmenns kunnskap om helse og kosthold

- 96 % av alle nordmenn kjenner til myndighetenes kostholds-råd, 5 om dagen, og hva som skal til for å leve et sunt liv.
- Vi ser at høy opplevd livskvalitet henger sterkt sammen med god helsemessig kvalitet.
- De fleste mener at god helse avhenger mest av dem selv, men også myndigheter, skole, fastlege osv. har betydning. Infor-masjon og opplysning oppleves som viktig.

- Utfordringen er å nå de som er minst tilfredse med egen helse, bl.a. undervektig og overvektige.
- Dårlige vaner arves, og myndighetene lykkes ikke helt i å kompensere for denne systemiske forskjellen.

Middagsvaner

- Norske middager har tradisjonelt inneholdt et balansert kosthold, der grønnsaker har inngått som en naturlig kompo-nent til enten fisk eller kjøtt. Disse er der ennå.
- Funnene viser at vi oftere velger kjøtt fremfor fisk, og farse-produkter (fisk og kjøtt) fremfor rene råvarer.
- Funnene tyder på at tidsklemma gjør at de tradisjonelle middagene oftere viker for de raske, enkle løsningene, spesielt i aldersgruppen 25-44 år.
- Når vi ser nærmere på tilbehøret knyttet til de ulike rettene, ser vi at grønnsaksandelen varierer sterkt. Tendensen er at jo enklere og mer ferdiglagde middagsretter som velges, desto mindre grønnsaker inngår. Når vi i tillegg finner at barna i stor grad bestemmer middagene, ligger det en utfordring i å overføre gode (nok) vaner på sikt, samt å finne løsninger for fortsatt å inkludere nok grønnsaker i hverdagen.

Dietter

- En stor andel nordmenn er opptatt av dietter generelt, både de vi snakket med i butikk, og landsutvalget forøvrig. Vi ser f.eks at Ola Nordmann i løpet av de siste 6-12 månedene oppgir å ha redusert konsumet av poteter (-25%) og økt konsumet av grønnsaker (25-30%) og bær (17%).
- Dietter, og spesielt lavkarbo, kan sies å ha blitt "allmannseie", og lavkarbo-variantene oppnår nå både kjennskap og bruk på høyde med de etablerte diettene/kostholdsskolene. Lavkarbo-trenden utfordrer nordmenns etablerte vaner.



De sterkeste driverne for et økt forbruk av frukt og grønt

Det er mange drivere for et høyere forbruk av frukt og grønt. Smak, friskhet og kvalitet er de driverne som sterkest påvirker varige forbruksvaner. Pris er også viktig, men er i liten grad i stand til å gi et varig høyere volum. Prisavslag på enkeltprodukter vil som regel føre til en umiddelbar, men kortsiktig volumøkning. Volumet går som regel tilbake etter at priskampanjen er over.

Den oppfattede prisen i forbrukerens hode er sammensatt. En konkurransemessig god pris er alltid positivt, men produktenes priselastisitet og hvordan pris relateres til oppfattet kvalitet, er

imidlertid viktig for å forstå om man skal få til et langsiktig høyere forbruk av enkeltprodukter.

Et innblikk i hvordan pris og oppfattet kvalitet påvirker forbruket får man om man ser på hvilke produkter som bidrar mest til den totale forbruksveksten av frukt, bær, grønnsaker og poteter. Om pris var den sterkeste driveren, burde man kunne forvente at de billigste produktene bidrar mest til veksten. Slik er det ikke. Det er i stor grad de dyrere kvalitetene som bidrar mest til veksten i forbruket. De billigere variantene står stille eller går svakt tilbake.

OFG gjennomførte en priselastisitetsstudie for ulike kvalitetssorteringer på poteter og tomater i 2010 og sammenlignet svarene med tilsvarende data fra 2008. Studien ble gjort på basis av scanningdata fra Nielsen Norge. Konklusjonen på studien var at forbrukeren i like kjedekonsepser velger dyrere kvaliteter i 2010 sammenlignet med 2008 for både poteter og tomater. Dette til tross for at kjedene har billigkvalitetene tilgjengelig. Med andre ord, man velger kanskje å handle i en lavprisbutikk, men når man står der, velger man ikke nødvendigvis de lavest prisede produktene.

Spiseklarhet eller "convenience" er et viktig begrep. For friske frukt- og grøntprodukter har man liten grad av bearbeiding, men vasking, rensing og hensiktsmessige forpakninger 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 EAN-kode/GTIN-kode (tradisjonell strekkode), mens produktene i løs vekt har en PLU-kode. Tomater, gulrot, avokado, salat, løk og poteter

er alle gode eksempler på at forbrukeren er villig til å betale for produkter med høyere oppfattet kvalitet.

En konkurransedyktig pris vil alltid være viktig for å få til et høyere forbruk, men det er trolig at innovasjon i form av nye sorter og stadig mer forbrukertilpassede løsninger og konsepter vil være det som skaper en høyere vekst. Forbrukernes behov er ikke relatert opp mot enkeltprodukter, men opp mot løsninger. Enkeltproduktene vil selvfølgelig alltid spille en viktig rolle, men bør i størst mulig grad knyttes opp mot forbrukernes bruksituasjon. Statistikken viser klart at forbrukerne er beredt til å betale, hvis dette gjøres på en hensiktsmessig måte.

Avokado og løk er eksempler på produkter som er tilført en bevisst verdiøkning for forbrukerne. 2-pakning med spisemoden avokado har blitt veldig populært og løk har hatt en utvikling både på pakninger og sortiment.

Avokado

I 2011 ble det solgt avokado ut fra butikk til en verdi av 257 millioner. Totalt har avokado hatt en økning i salg i verdi på 25,5 % fra 2009 til 2010, og en ytterligere økning på 34,4 % fra 2010 til 2011. Det er den EAN/GTIN-kodede avokadoen som har økt mest, med en økning fra 2009 til 2010 på 37,1 % og en ytterligere økning fra 2010 til 2011 på 42,3 %. Tallene for øvrig avokado viser en økning på 22,4 % fra 2010 til 2011.

Løk og purrevekster

Totalt har løk og purrevekster hatt en økning i salg i verdi fra 2010 til 2011 på 9,9 %. Det var den EAN/GTIN-kodede løken som stod for veksten med en økning på 16,7 %. Løk og purrevekster øvrige hadde en nedgang på -5,4 %, og taper dermed ytterligere markedsandeler til de EAN/GTIN-kodede løk og purrevekstene.



Salget av frukt, bær, grønnsaker og poteter i norsk dagligvare

Norske dagligvarebutikker omsatte frukt og grønnsaker for 13,5 milliarder kroner i 2011. Dette tilsvarer en økt omsetning på 717 millioner kroner, eller 5,6 % sammenlignet med 2010. En verdivekst på 5,6 % er høyere enn veksten totalt i norsk dagligvare i 2010, som var på 3,8 %. Grønnsaker ekskl. poteter omsatte for 6,6 milliarder kroner og hadde en vekst på 6,6 % fra 2010. Poteter omsatte for 1,2 milliarder med en vekst på 4,4 %. Frukt omsatte for 4,9 milliarder kroner og hadde en vekst på +2,1 %. Bær omsatte for 779 millioner med en vekst på hele 24,8 % fra 2010.

I 2011, som i 2010, var tomater det største segmentet i varegruppen grønnsaker. Tomater omsatte for 1,1 milliarder kroner, og hadde en vekst på 1,8 %. Tomater sto for 5,1 % av den totale veksten innen grønnsaker i 2011. I varegruppen frukt var druer det største segmentet med en omsetning på 959 millioner, en økning på 7,2 % fra 2010. Banan, som var det største segmentet i 2010, var nest størst i 2011 og solgte for 950 millioner i 2011, noe som er en økning på 2,7 % fra 2010.

EAN/GTIN-merkede grønnsaker eksklusive poteter økte i 2011 med 10,2 %. Grønnsaker eksklusive poteter uten EAN/GTIN-koder økte med kun 2,5 %. EAN/GTIN-merkede poteter økte med 4,4 %, poteter uten EAN/GTIN-koder økte med 4,5 % EAN/GTIN-merket frukt økte med 11,2 %, mens frukt uten EAN/GTIN-koder hadde en tilbakegang på -1,2 %. EAN/GTIN-merkede bær økte med hele 60,1 %, og bær uten økte med 8,1 %.

Tall i 1000 NOK.

| | | Verdi ut av butikk | | % -vis endring fra 2010 til 2011 | Verdi ut av butikk | | Utvikling fra 2010 til 2011 |
|------------|------------------------------------|--------------------|--------|----------------------------------|--------------------|-----------|-----------------------------|
| | | 2010 | 2011 | | 2010 | 2011 | |
| Grønnsaker | Ferdigpakket EAN merkede produkter | 53,4 % | 55,2 % | 1,8 % | 3 304 772 | 3 642 246 | 10,2 % |
| | Produkter uten EAN | 46,6 % | 44,8 % | -1,8 % | 2 886 816 | 2 959 166 | 2,5 % |
| Poteter | Ferdigpakket EAN merkede produkter | 63,6 % | 63,6 % | 0,0 % | 752 252 | 784 990 | 4,4 % |
| | Produkter uten EAN | 36,4 % | 36,4 % | 0,0 % | 430 332 | 449 574 | 4,5 % |
| Frukt | Ferdigpakket EAN merkede produkter | 26,5 % | 28,9 % | 2,4 % | 1 280 193 | 1 424 032 | 11,2 % |
| | Produkter uten EAN | 73,5 % | 71,1 % | -2,4 % | 3 545 704 | 3 503 036 | -1,2 % |
| Bær | Ferdigpakket EAN merkede produkter | 32,1 % | 41,2 % | 9,1 % | 200 735 | 321 330 | 60,1 % |
| | Produkter uten EAN | 67,9 % | 58,8 % | -9,1 % | 423 666 | 457 909 | 8,1 % |

Kilde: Nielsen Norge Scan*Track Dagligvare helår 2011

*I forbindelse med at den europeiske organisasjonen EAN International ble slått sammen med liknende selskaper i USA og Canada og nå heter GSL, ble standarden for merking av varer endret fra EAN-koder til GTIN-koder. Nielsen Norge benytter fortsatt EAN-koder i sine systemer.



Andel norske frukt, bær og grønnsaker i forhold til import 2011 (tonn)

Sortert etter totaltall for 2011. Tall oppgitt i tonn.

Kilde: SSB / SLF

| | Norsk | Import | Total | %-andel norske varer 2011 | Norsk | Import | Total | %-andel norske varer 2010 | Endring i %-andel fra 10 til 11 |
|------------------------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------------------|----------------|----------------|----------------|---------------------------|---------------------------------|
| | 2 011 | 2 011 | 2 011 | | 2010 | 2010 | 2010 | | |
| GRØNNSAKER | 2 011 | 2 011 | 2 011 | | 2010 | 2010 | 2010 | | |
| Gulrot | 28 530 | 6 853 | 35 383 | 81 % | 31 697 | 5 192 | 36 889 | 86 % | -5 % |
| Tomat | 9 335 | 23 903 | 33 238 | 28 % | 11 092 | 21 502 | 32 594 | 34 % | -6 % |
| Løk | 17 649 | 9 303 | 26 952 | 65 % | 16 193 | 10 688 | 26 881 | 60 % | 5 % |
| Agurk | 15 868 | 7 211 | 23 079 | 69 % | 15 637 | 6 301 | 21 938 | 71 % | -3 % |
| Isbergsalat, issalat | 6 229 | 10 062 | 16 291 | 38 % | 7 587 | 10 160 | 17 746 | 43 % | -5 % |
| Paprika | 323 | 15 520 | 15 843 | 2 % | 257 | 14 239 | 14 496 | 2 % | |
| Andre friske grønns. | 2 376 | 11 390 | 13 766 | 17 % | 3 004 | 9 476 | 12 480 | 24 % | -7 % |
| Kålrot | 9 648 | 1 773 | 11 421 | 84 % | 10 088 | 1 727 | 11 815 | 85 % | -1 % |
| Hodekål | 9 728 | 885 | 10 613 | 92 % | 9 789 | 1 457 | 11 245 | 87 % | 5 % |
| Brokkoli | 2 950 | 7 643 | 10 593 | 28 % | 2 766 | 6 787 | 9 553 | 29 % | -1 % |
| Blomkål | 4 401 | 5 607 | 10 008 | 44 % | 4 392 | 5 172 | 9 564 | 46 % | -2 % |
| Sjampinjong | 74 | 6 507 | 6 581 | 1 % | 438 | 5 832 | 6 270 | 7 % | -6 % |
| Annen salat | 5 044 | 674 | 5 718 | 88 % | 5 288 | 1 939 | 7 227 | 73 % | 15 % |
| Kinakål | 3 852 | 1 329 | 5 181 | 74 % | 3 873 | 1 696 | 5 568 | 70 % | 5 % |
| Purre | 1 436 | 1 947 | 3 383 | 42 % | 1 718 | 1 905 | 3 622 | 47 % | -5 % |
| Stilkselleri | 582 | 1 341 | 1 923 | 30 % | 797 | 1 314 | 2 111 | 38 % | -7 % |
| Asparges | 41 | 1 736 | 1 777 | 2 % | 45 | 1 384 | 1 430 | 3 % | -1 % |
| Selleri | 858 | 715 | 1 573 | 55 % | 884 | 593 | 1 477 | 60 % | -5 % |
| Hvitløk | 0 | 1 126 | 1 126 | 0 % | 0 | 1 253 | 1 253 | | |
| Rapidsalat | 981 | 0 | 981 | 100 % | 9 789 | 0 | 9 789 | 100 % | |
| Rosenkål | 512 | 56 | 568 | 90 % | 483 | 84 | 566 | 85 % | 5 % |
| Annen sopp | 14 | 331 | 345 | 4 % | 28 | 391 | 420 | 7 % | -3 % |
| Sum grønnsaker | 120 432 | 115 912 | 236 344 | 51 % | 127 495 | 109 090 | 236 585 | 54 % | -3 % |
| POTETER | 2 011 | 2 011 | 2 011 | | 2010 | 2010 | 2010 | | |
| Friske poteter | 69 894 | 28 193 | 98 087 | 71 % | 71 333 | 34 726 | 106 059 | 67 % | 4 % |
| FRUKT | 2 011 | 2 011 | 2 011 | | 2 010 | 2 010 | 2 010 | | |
| Bananer | 0 | 78 221 | 78 221 | 0 % | 0 | 78 486 | 78 486 | | |
| Epler | 5 368 | 51 468 | 56 836 | 9 % | 7 200 | 52 191 | 59 391 | 12 % | -3 % |
| Appelsiner | 0 | 37 489 | 37 489 | 0 % | 0 | 37 730 | 37 730 | | |
| Druer | 0 | 27 178 | 27 178 | 0 % | 0 | 27 751 | 27 751 | | |
| Klementiner | 0 | 26 578 | 26 578 | 0 % | 0 | 29 215 | 29 215 | | |
| Meloner | 0 | 24 378 | 24 378 | 0 % | 0 | 24 371 | 24 371 | | |
| Pærer | 192 | 20 539 | 20 731 | 1 % | 209 | 21 133 | 21 342 | 1 % | |
| Fersken/Nektariner | 0 | 10 428 | 10 428 | 0 % | 0 | 9 810 | 9 810 | | |
| Avokado | 0 | 6 556 | 6 556 | 0 % | 0 | 5 154 | 5 154 | | |
| Ananas | 0 | 6 521 | 6 521 | 0 % | 0 | 6 394 | 6 394 | | |
| Annen frisk frukt | 0 | 6 518 | 6 518 | 0 % | 0 | 5 244 | 5 244 | | |
| Kiwi | 0 | 5 348 | 5 348 | 0 % | 0 | 5 373 | 5 373 | | |
| Sitroner | 0 | 4 758 | 4 758 | 0 % | 0 | 4 478 | 4 478 | | |
| Plommer | 946 | 3 344 | 4 290 | 22 % | 1 067 | 2 692 | 3 759 | 28 % | -6 % |
| Grapefrukt | 0 | 1 219 | 1 219 | 0 % | 0 | 1 333 | 1 333 | | |
| Sum frukt | 6 506 | 315 154 | 321 660 | 2 % | 8 476 | 315 569 | 324 045 | 3 % | -0,6 % |
| BÆR | 2 011 | 2 011 | 2 011 | | 2 010 | 2 010 | 2 010 | | |
| Jordbær | 3 493 | 7 512 | 11 005 | 32 % | 4 323 | 5 746 | 10 069 | 43 % | -11 % |
| Kirsebær/Moreller | 367 | 1 134 | 1 501 | 24 % | 336 | 980 | 1 316 | 26 % | -1 % |
| Bringebær | 729 | 584 | 1 313 | 56 % | 599 | 323 | 922 | 65 % | -9 % |
| Sum Bær | 4 589 | 9 230 | 13 819 | 33 % | 5 257 | 7 049 | 12 306 | 43 % | -9,5 % |
| GRØNNSAKER, POTETER, FRUKT OG BÆR | 2 011 | 2 011 | 2 011 | | 2 010 | 2 010 | 2 010 | | |
| Totalt | 201 421 | 468 489 | 669 910 | 30 % | 212 562 | 466 434 | 678 996 | 31 % | -1 % |

Totaloversikten frukt og grønnsaker 2002 - 2011

Kilder: SSB / FGS / SLF / ØT

Marked i tonn for kommersielt salg (norsk og import), på grossist nivå, av frisk(e) frukt, bær, grønnsaker og poteter i Norge. Sotert etter total mengde 2011.

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.

Det er benyttet et bredt utvalg av kilder for å forbedre datagrunnlaget for 2010 og 2011; noe som gir et brudd i datagrunnlaget i forhold til tidligere år.

Copyright 2012

Sous vide poteter

Sous vide har tidligere ikke blitt tatt med i statistikken da det har blitt betraktet som industribearbejdede produkter. «Sous vide» betyr under trykk; i praksis betyr dette at potetene vakuumpakkes i plast før de varmebehandles til en eksakt temperatur. I og med at denne tilberedningsformen for poteter øker både i storhusholdningen og i privathusholdninger, har vi valgt å innhente statistikk for dette fra 2010 og 2011. Dette volumtallet kommer i tillegg til volumtallet som er registrert for friske poteter.

| 2010 | | | 2011 | | |
|-------|--------|-------|-------|--------|--------|
| Norsk | Import | Total | Norsk | Import | Total |
| 5 773 | 9 047 | 14820 | 6 791 | 6 498 | 13 289 |

Tallene i oversikten er basert på ferdig produsert vare. Dette utgjør 50 % av anvendt råvare av ferske poteter. Både norsk og importert vare er blitt ferdigprodusert i Norge.



Folketall - Kilde SSB

GRØNNSAKER

Gulrot
 Tomat
 Løk
 Agurk
 Isbergsalat, issalat
 Paprika
 Kålrot
 Hodekål
 Brokkoli
 Blomkål
 Sjampinjong
 Annen salat
 Kinakål
 Purre
 Stilkselleri
 Asparges
 Selleri
 Hvitløk
 Rapiersalat
 Rosenkål
 Annen sopp
 Andre friske grønns.

SUM GRØNNSAKER

Vekst fra foregående år

Kilo grønnsaker pr. cap. pr. år

FRUKT

Banener
 Epler
 Appelsiner
 Druer
 Klementiner
 Meloner
 Pærer
 Fersken/Nektariner
 Avokado
 Ananas
 Kiwi
 Sitroner
 Mango
 Plommer
 Grapefrukt
 Annen frisk frukt

SUM FRUKT

Vekst fra foregående år

Kilo frukt pr. cap. pr. år

BÆR

Jordbær
 Kirsebær/Moreller
 Bringebær

SUM BÆR

Vekst fra foregående år

Kilo bær pr. cap. pr. år

SUM GRØNNSAKER, FRUKT OG BÆR

Vekst fra foregående år

Kilo grønnsaker, frukt og bær pr. cap. pr. år

Nøtter og tørket frukt

POTETER

FRISKE POTETER

Vekst fra foregående år

Kilo poteter pr. cap. pr. år

TOTAL

Totalt antall tonn (eksl. tørket frukt og nøtter)

Vekst fra foregående år

Kilo grønnsaker, frukt, bær og poteter pr. cap. pr. år

| 4 524 066 | | | 4 539 887 | | | 4 577 457 | | | 4 640 219 | | |
|----------------|-----------------|-----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Norsk | Import | Total | Norsk | Import | Total | Norsk | Import | Total | Norsk | Import | Total |
| 2002 | 2002 | 2002 | 2003 | 2003 | 2003 | 2004 | 2004 | 2004 | 2005 | 2005 | 2005 |
| 23 605 | 1 312 | 24 917 | 24 232 | 1 494 | 25 726 | 25 922 | 2 579 | 28 501 | 22 891 | 4 563 | 27 454 |
| 9 905 | 15 590 | 25 495 | 9 812 | 17 483 | 27 295 | 10 760 | 18 048 | 28 808 | 11 258 | 19 655 | 30 913 |
| 11 374 | 5 451 | 16 825 | 12 598 | 4 176 | 16 774 | 12 180 | 3 403 | 15 583 | 13 502 | 3 114 | 16 616 |
| 9 673 | 5 289 | 14 962 | 10 227 | 5 556 | 15 783 | 11 416 | 5 494 | 16 910 | 11 094 | 6 329 | 17 423 |
| 3 904 | 6 860 | 10 764 | 3 993 | 7 427 | 11 420 | 4 883 | 7 920 | 12 803 | 5 339 | 7 828 | 13 167 |
| | 9 539 | 9 539 | | 9 750 | 9 750 | 0 | 10 650 | 10 650 | 0 | 11 341 | 11 341 |
| 11 264 | 89 | 11 353 | 8 529 | 1 426 | 9 955 | 10 111 | 49 | 10 160 | 10 100 | 657 | 10 757 |
| 12 042 | 790 | 12 832 | 10 454 | 2 169 | 12 623 | 11 291 | 756 | 12 047 | 9 751 | 812 | 10 563 |
| 3 620 | 4 955 | 8 575 | 4 034 | 5 586 | 9 620 | 4 642 | 5 653 | 10 295 | 2 139 | 5 440 | 7 579 |
| 6 308 | 4 115 | 10 423 | 6 440 | 4 380 | 10 820 | 6 900 | 4 212 | 11 112 | 4 391 | 4 183 | 8 574 |
| 1 600 | 3 248 | 4 848 | 1 250 | 4 049 | 5 299 | 1 068 | 4 374 | 5 442 | 1 023 | 4 393 | 5 416 |
| 231 | 1 186 | 1 417 | 210 | 1 291 | 1 501 | 236 | 1 483 | 1 719 | 2 505 | 1 640 | 4 145 |
| 6 185 | 3 106 | 9 291 | 5 919 | 2 844 | 8 763 | 5 955 | 2 531 | 8 486 | 5 104 | 2 261 | 7 365 |
| 1 533 | 1 719 | 3 252 | 1 682 | 1 714 | 3 396 | 1 768 | 1 730 | 3 498 | 1 893 | 1 883 | 3 776 |
| 576 | 955 | 1 531 | 638 | 927 | 1 565 | 608 | 976 | 1 584 | 721 | 863 | 1 584 |
| 25 | 554 | 579 | 35 | 736 | 771 | 44 | 797 | 841 | 22 | 925 | 947 |
| 573 | 114 | 687 | 617 | 162 | 779 | 479 | 190 | 669 | 563 | 214 | 777 |
| | 707 | 707 | | 720 | 720 | 0 | 742 | 742 | 0 | 735 | 735 |
| 974 | | 974 | 910 | | 910 | 839 | 0 | 839 | 765 | 0 | 765 |
| 291 | 129 | 420 | 297 | 94 | 391 | 388 | 63 | 451 | 448 | 79 | 527 |
| 20 | 308 | 328 | | 307 | 307 | 6 | 280 | 286 | 8 | 262 | 270 |
| 820 | 5 055 | 5 875 | 569 | 5 680 | 6 249 | 852 | 6 172 | 7 024 | 1 549 | 6 318 | 7 867 |
| 104 523 | 71 071 | 175 594 | 102 446 | 77 971 | 180 417 | 110 348 | 78 102 | 188 450 | 105 067 | 83 495 | 188 562 |
| 3,70 % | 1,50 % | 2,79 % | -2,00 % | 9,70 % | 2,75 % | 7,70 % | 0,20 % | 4,45 % | -4,80 % | 6,90 % | 0,06 % |
| | | 38,81 | | | 39,74 | | | 41,17 | | | 40,64 |
| 2002 | 2002 | 2002 | 2003 | 2003 | 2003 | 2004 | 2004 | 2004 | 2005 | 2005 | 2005 |
| | 59 833 | 59 833 | | 63 353 | 63 353 | | 66 211 | 66 211 | 0 | 73 216 | 73 216 |
| 10 408 | 42 110 | 52 518 | 7 731 | 45 531 | 53 262 | 9 533 | 44 208 | 53 741 | 7 306 | 50 632 | 57 938 |
| | 35 198 | 35 198 | | 33 690 | 33 690 | | 38 402 | 38 402 | 0 | 31 182 | 31 182 |
| | 20 988 | 20 988 | | 23 869 | 23 869 | | 24 316 | 24 316 | 0 | 27 813 | 27 813 |
| | 23 016 | 23 016 | | 25 927 | 25 927 | | 23 781 | 23 781 | 0 | 26 046 | 26 046 |
| | 15 363 | 15 363 | | 15 697 | 15 697 | | 16 713 | 16 713 | 0 | 18 334 | 18 334 |
| 684 | 14 763 | 15 447 | 286 | 18 583 | 18 869 | 670 | 18 786 | 19 456 | 320 | 22 601 | 22 921 |
| | 9 481 | 9 481 | | 8 300 | 8 300 | | 8 512 | 8 512 | 0 | 10 079 | 10 079 |
| | 1 755 | 1 755 | | 1 795 | 1 795 | | 2 237 | 2 237 | 0 | 2 467 | 2 467 |
| | 2 619 | 2 619 | | 3 728 | 3 728 | | 4 363 | 4 363 | 0 | 5 539 | 5 539 |
| | 3 122 | 3 122 | | 3 661 | 3 661 | | 3 719 | 3 719 | 0 | 4 448 | 4 448 |
| | 3 515 | 3 515 | | 4 045 | 4 045 | | 4 165 | 4 165 | 0 | 4 126 | 4 126 |
| | | | | | | | | | | | |
| 1 130 | 2 485 | 3 615 | 829 | 3 219 | 4 048 | 1 068 | 2 550 | 3 618 | 892 | 3 360 | 4 252 |
| | 1 238 | 1 238 | | 1 243 | 1 243 | | 1 418 | 1 418 | 0 | 1 325 | 1 325 |
| | 4 882 | 4 882 | | 4 439 | 4 439 | 4 | 4 567 | 4 571 | 204 | 5 475 | 5 679 |
| 12 222 | 240 368 | 252 590 | 8 846 | 257 080 | 265 926 | 11 275 | 263 948 | 275 223 | 8 722 | 286 643 | 295 365 |
| 43,60 % | 0,10 % | 1,60 % | -27,60 % | 7,00 % | 5,30 % | 27,50 % | 2,70 % | 3,50 % | -22,60 % | 8,60 % | 7,30 % |
| | | 55,83 | | | 58,58 | | | 60,13 | | | 63,65 |
| 2002 | 2002 | 2002 | 2003 | 2003 | 2003 | 2004 | 2004 | 2004 | 2005 | 2005 | 2005 |
| 3 602 | 2 364 | 5 966 | 2 985 | 2 669 | 5 654 | 4 825 | 3 498 | 8 323 | 3 522 | 4 110 | 7 632 |
| 306 | 546 | 852 | 273 | 684 | 957 | 432 | 913 | 1 345 | 240 | 1 064 | 1 304 |
| 3 908 | 2 910 | 6 818 | 3 258 | 3 353 | 6 611 | 5 257 | 4 411 | 9 668 | 3 762 | 5 174 | 8 936 |
| 31,10 % | 23,80 % | 27,90 % | -16,60 % | 15,20 % | -3,00 % | 61,40 % | 31,60 % | 46,20 % | -28,40 % | 17,30 % | -7,60 % |
| | | 1,51 | | | 1,46 | | | 2,11 | | | 1,93 |
| 120 653 | 314 349 | 435 002 | 114 550 | 338 404 | 452 954 | 126 880 | 346 461 | 473 341 | 117 551 | 375 312 | 492 863 |
| 7,50 % | 0,60 % | 2,40 % | -5,10 % | 7,70 % | 4,10 % | 10,80 % | 2,40 % | 4,50 % | -7,40 % | 8,30 % | 4,10 % |
| | | 96,15 | | | 99,77 | | | 103,41 | | | 106,22 |
| | 9 439 | 9 439 | | 10 202 | 10 202 | | 11 596 | 11 596 | | 11 553 | 11 553 |
| 2002 | 2002 | 2002 | 2003 | 2003 | 2003 | 2004 | 2004 | 2004 | 2005 | 2005 | 2005 |
| 100 900 | 19 115 | 120 015 | 80 300 | 32 840 | 113 140 | 79 982 | 24 382 | 104 364 | 80 806 | 17 083 | 97 889 |
| -6,26 % | -34,34 % | -12,24 % | -20,42 % | 71,80 % | -5,73 % | -0,40 % | -25,76 % | -7,76 % | 1,03 % | -29,94 % | -6,20 % |
| | | 26,53 | | | 24,92 | | | 22,80 | | | 21,10 |
| 2002 | 2002 | 2002 | 2003 | 2003 | 2003 | 2004 | 2004 | 2004 | 2005 | 2005 | 2005 |
| 221 553 | 333 464 | 555 017 | 194 850 | 371 244 | 566 094 | 206 862 | 370 843 | 577 705 | 198 357 | 392 395 | 590 752 |
| 0,70 % | -2,40 % | -1,20 % | -12,10 % | 11,30 % | 2,00 % | 6,20 % | -0,10 % | 2,10 % | -4,10 % | 5,80 % | 2,30 % |
| | | 122,68 | | | 124,69 | | | 126,21 | | | 127,31 |

| 4 681 100 | | | 4 737 200 | | | 4 799 300 | | | 4 853 745 | | |
|-----------------|----------------|----------------|-----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|
| Norsk | Import | Total | Norsk | Import | Total | Norsk | Import | Total | Norsk | Import | Total |
| 2006 | 2006 | 2006 | 2007 | 2007 | 2007 | 2008 | 2008 | 2008 | 2009 | 2009 | 2009 |
| 21 686 | 5 571 | 27 257 | 22 494 | 5 673 | 28 167 | 26 477 | 6 603 | 33 080 | 25 092 | 6 060 | 31 152 |
| 9 517 | 20 401 | 29 918 | 9 175 | 21 467 | 30 642 | 9 311 | 23 627 | 32 938 | 9 100 | 22 201 | 31 301 |
| 14 091 | 5 831 | 19 922 | 13 590 | 7 791 | 21 381 | 14 010 | 9 084 | 23 094 | 15 656 | 6 271 | 21 927 |
| 11 616 | 7 375 | 18 991 | 13 065 | 6 179 | 19 244 | 13 230 | 6 711 | 19 941 | 13 211 | 6 401 | 19 612 |
| 4 931 | 9 370 | 14 301 | 5 596 | 9 569 | 15 165 | 5 714 | 10 134 | 15 848 | 5 668 | 9 754 | 15 422 |
| 0 | 12 212 | 12 212 | 0 | 13 148 | 13 148 | 0 | 14 091 | 14 091 | 0 | 14 098 | 14 098 |
| 8 969 | 1 678 | 10 647 | 8 811 | 1 360 | 10 171 | 10 262 | 1 264 | 11 526 | 10 800 | 1 028 | 11 828 |
| 10 615 | 1 156 | 11 771 | 10 057 | 1 459 | 11 516 | 10 112 | 1 523 | 11 635 | 10 357 | 1 026 | 11 383 |
| 2 112 | 5 763 | 7 875 | 1 779 | 5 924 | 7 703 | 2 297 | 6 439 | 8 736 | 2 333 | 6 480 | 8 813 |
| 3 913 | 4 382 | 8 295 | 3 745 | 4 287 | 8 032 | 3 967 | 4 776 | 8 743 | 4 210 | 4 600 | 8 810 |
| 930 | 4 833 | 5 763 | 1 040 | 4 481 | 5 521 | 850 | 4 623 | 5 473 | 650 | 4 889 | 5 539 |
| 3 139 | 1 840 | 4 979 | 4 000 | 1 781 | 5 781 | 4 419 | 2 263 | 6 682 | 4 339 | 1 881 | 6 220 |
| 4 333 | 2 181 | 6 514 | 3 707 | 2 176 | 5 883 | 3 543 | 1 854 | 5 397 | 3 426 | 1 689 | 5 115 |
| 1 784 | 1 678 | 3 462 | 1 700 | 1 881 | 3 581 | 1 716 | 1 828 | 3 544 | 1 711 | 1 867 | 3 578 |
| 582 | 1 004 | 1 586 | 538 | 1 076 | 1 614 | 650 | 1 194 | 1 844 | 673 | 1 174 | 1 847 |
| 50 | 992 | 1 042 | 43 | 1 135 | 1 178 | 47 | 1 321 | 1 368 | 58 | 1 257 | 1 315 |
| 530 | 276 | 806 | 575 | 311 | 886 | 630 | 484 | 1 114 | 695 | 504 | 1 199 |
| 0 | 727 | 727 | 0 | 805 | 805 | 0 | 797 | 797 | 0 | 1 837 | 1 837 |
| 685 | 0 | 685 | 645 | 0 | 645 | 554 | 0 | 554 | 614 | 0 | 614 |
| 347 | 48 | 395 | 378 | 71 | 449 | 354 | 50 | 404 | 275 | 52 | 327 |
| 25 | 418 | 443 | 28 | 654 | 682 | 48 | 819 | 867 | 25 | 799 | 824 |
| 2 261 | 7 059 | 9 320 | 2 203 | 9 892 | 12 095 | 2 495 | 9 232 | 11 727 | 2 282 | 8 902 | 11 184 |
| 102 115 | 94 795 | 196 910 | 103 170 | 101 120 | 204 290 | 110 686 | 108 717 | 219 403 | 111 174 | 102 770 | 213 944 |
| -2,80 % | 13,50 % | 4,43 % | 1,00 % | 6,70 % | 3,75 % | 7,30 % | 7,50 % | 7,40 % | 0,40 % | -5,50 % | -2,49 % |
| | | 42,06 | | | 43,12 | | | 45,72 | | | 44,08 |
| 2006 | 2006 | 2006 | 2007 | 2007 | 2007 | 2008 | 2008 | 2008 | 2009 | 2009 | 2009 |
| 0 | 74 632 | 74 632 | 0 | 78 458 | 78 458 | 0 | 83 539 | 83 539 | 0 | 81 239 | 81 239 |
| 9 236 | 49 613 | 58 849 | 6 205 | 55 255 | 61 460 | 9 204 | 52 307 | 61 511 | 6 998 | 52 026 | 59 024 |
| 0 | 37 144 | 37 144 | 0 | 41 039 | 41 039 | 0 | 39 634 | 39 634 | 0 | 37 509 | 37 509 |
| 0 | 25 592 | 25 592 | 0 | 29 163 | 29 163 | 0 | 31 885 | 31 885 | 0 | 29 771 | 29 771 |
| 0 | 26 975 | 26 975 | 0 | 27 220 | 27 220 | 0 | 27 608 | 27 608 | 0 | 26 980 | 26 980 |
| 0 | 20 746 | 20 746 | 0 | 20 916 | 20 916 | 0 | 23 096 | 23 096 | 0 | 23 994 | 23 994 |
| 356 | 19 282 | 19 638 | 292 | 22 744 | 23 036 | 236 | 24 844 | 25 080 | 268 | 21 324 | 21 592 |
| 0 | 10 588 | 10 588 | 0 | 10 076 | 10 076 | 0 | 9 850 | 9 850 | 0 | 10 344 | 10 344 |
| 0 | 2 749 | 2 749 | 0 | 3 220 | 3 220 | 0 | 3 850 | 3 850 | 0 | 4 046 | 4 046 |
| 0 | 6 125 | 6 125 | 0 | 7 357 | 7 357 | 0 | 7 865 | 7 865 | 0 | 6 544 | 6 544 |
| 0 | 4 543 | 4 543 | 0 | 4 599 | 4 599 | 0 | 4 904 | 4 904 | 0 | 5 108 | 5 108 |
| 0 | 4 009 | 4 009 | 0 | 4 080 | 4 080 | 0 | 4 260 | 4 260 | 0 | 4 150 | 4 150 |
| | | | | | | | | | 0 | 3 232 | 3 232 |
| 943 | 2 955 | 3 898 | 981 | 3 388 | 4 369 | 948 | 3 077 | 4 025 | 1 075 | 2 954 | 4 029 |
| 0 | 1 427 | 1 427 | 0 | 1 430 | 1 430 | 0 | 1 476 | 1 476 | 0 | 1 327 | 1 327 |
| 0 | 5 733 | 5 733 | 0 | 7 484 | 7 484 | 0 | 9 380 | 9 380 | 0 | 4 244 | 4 244 |
| 10 535 | 292 113 | 302 648 | 7 478 | 316 429 | 323 907 | 10 389 | 327 575 | 337 964 | 8 340 | 314 792 | 323 132 |
| 20,80 % | 1,90 % | 2,47 % | -29,00 % | 8,30 % | 7,02 % | 38,90 % | 3,50 % | 4,34 % | -19,70 % | -3,90 % | -4,39 % |
| | | 64,65 | | | 68,38 | | | 70,42 | | | 66,57 |
| 2006 | 2006 | 2006 | 2007 | 2007 | 2007 | 2008 | 2008 | 2008 | 2009 | 2009 | 2009 |
| 3 988 | 4 445 | 8 433 | 3 427 | 4 600 | 8 027 | 3 034 | 4 439 | 7 473 | 3 948 | 5 089 | 9 037 |
| 448 | 1 139 | 1 587 | 328 | 1 146 | 1 474 | 402 | 1 010 | 1 412 | 511 | 879 | 1 390 |
| 340 | 71 | 411 | 391 | 198 | 589 | 552 | 201 | 753 | 775 | 221 | 996 |
| 4 776 | 5 655 | 10 431 | 4 146 | 5 944 | 10 090 | 3 988 | 5 650 | 9 638 | 5 234 | 6 189 | 11 423 |
| 27,00 % | 9,30 % | 16,73 % | -13,20 % | 5,10 % | -3,27 % | -3,80 % | -4,90 % | -4,48 % | 31,20 % | 9,50 % | 18,52 % |
| | | 2,23 | | | 2,13 | | | 2,01 | | | 2,35 |
| 117 425 | 392 563 | 509 988 | 114 794 | 423 493 | 538 287 | 125 062 | 441 942 | 567 004 | 124 748 | 423 751 | 548 499 |
| -0,10 % | 4,60 % | 3,47 % | -2,20 % | 7,90 % | 5,55 % | 8,95 % | 4,36 % | 5,34 % | -0,25 % | -4,12 % | -3,26 % |
| | | 108,95 | | | 113,63 | | | 118,14 | | | 113,01 |
| | 11 740 | 11 740 | | 13 451 | 13 451 | | 12 759 | 12 759 | | 13 243 | 13 243 |
| 2006 | 2006 | 2006 | 2007 | 2007 | 2007 | 2008 | 2008 | 2008 | 2009 | 2009 | 2009 |
| 70 729 | 20 083 | 90 812 | 73 676 | 18 931 | 92 607 | 70 674 | 26 851 | 97 525 | 82 807 | 18 125 | 100 932 |
| -12,47 % | 17,56 % | -7,23 % | 4,17 % | -5,74 % | 1,98 % | -4,08 % | 41,84 % | 5,31 % | 17,17 % | -32,50 % | 3,49 % |
| | | 19,40 | | | 19,55 | | | 20,32 | | | 20,79 |
| 2006 | 2006 | 2006 | 2007 | 2007 | 2007 | 2008 | 2008 | 2008 | 2009 | 2009 | 2009 |
| 188 154 | 412 646 | 600 800 | 188 470 | 442 424 | 630 894 | 195 736 | 468 793 | 664 529 | 207 555 | 441 876 | 649 431 |
| -5,10 % | 5,20 % | 1,70 % | 0,20 % | 7,20 % | 5,01 % | 3,90 % | 6,00 % | 5,33 % | 6,00 % | -5,07 % | -2,27 % |
| | | 128,35 | | | 133,18 | | | 138,46 | | | 133,80 |

| 4 908 100 | | | 4 973 029 | | | Vekst i % 2010-2011 | Gjennomsnittlig årlig vekst pr. produkt fra 2002 til 2011 i % | Kilo pr. capita pr. år i 2011 |
|-----------------|----------------|----------------|-----------------|-----------------|----------------|------------------------|------------------------------------------------------------------|----------------------------------|
| Norsk | Import | Total | Norsk | Import | Total | | | |
| 2010 | 2010 | 2010 | 2011 | 2011 | 2011 | | | |
| 31 697 | 5 192 | 36 889 | 28 530 | 6 853 | 35 383 | -4,08 % | 3,97 % | 7,11 |
| 11 092 | 21 502 | 32 594 | 9 335 | 23 903 | 33 238 | 1,98 % | 2,99 % | 6,68 |
| 16 193 | 10 688 | 26 881 | 17 649 | 9 303 | 26 952 | 0,26 % | 5,38 % | 5,42 |
| 15 637 | 6 301 | 21 938 | 15 868 | 7 211 | 23 079 | 5,20 % | 4,93 % | 4,64 |
| 7 587 | 10 160 | 17 746 | 6 229 | 10 062 | 16 291 | -8,20 % | 4,71 % | 3,28 |
| 257 | 14 239 | 14 496 | 323 | 15 520 | 15 843 | 9,29 % | 5,80 % | 3,19 |
| 10 088 | 1 727 | 11 815 | 9 648 | 1 773 | 11 421 | -3,33 % | 0,07 % | 2,30 |
| 9 789 | 1 457 | 11 245 | 9 728 | 885 | 10 613 | -5,62 % | -2,09 % | 2,13 |
| 2 766 | 6 787 | 9 553 | 2 950 | 7 643 | 10 593 | 10,88 % | 2,38 % | 2,13 |
| 4 392 | 5 172 | 9 564 | 4 401 | 5 607 | 10 008 | 4,64 % | -0,45 % | 2,01 |
| 438 | 5 832 | 6 270 | 74 | 6 507 | 6 581 | 4,95 % | 3,45 % | 1,32 |
| 5 288 | 1 939 | 7 227 | 5 044 | 674 | 5 718 | -20,87 % | 16,77 % | 1,15 |
| 3 873 | 1 696 | 5 568 | 3 852 | 1 329 | 5 181 | -6,96 % | -6,28 % | 1,04 |
| 1 718 | 1 905 | 3 622 | 1 436 | 1 947 | 3 383 | -6,62 % | 0,44 % | 0,68 |
| 797 | 1 314 | 2 111 | 582 | 1 341 | 1 923 | -8,88 % | 2,57 % | 0,39 |
| 45 | 1 384 | 1 430 | 41 | 1 736 | 1 777 | 24,28 % | 13,27 % | 0,36 |
| 884 | 593 | 1 477 | 858 | 715 | 1 573 | 6,47 % | 9,64 % | 0,32 |
| 0 | 1 253 | 1 253 | 0 | 1 126 | 1 126 | -10,14 % | 5,31 % | 0,23 |
| 1 440 | 0 | 1 440 | 981 | 0 | 981 | -31,87 % | 0,08 % | 0,20 |
| 483 | 84 | 566 | 512 | 56 | 568 | 0,29 % | 3,41 % | 0,11 |
| 28 | 391 | 420 | 14 | 331 | 345 | -17,74 % | 0,56 % | 0,07 |
| 3 004 | 9 476 | 12 480 | 2 376 | 11 390 | 13 766 | 10,30 % | 9,92 % | 2,77 |
| 127 495 | 109 090 | 236 585 | 120 432 | 115 912 | 236 344 | -0,10 % | 3,36 % | 47,53 |
| 14,70 % | 6,10 % | 10,58 % | -5,50 % | 6,30 % | -0,10 % | | | |
| | | 48,20 | | | 47,53 | -1,41 % | 2,28 % | |
| 2010 | 2010 | 2010 | 2011 | 2011 | 2011 | | | |
| 0 | 78 486 | 78 486 | 0 | 78 221 | 78 221 | -0,34 % | 3,02 % | 15,73 |
| 7 200 | 52 191 | 59 391 | 5 368 | 51 468 | 56 836 | -4,30 % | 0,88 % | 11,43 |
| 0 | 37 730 | 37 730 | 0 | 37 489 | 37 489 | -0,64 % | 0,70 % | 7,54 |
| 0 | 27 751 | 27 751 | 0 | 27 178 | 27 178 | -2,06 % | 2,91 % | 5,47 |
| 0 | 29 215 | 29 215 | 0 | 26 578 | 26 578 | -9,03 % | 1,61 % | 5,34 |
| 0 | 24 371 | 24 371 | 0 | 24 378 | 24 378 | 0,03 % | 5,26 % | 4,90 |
| 209 | 21 133 | 21 342 | 192 | 20 539 | 20 731 | -2,86 % | 3,32 % | 4,17 |
| 0 | 9 810 | 9 810 | 0 | 10 428 | 10 428 | 6,30 % | 1,06 % | 2,10 |
| 0 | 5 154 | 5 154 | 0 | 6 556 | 6 556 | 27,20 % | 15,77 % | 1,32 |
| 0 | 6 394 | 6 394 | 0 | 6 521 | 6 521 | 1,99 % | 10,67 % | 1,31 |
| 0 | 5 373 | 5 373 | 0 | 5 348 | 5 348 | -0,47 % | 6,16 % | 1,08 |
| 0 | 4 478 | 4 478 | 0 | 4 758 | 4 758 | 6,25 % | 3,42 % | 0,96 |
| 0 | 4 214 | 4 214 | 0 | 4 611 | 4 611 | 9,42 % | N/A | 0,93 |
| 1 067 | 2 692 | 3 759 | 946 | 3 344 | 4 290 | 14,13 % | 1,92 % | 0,86 |
| 0 | 1 333 | 1 333 | 0 | 1 219 | 1 219 | -8,55 % | -0,17 % | 0,25 |
| 0 | 5 244 | 5 244 | 0 | 6 518 | 6 518 | 24,29 % | 3,26 % | 1,31 |
| 8 476 | 315 569 | 324 045 | 6 506 | 315 154 | 321 660 | -0,74 % | 2,72 % | 64,68 |
| -18,40 % | -3,70 % | -4,12 % | -22,00 % | 0,10 % | -0,74 % | | | |
| | | 66,02 | | | 64,68 | -2,03 % | 1,65 % | |
| 2010 | 2010 | 2010 | 2011 | 2011 | 2011 | | | |
| 4 323 | 5 746 | 10 069 | 3 493 | 7 512 | 11 005 | 9,30 % | 7,04 % | 2,21 |
| 336 | 980 | 1 316 | 367 | 1 134 | 1 501 | 14,08 % | 6,49 % | 0,30 |
| 599 | 323 | 922 | 729 | 584 | 1 313 | 42,41 % | N/A | 0,26 |
| 5 257 | 7 049 | 12 306 | 4 589 | 9 230 | 13 819 | 12,29 % | 8,11 % | 2,78 |
| 31,80 % | 24,80 % | 27,69 % | -12,30 % | 49,10 % | 12,29 % | | | |
| | | 2,51 | | | 2,78 | 10,83 % | 7,03 % | |
| 141 229 | 431 708 | 572 937 | 131 527 | 440 296 | 571 823 | -0,19 % | 3,09 % | 114,98 |
| 12,93 % | -2,32 % | 1,05 % | 5,43 % | 3,90 % | -0,19 % | | | |
| | | 116,73 | | | 114,98 | -1,50 % | 2,01 % | |
| 0 | 13 283 | 13 283 | 0 | 12 283 | 12 283 | -7,53 % | 2,97 % | |
| 2010 | 2010 | 2010 | 2011 | 2011 | 2011 | | | |
| 71 333 | 34 726 | 106 059 | 69 894 | 28 193 | 98 087 | -7,52 % | -2,2 % | 19,72 |
| -13,86 % | 91,59 % | 5,08 % | -2,02 % | -18,81 % | -7,52 % | | | |
| | | 21,61 | | | 19,72 | -8,72 % | -3,24 % | |
| 2010 | 2010 | 2010 | 2011 | 2011 | 2011 | | | |
| 212 562 | 466 434 | 678 996 | 201 421 | 468 489 | 669 910 | -1,34 % | 2,11 % | 134,71 |
| 8,60 % | -0,50 % | 2,18 % | -3,00 % | 6,00 % | -1,34 % | | | |
| | | 138,34 | | | 134,70 | -2,63 % | 1,04 % | |

Topp 50 importland

– frukt og grønnsaker i mengde (tonn) og verdi (1000 kroner). Sortert etter mengde 2010

Tabellen viser import av friske varer under kapitlene 07.01-07.09 og 08.01-08.10. Sortert etter mengde 2011.

Kilde: SSB/FGS

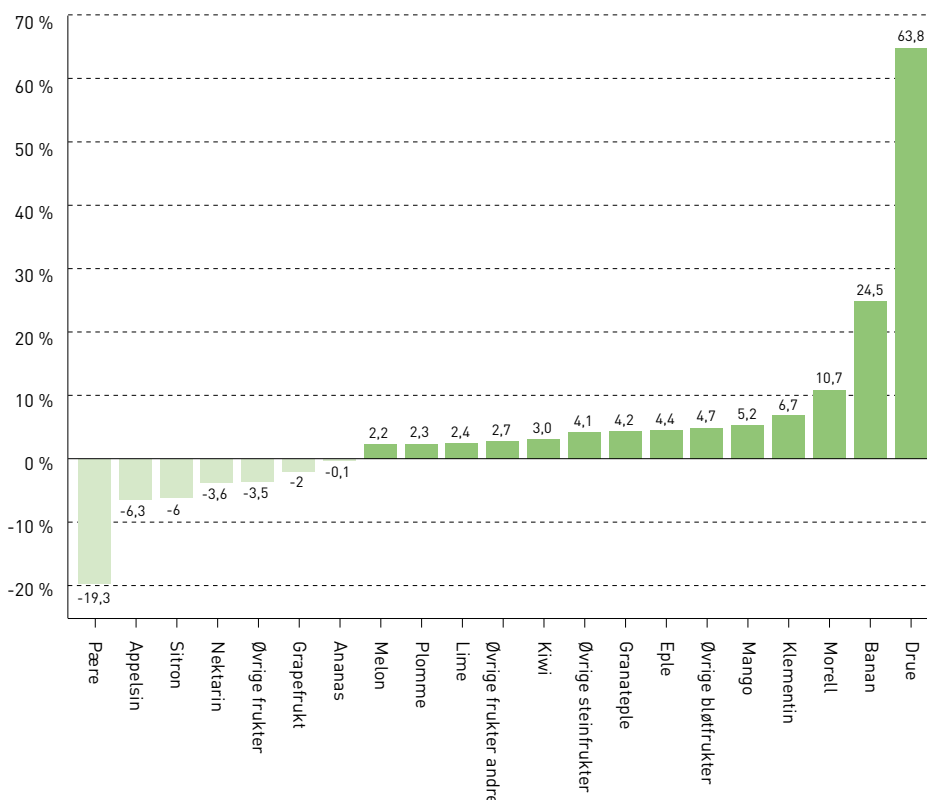
| | 2010 | | 2011 | | Verdiendring fra '10 - '11 | Andel total mengde | Andel total verdi |
|----------------------------|--------------------|---------------------|--------------------|---------------------|-------------------------------|-----------------------|----------------------|
| | Mengde tonn | VERDI (1000 NOK) | Mengde tonn | VERDI (1000 NOK) | | | |
| Spania | 123 556 | 1 344 085 | 129 385 | 1 290 984 | -4,0 % | 26,5 % | 23,5 % |
| Italia | 47 794 | 497 237 | 50 445 | 511 731 | 2,9 % | 10,3 % | 9,3 % |
| Nederland | 41 989 | 612 701 | 45 158 | 602 367 | -1,7 % | 9,2 % | 11,0 % |
| Ecuador | 27 726 | 172 741 | 33 131 | 218 137 | 26,3 % | 6,8 % | 4,0 % |
| Costa Rica | 31 117 | 194 869 | 32 790 | 210 939 | 8,2 % | 6,7 % | 3,8 % |
| Frankrike | 13 932 | 132 673 | 17 204 | 150 792 | 13,7 % | 3,5 % | 2,8 % |
| Sør-Afrika | 18 386 | 270 586 | 17 152 | 267 570 | -1,1 % | 3,5 % | 4,9 % |
| Danmark | 22 836 | 64 949 | 16 216 | 56 472 | -13,1 % | 3,3 % | 1,0 % |
| Belgia | 14 685 | 217 752 | 14 228 | 223 712 | 2,7 % | 2,9 % | 4,1 % |
| Israel | 14 116 | 121 489 | 12 324 | 123 949 | 2,0 % | 2,5 % | 2,3 % |
| Chile | 10 412 | 157 868 | 11 677 | 188 334 | 19,3 % | 2,4 % | 3,4 % |
| Panama | 10 833 | 71 947 | 10 413 | 63 591 | -11,6 % | 2,1 % | 1,2 % |
| Brasil | 8 668 | 120 802 | 9 048 | 135 765 | 12,4 % | 1,9 % | 2,5 % |
| Argentina | 9 641 | 81 361 | 8 795 | 85 452 | 5,0 % | 1,8 % | 1,6 % |
| U S A | 9 341 | 233 319 | 8 426 | 240 107 | 2,9 % | 1,7 % | 4,4 % |
| Colombia | 14 857 | 96 853 | 7 787 | 55 985 | -42,2 % | 1,6 % | 1,0 % |
| Polen | 7 041 | 83 088 | 7 170 | 85 185 | 2,5 % | 1,5 % | 1,6 % |
| New Zealand | 7 347 | 67 889 | 7 149 | 79 744 | 17,5 % | 1,5 % | 1,5 % |
| Peru | 4 800 | 101 730 | 6 077 | 131 133 | 28,9 % | 1,2 % | 2,4 % |
| Tyrkia | 3 951 | 87 206 | 4 102 | 87 557 | 0,4 % | 0,8 % | 1,6 % |
| Storbritannia | 4 097 | 18 737 | 3 904 | 21 624 | 15,4 % | 0,8 % | 0,4 % |
| Saudi-Arabia | 3 518 | 14 935 | 3 618 | 15 804 | 5,8 % | 0,7 % | 0,3 % |
| Egypt | 4 760 | 52 935 | 3 227 | 42 821 | -19,1 % | 0,7 % | 0,8 % |
| Marokko | 4 410 | 40 249 | 3 077 | 45 846 | 13,9 % | 0,6 % | 0,8 % |
| Hellas | 2 386 | 28 299 | 2 527 | 27 612 | -2,4 % | 0,5 % | 0,5 % |
| Portugal | 1 953 | 46 032 | 2 451 | 64 920 | 41,0 % | 0,5 % | 1,2 % |
| Kina | 3 141 | 55 081 | 1 932 | 39 769 | -27,8 % | 0,4 % | 0,7 % |
| Kypros | 1 306 | 8 208 | 1 705 | 9 046 | 10,2 % | 0,3 % | 0,2 % |
| India | 2 019 | 59 138 | 1 642 | 60 198 | 1,8 % | 0,3 % | 1,1 % |
| Den Dominikanske Republikk | 1 659 | 17 009 | 1 622 | 15 079 | -11,3 % | 0,3 % | 0,3 % |
| Australia | 1 683 | 24 370 | 1 299 | 17 605 | -27,8 % | 0,3 % | 0,3 % |
| Kenya | 1 084 | 35 310 | 1 209 | 36 353 | 3,0 % | 0,2 % | 0,7 % |
| Vietnam | 1 253 | 47 624 | 1 148 | 55 756 | 17,1 % | 0,2 % | 1,0 % |
| Tyskland | 1 856 | 18 544 | 1 137 | 13 500 | -27,2 % | 0,2 % | 0,2 % |
| Honduras | 896 | 7 792 | 1 115 | 9 588 | 23,0 % | 0,2 % | 0,2 % |
| Litauen | 655 | 9 257 | 922 | 13 480 | 45,6 % | 0,2 % | 0,2 % |
| Mexico | 465 | 18 154 | 862 | 29 916 | 64,8 % | 0,2 % | 0,5 % |
| Østerrike | 351 | 2 516 | 783 | 6 516 | 159,0 % | 0,2 % | 0,1 % |
| Sverige | 2 486 | 26 508 | 763 | 17 844 | -32,7 % | 0,2 % | 0,3 % |
| Pakistan | 706 | 12 255 | 739 | 13 361 | 9,0 % | 0,2 % | 0,2 % |
| Ungarn | 902 | 10 264 | 729 | 8 406 | -18,1 % | 0,1 % | 0,2 % |
| Thailand | 827 | 31 007 | 683 | 27 191 | -12,3 % | 0,1 % | 0,5 % |
| Guatemala | 346 | 15 108 | 608 | 28 982 | 91,8 % | 0,1 % | 0,5 % |
| Filippinene | 521 | 4 787 | 453 | 7 636 | 59,5 % | 0,1 % | 0,1 % |
| Iran | 167 | 3 609 | 372 | 6 121 | 69,6 % | 0,1 % | 0,1 % |
| Uruguay | 486 | 4 796 | 323 | 6 554 | 36,6 % | 0,1 % | 0,1 % |
| Bolivia | 134 | 4 860 | 237 | 11 375 | 134,1 % | 0,0 % | 0,2 % |
| Libanon | 86 | 2 201 | 221 | 5 738 | 160,7 % | 0,0 % | 0,1 % |
| Zimbabwe | 168 | 8 109 | 174 | 7 701 | -5,0 % | 0,0 % | 0,1 % |
| Latvia | 74 | 3 174 | 139 | 6 145 | 93,6 % | 0,0 % | 0,1 % |
| SUM | 487 428 291 | 5 362 014 | 488 298 234 | 5 481 991 | 2,2 % | 100,0 % | 100,0 % |

Produkter som bidrar til forbruksveksten

FRUKT – VEKST OG NEDGANG I PROSENT

Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2011. Tallene er inkl. 14% mva.

Totalt økte frukt ut av butikk med 101 millioner fra 2010 til 2011. Grafen viser varegruppene sin andel av denne veksten oppgitt i %.



BÆR

Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2011. Tallene er inkl. 14% mva.

Totalt økte bær ut av butikk med 155 millioner fra 2010 til 2011.

Tabellen viser de bær med størst økning i verdi og deres verdiøkning. Tall i 1000 NOK.

| Bær | Verdiøkning |
|-----------|-------------|
| Blåbær | 63 349 |
| Jordbær | 58 909 |
| Bringebær | 33 327 |
| Tyttebær | 494 |

POTETER

Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2011. Tallene er inkl. 14% mva.

Totalt økte poteter ut av butikk med 51 millioner fra 2010 til 2011.

Poteter – økning i verdi

Tabellen viser de poteter med størst økning i verdi og deres verdiøkning. Tall i 1000 NOK.

| Poteter | Verdiøkning |
|----------------|-------------|
| Øvrige poteter | 57 658 |
| Pimpernell | 4 554 |
| Asterix | 953 |
| Bakepotet | 606 |

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

Poteter – nedgang i verdi

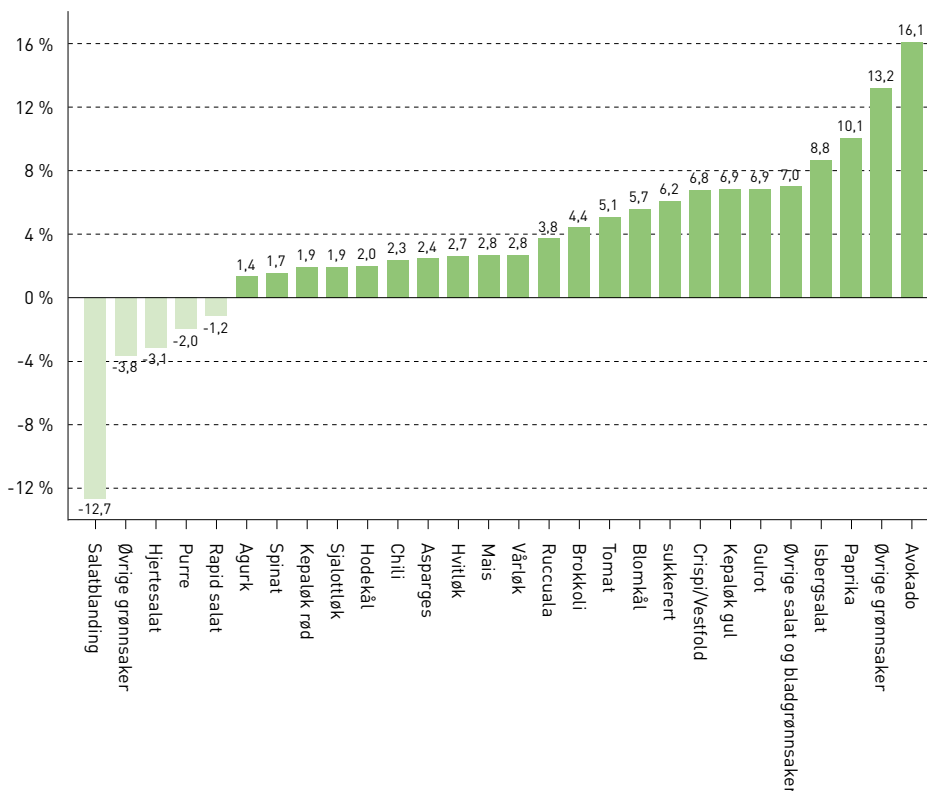
Tabellen viser de poteter med størst nedgang i verdi og deres verdinedgang. Tall i 1000 NOK.

| Poteter | Verdinedgang |
|----------------|--------------|
| Beate | -5 634 |
| Mandelpotet | -4 153 |
| Kerrs pink | -835 |
| Laila | -575 |
| Folva | -453 |
| Ringerikspotet | -140 |

GRØNNSAKER – VEKST OG NEDGANG I PROSENT

Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2011. Tallene er inkl. 14% mva.

Totalt økte grønnsaker ut av butikk med 409 millioner fra 2010 til 2011. Grafen viser varegruppene sin andel av denne veksten oppgitt i %.





Denne tabellen viser verdiandel og salg pr. varegruppe, samt endringen fra 2010 til 2011. Tallene er inkl. 14% mva. og er oppgitt i 1000 NOK.

Grønnsaker eks. poteter

| | Verdiandel | Salg i verdi (1000 NOK) | Endring i % fra 2010 til 2011 |
|---------------------------------------|--------------|-------------------------|-------------------------------|
| Grønnsaker totalt eks. poteter | 100 % | 6 601 412 | 6,6 % |
| Grønnsaksfrukter | 40,7 % | 2 687 843 | 5,6 % |
| Kålvekster | 12,1 % | 798 496 | 6,4 % |
| Salat og bladgrønnsaker | 14,9 % | 983 483 | 5,0 % |
| Løk og purrevekster | 10,1 % | 666 490 | 9,9 % |
| Rotvekster | 11,5 % | 760 522 | 6,1 % |
| Frø og belgvekster | 3,0 % | 199 469 | 22,8 % |
| Friske urter | 2,1 % | 138 392 | 11,4 % |
| Sopp | 2,5 % | 161 870 | 5,2 % |
| Stengelvekster | 2,1 % | 135 648 | 10,4 % |
| Øvrige grønnsaker, uregistrert type | 1,0 % | 69 201 | -6,2 % |

| | | | |
|-------------------------|------------------|--------------|---------|
| Grønnsaksfrukter | 2 687 843 | 5,6 % | |
| Tomat | 43,2 % | 1 162 490 | 1,8 % |
| Agurk | 24,9 % | 668 487 | 0,9 % |
| Paprika | 18,4 % | 493 809 | 9,1 % |
| Avokado | 9,6 % | 257 844 | 34,4 % |
| Squash | 1,8 % | 49 510 | 3,6 % |
| Chili | 1,3 % | 35 575 | 35,3 % |
| Aubergine | 0,5 % | 14 020 | 3,2 % |
| Artisjokk | 0,1 % | 1 659 | -58,4 % |
| Grønnsaksfrukter øvrige | 0,2 % | 4 449 | 5,5 % |

| | | | |
|-------------------|----------------|--------------|---------|
| Kålvekster | 798 496 | 6,4 % | |
| Brokkoli | 32,9 % | 262 784 | 7,3 % |
| Blomkål | 26,6 % | 212 657 | 12,3 % |
| Kålrot | 14,5 % | 116 003 | -1,0 % |
| Hodekål | 13,3 % | 106 399 | 8,5 % |
| Kinakål | 8,8 % | 70 481 | -1,2 % |
| Rosenkål | 3,1 % | 24 504 | 7,4 % |
| Kålvekster øvrige | 0,7 % | 5 668 | -15,3 % |

| | | | |
|--------------------------------|----------------|--------------|---------|
| Salat og bladgrønnsaker | 983 483 | 5,0 % | |
| Isbergsalat | 38,7 % | 380 677 | 10,5 % |
| Crispi/vestfold | 12,3 % | 120 948 | 29,8 % |
| Salatblanding | 11,0 % | 107 921 | -32,6 % |
| Rucculasalat | 7,8 % | 76 430 | 25,8 % |
| Hjertesalat | 6,9 % | 68 058 | -15,7 % |
| Rapidsalat | 5,0 % | 49 384 | -8,9 % |
| Spinat | 2,7 % | 26 745 | 34,1 % |
| Lollosalat | 1,4 % | 14 077 | -10,9 % |
| Romano | 0,9 % | 8 875 | 119,2 % |
| Riviera | 0,7 % | 7 309 | -21,7 % |
| Frise | 0,4 % | 3 771 | 46,9 % |
| Ekebladsalat | 0,3 % | 2 580 | -20,4 % |
| Salat og bladgrønnsaker øvrige | 11,9 % | 116 708 | 32,6 % |

| | | | |
|----------------------------|----------------|--------------|---------|
| Løk og purrevekster | 666 490 | 9,9 % | |
| Kepaløk gul | 39,4 % | 262 629 | 12,1 % |
| Kepaløk rød | 15,6 % | 103 960 | 7,9 % |
| Vårløk | 12,5 % | 83 185 | 16,1 % |
| Hvitløk | 10,8 % | 72 301 | 18,0 % |
| Sjalottløk | 8,2 % | 54 347 | 16,7 % |
| Purre | 9,4 % | 62 630 | -11,7 % |
| Løk og purrevekster øvrige | 4,1 % | 27 439 | 7,7 % |

| | | | |
|-------------------|----------------|--------------|--------|
| Rotvekster | 760 522 | 6,1 % | |
| Gulrot | 85,5 % | 650 180 | 4,6 % |
| Sellerirot | 5,0 % | 37 865 | 13,1 % |
| Persillerot | 2,2 % | 16 564 | 27,9 % |
| Ingefærrot | 2,0 % | 15 158 | 15,2 % |
| Reddik | 1,4 % | 10 917 | -2,1 % |
| Neper | 1,3 % | 9 863 | 14,4 % |
| Rotvekster øvrige | 2,6 % | 19 974 | 29,0 % |

| | | | |
|---------------------------|----------------|---------------|---------|
| Frø og belgvekster | 199 469 | 22,8 % | |
| Sukkerert | 74,3 % | 148 240 | 20,7 % |
| Mais | 19,5 % | 38 990 | 41,5 % |
| Bønner | 3,9 % | 7 867 | 11,9 % |
| Spirer | 2,2 % | 4 344 | -10,3 % |
| Frø og belgvekster øvrige | 0,0 % | 29 | -65,2 % |

| | | | |
|---------------------|----------------|---------------|--------|
| Friske urter | 138 392 | 11,4 % | |
| Basilikum | 19,4 % | 26 795 | 13,1 % |
| Kruspersille | 15,4 % | 21 286 | 3,1 % |
| Dill | 13,9 % | 19 220 | 3,0 % |
| Koriander | 8,8 % | 12 132 | 30,4 % |
| Gressløk | 7,1 % | 9 823 | 13,9 % |
| Timian | 4,7 % | 6 436 | 23,2 % |
| Rosmarin | 3,8 % | 5 328 | 19,9 % |
| Sitronmelisse | 3,6 % | 5 002 | 10,7 % |
| Bladpersille | 3,2 % | 4 436 | 13,0 % |
| Mynte | 2,2 % | 3 057 | 35,5 % |
| Oregano | 1,3 % | 1 852 | 17,5 % |
| Urter øvrige | 16,6 % | 23 025 | 7,5 % |

| | | | |
|--------------|----------------|--------------|--------|
| Sopp | 161 870 | 5,2 % | |
| Sjampinjong | 82,9 % | 134 123 | 2,3 % |
| Kantarell | 8,5 % | 13 694 | 19,6 % |
| Aromasopp | 4,8 % | 7 826 | 26,5 % |
| Oesterrisopp | 1,6 % | 2 514 | -4,9 % |
| Sopp øvrige | 2,3 % | 3 713 | 45,1 % |

| | | | |
|-----------------------|----------------|---------------|--------|
| Stengelvekster | 135 648 | 10,4 % | |
| Asparges | 60,5 % | 82 033 | 13,4 % |
| Stangselleri | 32,9 % | 44 674 | 3,5 % |
| Fennikel | 5,6 % | 7 646 | 26,5 % |
| Stengelvekster øvrige | 1,0 % | 1 295 | -2,5 % |

Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2011.



Disse tabellene viser verdiandel og salg pr. varegruppe, samt endringen fra 2010 til 2011. Tallene er inkl. 14% mva. og er oppgitt i 1000 NOK.

Frukt og bær

| | Verdiandel | Salg i verdi (1000 nok) | Endring i % fra 2010 til 2011 |
|----------------------------|--------------|-------------------------|-------------------------------|
| Frukt og bær totalt | 100 % | 5 706 308 | 4,7 % |
| Bløtfrukter | 41,5 % | 2 368 352 | 4,4 % |
| Kjernefrukter | 20,3 % | 1 158 177 | -1,2 % |
| Sitrusfrukter | 16,2 % | 923 767 | -0,6 % |
| Steinfrukter | 7,6 % | 434 128 | 5,1 % |
| Bær | 13,7 % | 779 239 | 24,8 % |
| Frukter øvrige | 0,7 % | 42 644 | 3,1 % |
| Bløtfrukter | | 2 368 352 | 4,4 % |
| Drue | 40,5 % | 959 287 | 7,2 % |
| Banan | 40,1 % | 950 201 | 2,7 % |
| Melon | 10,8 % | 254 941 | 0,9 % |
| Kiwi | 5,6 % | 132 101 | 2,4 % |
| Ananas | 2,1 % | 50 678 | -1,4 % |
| Bløtfrukter øvrige | 0,9 % | 21 144 | 29,3 % |
| Kjernefrukter | | 1 158 177 | -1,2 % |
| Eple | 78,4 % | 907 756 | 0,5 % |
| Pære | 21,5 % | 249 583 | -7,3 % |
| Kjernefrukter øvrige | 0,1 % | 839 | 129,6 % |
| Sitrusfrukter | | 923 767 | -0,6 % |
| Appelsin | 47,5 % | 438 590 | -1,5 % |
| Klementin | 41,7 % | 385 467 | 1,8 % |
| Sitron | 5,9 % | 54 345 | -10,0 % |
| Lime | 3,2 % | 29 822 | 8,9 % |
| Grapefrukt | 1,6 % | 14 512 | -12,6 % |
| Sitrusfrukter øvrige | 0,1 % | 1 031 | 6,1 % |
| Steinfrukter | | 434 128 | 5,1 % |
| Nektarin | 32,1 % | 139 494 | -2,5 % |
| Plomme | 22,4 % | 97 111 | 2,5 % |
| Morell | 19,2 % | 83 343 | 15,1 % |
| Mango | 18,9 % | 82 069 | 6,9 % |
| Fersken | 3,5 % | 15 323 | 12,2 % |
| Steinfrukter øvrige | 3,9 % | 16 788 | 33,5 % |
| Bær | | 779 239 | 24,8 % |
| Jordbær | 64,5 % | 502 340 | 13,3 % |
| Blåbær | 17,0 % | 132 495 | 91,6 % |
| Bringebær | 16,8 % | 131 024 | 34,1 % |
| Tyttebær | 0,5 % | 4 034 | 14,0 % |
| Bær øvrige | 1,2 % | 9 348 | -11,7 % |
| Frukter øvrige | | 42 644 | 3,1 % |
| Granateple | 20,5 % | 8 743 | 98,1 % |
| Pasjonsfrukt | 9,7 % | 4 134 | 16,1 % |
| Kokosnøtt | 2,3 % | 994 | -1,2 % |
| Pitahaya | 1,2 % | 518 | -0,1 % |
| Mangostan | 0,3 % | 148 | -32,9 % |
| Kaktusfiken | 0,1 % | 53 | -11,5 % |
| Øvrige frukter andre | 65,8 % | 28 057 | -11,1 % |

Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2011.

Poteter

| | Verdiandel | Salg i verdi (1000 NOK) | Endring i % fra 2010 til 2011 |
|-----------------------|--------------|-------------------------|-------------------------------|
| Poteter totalt | 100 % | 1 234 564 | 4,4 % |
| Mandelpotet | 10,7 % | 132 414 | -3,0 % |
| Beate | 3,6 % | 43 880 | -11,4 % |
| Asterix | 2,7 % | 32 894 | 3,0 % |
| Pimprenell | 1,9 % | 23 508 | 24,0 % |
| Bakepotet | 1,4 % | 16 879 | 3,7 % |
| Kerrs pink | 1,1 % | 13 197 | -5,9 % |
| Folva | 0,3 % | 3 889 | -10,4 % |
| Ringerikspotet | 0,1 % | 925 | -13,2 % |
| Laila | 0,0 % | 285 | -66,8 % |
| Poteter øvrige * | 78,3 % | 966 693 | 6,3 % |

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

Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2011.



Denne tabellen viser verdiandel og salg pr. segment, samt endringen fra 2010 til 2011. Tallene er inkludert 14% mva. og er oppgitt i 1000 NOK.

Total grønnsaker, frukt, bær og poteter

| | Verdiandel | Salg i verdi (1000 NOK) | Endring i % fra 2010 til 2011 |
|------------------------------------------------|--------------|-------------------------|-------------------------------|
| Total grønnsaker, frukt, bær og poteter | 100 % | 13 542 285 | 5,6 % |
| Grønnsaker | 48,7 % | 6 601 412 | 6,6 % |
| Poteter | 9,1 % | 1 234 564 | 4,4 % |
| Frukt | 36,4 % | 4 927 068 | 2,1 % |
| Bær | 5,8 % | 779 239 | 24,8 % |

Kilde: Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2011

Denne tabellen viser andelen grønnsaker /poteter og frukt/bær av total dagligvare omsetning . Salg i verdi. Tallene er inkl. 14 % mva. Og er oppgitt i millioner NOK.

| DISTRIKTER | 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 | F&G pr. capita i kr. |
|---------------------|------------------------|--------------|---------------------|---------------------------------------|-------------------------------|------------------|---------------------------|------------------|----------------------|
| Norge totalt | 163 837 | 5 706 | 7 835 | 13 541 | 8,3 % | 3,5 % | 4,8 % | 4 973 029 | Kr 2 723 |
| Østre Østland | 37 100 | 1 281 | 1 790 | 3 071 | 8,3 % | 3,5 % | 4,8 % | 1 211 200 | Kr 2 536 |
| Vest-Norge | 35 528 | 1 330 | 1 740 | 3 070 | 8,6 % | 3,7 % | 4,9 % | 1 038 671 | Kr 2 956 |
| Vestre Østland | 32 198 | 1 139 | 1 563 | 2 702 | 8,4 % | 3,5 % | 4,9 % | 955 123 | Kr 2 829 |
| Midt-Norge | 24 069 | 784 | 1 038 | 1 822 | 7,6 % | 3,3 % | 4,3 % | 686 544 | Kr 2 654 |
| Nord-Norge | 17 219 | 527 | 760 | 1 287 | 7,5 % | 3,1 % | 4,4 % | 473 000 | Kr 2 721 |
| Oslo | 17 724 | 642 | 944 | 1 586 | 8,9 % | 3,6 % | 5,3 % | 611 491 | Kr 2 594 |

Kilder:

Nielsen Scan*Track Dagligvare. Helår 2011

SSB Populasjon per fylke (www.ssb.no)



Skolefruktordningene

Det er to hovedordninger for å få frukt og grønnsaker på skolen. Den ene er å abonnere på Skolefrukt. Denne ordningen gjelder elever ved rene barneskoler (skoler med klasse 1-7). Den andre gjelder elever som får gratis frukt og grønt på ungdomskoler (skoler med klasse 8-10) og kombinerte skoler (skoler med klasse 1-10). Begge ordningene er lovforankret.

Abonnementsordningen

Abonnementet på Skolefrukt (skoler med klasse 1-7) tegnes for ett semester eller ett skoleår av gangen og betales av elevens foreldre/foresatte. Elevene får en frisk frukt eller grønnsak som for eksempel eple, pære, appelsin, banan, gulrot, kiwi, nektarin eller klementin, avhengig av sesong. Tilbudet koster foresatte kroner 2,50 pr. dag eleven får frukt, og subsidieres av Helse- og omsorgsdepartementet med 1,- krone.

I tillegg er det noen kommuner som gir gratis frukt og grønt til elever på 1-7 skoler av eget initiativ. Men stadig færre kommuner prioriterer dette. Vi har også opplevd at det har vært vanskelig å få motivert skolene til en foreldrebetalt ordning etter at gattstilbudet har blitt borte.

Gratisordningen

Fra høsten 2007 ble det innført gratis frukt til ungdomskoler (skoler med klasse 8-10) og kombinerte skoler (skoler med klasse 1-10). Pengene blir gitt som et rammetilskudd til kommunene fra Kunnskapsdepartementet. Beløpet blir indeksregulert og var i 2011 NOK 230 008 000,-.

Det har i 2011 blitt færre kommuner som har kuttet ut den lovpålagte fruktordningen. De fleste kommuner er nå kjent med konsekvensene, dvs. at Fylkesmannen vil pålegge gratis frukt dersom en kommune kutter dette.

Hvorfor skolefrukt

Satsingen på skolefrukt er et ledd i myndighetens ønske om å øke tilgjengeligheten og forbruket av frukt og grønnsaker i befolkningen, med tanke på den helsegevinst som er påvist ved et høyt inntak av frukt og grønt. Skolefrukt er

også et verktøy for å oppfylle myndighetens retningslinjer for skolemåltid i den norske grunnskolen.

Skolefrukt.no og Facebook

Skolefrukt.no brukes som portal til bestillingssiden skolefruktsys.no, og i tillegg som en informasjonskanal mot skole, foresatte, elever og andre som er interessert i skolefrukt. Vi har i 2011 fokusert på å få ut gode eksempler til de respektive målgruppene på hvordan Skolefrukt kan fungere best mulig for skolen og for elevene. Vi har også hatt fokus på å oppdatere siden med aktuell informasjon og artikler for å skape en dynamisk side som vil kunne bidra til høyere oppslutning i ordningen både på skoleplan og elevplan.

Vi benytter Facebook som en informasjonskanal mot foresatte/abonnenter og skoler, samt for å markedsføre ordningen ovenfor grupper som ikke kjenner til ordningen. Pr. i dag har vi 468 likere.

Fruktstipend 2011

For å tenke nytt vedrørende Skolefrukt inviterte vi 1-7 skolene til å søke om fruktstipender for høsten 2011. Det kom inn 131 søknader og juryen valgte 32 skoler (1/4 av søkerne) som fikk gratis frukt høstsemesteret 2011.

RESULTATER

Abonnementsordningen

Ca. 57 % av 1-7 skolene i Norge har en Skolefruktordning. Pr. 6.12.2011 var det 863 skoler med foreldrebetalt ordning med totalt 48 000 elever. Det var 105 skoler hvor kommuner eller andre (noen få private aktører som lokale kraftselskaper) finansierte gratis frukt og 32 skoler med fruktstipend høsten 2011. Samlet var det ca. 13 000 gratis frukt til elever på disse skolene. Det var altså totalt 61 000 fruktabonnement (de fleste daglig) til elever på 1-7 skoler høsten 2011, som er samme nivå som høsten 2010.

Gratisordningen

OFG har ikke driftsansvar for gratisordningen på ungdomstrinnskoler (1-10 og 8-10 skoler), men høsten 2011 var det 974 av disse skolene som var

brukere av Skolefrukt sitt nettbaserte system, skolefruktsys.no. Det utgjør ca. 74 % av 1-10 og 8-10 skolene i Norge. Her var det høsten 2011 omtrent 180 000 daglige porsjoner frukt og grønt, som er 2 % mindre enn høsten 2010. Antall daglige porsjoner ligger lavere enn elevantallet ved skolene fordi det alltid er noen elever borte av naturlige årsaker (sykdom, ekskursjoner mv). På grunn av at ikke alle skolene med gratis frukt/grønt er registrert i skolefruktsys.no finnes ingen eksakt totaloversikt.

Evaluering

Det ble gjennomført en omfattende undersøkelse av TNS Gallup i mars 2011 blant foreldre og barn med representative utvalg av elever som får gratis frukt, de som abonnerer, de som velger ikke å kjøpe frukt og blant elever uten fruktordning. Konklusjonen på denne undersøkelsen var at de som får frukt på skolen spiser nærmere 25 prosent mer frukt i løpet et døgn enn barn som ikke får frukt på skolen. Totalt spiser elever som deltar i en skolefruktordning ca. 3,1 frukt og grønt om dagen, mens elever uten fruktordning spiser 2,7.

Den samme undersøkelsen viser at blant foreldre som har elever på skoler med ungdomstrinn er tre av fire foreldre meget tilfreds med ordningen med gratis frukt. På en skala der 6 er svært positive erfaringer og 1 svært negative erfaringer gir hele 47 % verdien 6 og 25 % gir verdien 5. Kun 1 % er svarer 2 eller 1.

I september 2011 gjennomførte vi undersøkelser mot foresatte som deltar på Skolefrukt og tidligere brukere som ikke meldte seg på for høsten. Blant foresatte som meldte seg på hadde de fleste gode erfaringer så langt i semesteret. Gode erfaringer som ble nevnt; at en får forskjellig frukt, en får frukt hver dag, eleven liker frukt og det er sunt. Det var relativt få som hadde dårlige erfaringer, kun en av tyve foresatte/elever. Dårlig erfaring som ble nevnt; lite variasjon, dårlig kvalitet/smak og at frukten helst burde vært oppdelt. Skolefrukt smaker omtrent like godt som frukt elevene får ellers. De tre fruktene som var på topp i september var eple, kiwi og banan.



Nøkkelhullet

Kilde: Helsedirektoratet

Hvem står bak Nøkkelhullet?

Myndighetene i Norge, Sverige og Danmark har valgt Nøkkelhullet som symbol på sunnere matvarer. Nøkkelhullet er en frivillig merkeordning som har eksistert i Sverige siden 1989.

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 Nøkkelhullet?

- 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 setter krav både til minimumsinnhold av kostfiber og maksimumsinnhold av fett, salt og sukker innenfor 25 matvaregrupper. Kornprodukter må i tillegg inneholde en viss mengde fullkorn. For å få nøkkelhullmerket må en matvare inneholde mindre fett, salt og sukker og mer fiber enn andre produkter i sin matvaregruppe. For eksempel vil en ost bli sammenlignet med andre oster og et brød med andre brød. Produkter med søtningsmiddel kan ikke få Nøkkelhullet.

Frukt og bær

Alle sorter frukt og bær som ikke er bearbeidet kan nøkkelhullmerkes, også når de er uemballerte. Det stilles ingen kriterier for spesifikke næringsstoffer i denne gruppen.

Eksempler på frukt og bær som kan få Nøkkelhullet er:

- Frisk 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, dypfrost, 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

www.nokkelhullsmerket.no



Markedssituasjonen for hagebrukssektoren 2011

Kilde: Statens landbruksforvaltning (SLF)

GRØNNSAKER, POTET OG FRUKT Hovedtrekk

Utfordrende værforhold preget store deler av grønnsaksproduksjonene. Mye nedbør ga vanskelige opptakingsforhold og lagringskvaliteten ble forringet. Prispress fra billig import har vært styrende for norsk prisfastsettelse. For flere kulturer viser det seg at tollbeskyttelsen ikke er tilstrekkelig, pga. importerte varer i konkurranse med norske i perioder med full tollbeskyttelse. I tillegg har norsk overproduksjon skapt ubalanse for enkelte kulturer.

Det har vært store utfordringer for norske poteter. Vått vær ga utfordringer med opptakingen. Det var store kvalitetsproblemer på lager, samtidig som det stadig blir importert mer spesialpoteter som gir konkurranse.

Årets frukthøst bar preg av stor avlingsvikt og ga en historisk kort sesong. Det har for de fleste grønnsakskulturer vært vanskelig å ta ut målprisen i markedet. Med unntak av potet og gulrot har ingen kulturer tatt ut målpris, og for flere grønnsaker er avviket relativt stort. I første halvdel av avtaleåret 2011-2012 ble det for de fleste frilandsgrovnnsakene med målpris tatt ut en pris under målpris. Unntakene var potet, isbergssalat og gulrot. For tomat og agurk, er ikke målpris oppnådd.

Sesongen 2011 var preget av mye nedbør og vanskelige opptaksforhold. Selv om avlingene var relativt gode, oppsto det utfordringer med kvaliteten. Som vanlig var importprisen i stor grad styrende for flere grønnsakskulturer. Og prispresset vanskeliggjorde å ta ut målprisen i markedet. Markedet har vært ekstra utfordrende for purre, løk og hvitkål.

VEKSTHUSGRØNNSAKER Tomat

Våren startet med god kvalitet, begrensede volumer i markedet. Det var ikke markedsdekning da tollbeskyttelsen økte i mai, og prisen var tilpasset importvaren, og lav i forhold til målprisen. Ingen stor overproduksjon pga. flere leveringsavtaler, og enkelte produsenter har lagt ned sin produksjon. Det ble gjennom hele sesongen importert tomater uten at dette skapte ubalanse i markedet. Etter uro i forbindelse med E.-coli krisen i

Europa, tok interessen for importerte tomater seg opp igjen og presset prisen på norske tomater ned. Mot slutten av juni var den norske produksjonstoppen nådd. Juli er tradisjonelt en utfordrende måned for norske tomater. I år var imidlertid produksjonen preget av noe knapphet. En dagligvarekjede har i løpet av hele sesongen kun hatt importtomater for store regioner. Utover sensommeren var preferansen god for norske tomater, men tilgangen begrenset. Kvaliteten var meget god og salget var generelt godt. Regnfullt vær ga dårlige lysforhold, noe som førte til en del små tomater. Utover høsten var det god markedsbalanse for norske tomater og god etterspørselen. Det ble supplert med import for å dekke etterspørselen og prisen gikk opp som følge av økte importpriser.

Agurk

Full markedsdekning av norske agurker i april, omtrent en måned etter at tollbeskyttelsen trådte i kraft. I mai og juni var etterspørselen stor med tendenser til lite varer. I juni ble markedet påvirket av E.-coli-utbruddet i Europa, men den norske prisen holdt seg stabil, og forbrukerne foretrakk norske agurker. I begynnelsen av juli var produksjonstoppen nådd og markedet preget av knapphet. Hele sommeren var det behov for suppleringsimport for å dekke etterspørselen. På sensommeren og høsten var salget bra og kvaliteten god, men norsk produksjon klarte ikke å dekke etterspørselen. I midten av november var produksjonen på et minimumsnivå, men økte igjen fram mot jul. Det er en utfordring å få til lønnsom produksjon av norske agurker i vinterhalvåret med tanke på kostnadsnivået, spesielt høye energikostnader.

SOMMERGRØNNSAKER Blomkål

Blomkålen kom på markedet i begynnelsen av juni, sesongen var ved oppstarten preget av ujevn kvalitet. Mot slutten av juni økte både tilførselene og etterspørselen. I juli var markedet i balanse og prisen stabil, men endret seg raskt til en overproduksjon, og enkelte hold ble harvet ned. En del gammel vare ute i butikk. For å øke salget ble det igangsatt kampanjer i butikkene. Vær-situasjonen endret seg til kjølige netter og liten tilvekst. Men etterspørselen var god,

og det samme var kvaliteten. Sensommeren var preget av svingninger. Etter perioder med knapphet og prognoser om lite varer, ble det meldt om knapphet også for industrien og behovet økte for importblomkål. Været snudde imidlertid og forårsaket større leveranser enn forespeilet. Dette skapte uro og i begynnelsen av september ble norsk blomkål harvet ned, samtidig som lagrene var fulle. Det var slutt på norsk blomkål i begynnelsen av november.

LAGRINGSGRØNNSAKER Kepaløk

De siste årene har hatt stor volumøkning i omsetningen av løk og fokus på de positive helseeffektene.

Bunteløken kom på markedet i begynnelsen av juli. Tørket kepaløk og rødøk kom i slutten av juli. Før det var markedet forsynt med importert tørket løk. Den første tørkede løken var fin med lite bakterieråte. Den kom på markedet i konkurranse med billig importert løk noe som ble en utfordring for norsk løk. I midten av august kom kepaløkleveransene for fullt, avlingene så bra ut på åkeren. Mot slutten av august var det store utfordringer med å få løk inn på lager. Det var ikke lange nok tørkeperioder og markedet ble tilført importvarer. I september var det fortsatt mye løk igjen på jordene. I midten av september gikk det mot slutten for norsk bunteløk. Store distriktsforskjeller i opptakingsforhold, tørkemuligheter og kvalitet.

Prispress fra billig import var en utfordring hele høsten, spesielt for rødøk. På tross av tilbud om mye importert løk i oktober ble det omsatt mest norsk. Salget var godt og markedet i balanse. Kvaliteten var bra, men med begynnende utfordringer med bløtråte. I november ble det tilbudt importert løk til priser det ikke var mulig å konkurrere med for norske produsenter. Kvaliteten holdt seg bra, men utseende i butikk var skjemmet av mye mørkt og stygt skall. På tross av konkurranse fra import og til dels varierende kvalitet holdt prisen seg stabil.

Hvitkål

Ny norsk hvitkål kom på markedet i midten av mai med økende tilgang mot slutten av mai. I slutten av juni var kvaliteten god, alle distriktene var leveringsdyktige

og prisene relativt lave. I juni fikk flere produsenter skader etter kraftige haglbyger på Østlandet.

I slutten av juli gikk prisen på norsk vare ned på tross av høyere importpris. I overgangen til de tollfrie periodene august og september var prisene lave. Norske grossister gjør hver høst avtaler med produsenter om kampanjepriser i forbindelse med färikålsesongen. I tillegg hadde en aktør avtalt en lav pris fra en stor produsent. Prisen var lav i denne perioden og tilpasset høysesongen og stor omsetning. Omsetningsøkningen fortsatte til slutten av september og de lave produsentprisene ble ikke alltid gjenspeilet i butikkene. I oktober var salgstoppen nådd og mengdene gikk ned til et normalt nivå. Dette gjenspeilet seg også i prisen som gikk opp mot målpris.

Gulrot

Buntegulroten kom på markedet i begynnelsen av juni, en uke før målprisperioden startet, samtidig var det tomt for lagret gulrot. Ved målprisperiodens start var alle varetypene av gulrot tilgjengelig. I begynnelsen av juli var tilførselen økende. Gjennom både juli og august var det bra salg av gulrot og god kvalitet. Fra 1. september var tollbeskyttelsen svekket, noe som påvirket prisen nedover. I september var det store utfordringer med opptakingen. Kvaliteten var bra, men stor usikkerhet rundt lagringskvaliteten. Det var i en periode vanskelig å få opp nok til å dekke etterspørselen. Graveprøvene fra september viste gode avlinger og fin størrelse. Varierende forhold i de ulike landsdelene under opptakingen. I begynnelsen av oktober pågikk opptaket for fullt og gulroten så fin ut. Det var en preferanse for norsk vare på grunn av god smak, men likevel ble prisen påvirket pga. lave importpriser. Prøvevasking av gulrot i slutten av november bekreftet fin kvalitet og lagringskvaliteten så bra ut. Kvaliteten har jevnt over vært god, og salget er stabilt på et høyt nivå.

Poteter

De første norske potetene kom på markedet i begynnelsen av juni, prisen var høy og mengdene moderate. Samtidig var det slutt på de norske lagringspotetene. I midten av juni presset stor mengde import prisen for de norske nypotetene. Prisen falt mye i perioden. Utover i juli

var det mye poteter tilgjengelig i Europa, som ble importert i konkurranse med de norske. På tross av et godt potetsalg måtte de norske nypotetene kjempe for hylleplass. Enkelte produsenter hadde problemer med å få levert varene sine. Mot slutten av juli lå omsetningen av norske poeter på 1000 tonn i uka, i tillegg ble markedet tilført rimelig import. I midten av august avtok importpresset. Det ble imidlertid knyttet usikkerhet rundt tilgangen på poteter, store utfordringer knyttet til spredning av tørråte, og mye regn førte til vanskelige forhold for sprøyting og innhøsting.

I slutten av august så man alvorlig på situasjonen for norske poteter pga. stort tørråtepress og drukning. Høsten var preget av vanskelige opptakingsforhold. I Nordland og Troms var imidlertid situasjonen en annen, med gode opptakingsforhold og poteter på lager. I oktober var det fortsatt et høyt fokus på kvalitet, og mye av det som var tatt opp så bra ut. Godt vær i oktober satte fart på arbeidet med å få inn potetene. Potetmarkedet økte i omsetning mot slutten av november og frem mot jul. En ser en tendens til økt etterspørsel og økende salg av importerte spesialpoteter som Aman-dine, Cherie og Ratte. Særlig taper norske mandelpoteter.

FRUKT

Etter en flott start på våren, ga kaldt vær fra midten av mai, og stadig regn og haglbyger utover sommeren, reduserte fruktavlinger. Verst utsatt for dårlig vær var Sogn og Fjordane og deler av Østlandet som fikk store hagleskader.

Epler

Historisk lave epleavlinger, som følge av hagl, frost og problemer rundt blomstring. Nedgang i alle landsdeler og for alle viktige sorter. Årets avling av tidligepler ble tilnærmet normal. Senere eple sorter ga dårlige avlinger i år etter en hard vinter og ugunstige værforhold.

De første norske eplene kom på markedet i uke 32. Mot slutten av august kom økende mengder og flere sorter. I september var tilgangen god og mange sorter hadde flott kvalitet, men det var ikke full markedsdekning av norske epler før i uke 42, og avlingssvikten ga kort sesong. Den norske epleavlingen ble bra, tross at

utfordrende vær førte til at en del epler falt ned eller ble skadet i trærne. Det ble foretatt en stram utsortering for å ivareta kvalitetskravene, og våte innhøstingsforhold førte til at en del epler fortsatt hang på trærne. I uke 45 var fruktlagrene tomme for norske epler, men det var fremdeles norske epler i butikkene. Det ble ikke foretatt markedsregulering i 2011. Selv om avlingene var meget små, antar en at den nye ordningen med tilskudd til epler til press er med på å kanalisere epler av en dårligere kvalitet til industrimarkedet. Norske epler hadde en markedsandel på 30,5 prosent i den norske sesongen, tilsvarende i 2010 var 43,7 prosent.

Pærer

De første norske pærer ble høstet i uke 39. Allerede i uke 41 var det nesten tomt for norske pærer. Det var allikevel noe norske pærer på markedet til uke 43. Det dårlige været førte til avlingsreduksjon. Den norske produksjonen har i flere år vært så liten at den dekker ca. 1 prosent av totalforbruket. De norske pærene hadde i norsk sesong 2,7 prosent markedsandel av pæremarkedet i Norge.

Plommer

Sesongens første plommer kom på markedet i uke 32. Mot midten av august økte plommetilførselen og antall sorter. Det var gjennom sesongen stor etterspørsel etter norske plommer og man klarte ikke å dekke etterspørselen. Plommesesongen var som vanlig relativt kort med produksjonstoppen mot slutten av august. Høstetiden varierte mye mellom øst og vest. Periodevis var det en del dårlig vare å se i butikk og holdbarheten gjennom verdikjeden var en utfordring. Det var slutt på norske plommer i uke 40, med unntak av Sogn som hadde et par uker til. Hovedtyngden av de norske plommene omsettes i 750 grams kurver, og en ser klart et potensiale for økt plommesalg.

Moreller

De første kjøttmorellene nådde butikkene i månedsskiftet juli/august. Avlingen så ut til å være bra og kvaliteten var fin. Regnet skapte problemer også for moreller og tilgjengelig mengder i markedet var lavere enn normalt. Det var moderate mengder tilgjengelig, før tilgangen økte i midten av august, for så å gå ned i igjen i slutten av måneden.



SMARTE VANER
OPPLYSNINGSKONTORET
FOR FRUKT OG GRØNT

FGS

Frukt- og
Grønnsakgrossistenes
Servicekontor



Statens landbruksforvaltning
Norwegian Agricultural Authority

nielsen
.....