



# Insikter i den svenska plantbaserade livsmedelsindustrin

2020-2022



## Sammandrag

Enligt detaljhandelsdata från NielsenIQ som täcker 13 europeiska länder har försäljning av plantbaserad mat ökat med 6% i 2023 – och 21% sedan 2020 – med en total summa på €5,8 miljarder.

Livsmedelsindustrin har välkomnat det globala skiftet mot plantbaserade dieter. Eftersom stora livsmedelstillverkare och återförsäljare kontinuerligt förser marknaden med nya produkter och innovationer har de europeiska butikernas försäljningssiffror av plantbaserade livsmedel ökat. Det blir alltmer lättillgängligt för fler konsumentgrupper att köpa nästa generationens plantbaserade produkter. Utbudet inkluderar kött-, skaldjurs-, ägg- och mejeriprodukter, som visat sig vara konkurrenskraftiga med animaliska produkter på smak, pris och bekvämlighet.

### Marknaden för plantbaserade livsmedel i Europa är värd €5,8 miljarder.

Good Food Institute Europe har analyserat detaljhandelsdata från NielsenIQ gällande plantbaserade livsmedel i 13 europeiska länder – Belgien, Danmark, Frankrike, Italien, Nederländerna, Österrike, Polen, Portugal, Rumänien, Spanien, Sverige och Storbritannien, Tyskland – för att beräkna både storlek och tillväxt i den plantbaserade livsmedelsmarknaden från 2020 till 2022.

**€5,8  
miljarder**

Detaljhandelsmarknaden för plantbaserade livsmedel är värd 5,8 miljarder euro, en ökning från 4,8 miljarder euro 2020.

**+6%**

Försäljningen av plantbaserade livsmedel ökade 6% i värde mellan 2021 och 2022.

**+4%**

Antalet plantbaserade enhetsförsäljningar såg en ökning på 4% mellan 2021 och 2022.

**21%**

Försäljning av plantbaserad mat i euro och antal sålda produkterenheter ökade med 21% mellan 2020 och 2022.

För att placera dessa försäljningsresultat under 2022 i rätt kontext är det viktigt att nämna den unika makroekonomiska miljön som var rådande, med kriget i Ukraina, spänningar i det internationella handelsklimatet och inflation. Samtidigt som tillväxten på den plantbaserade detaljhandelsmarknaden för livsmedel avtog 2022 jämfört med 2021, fortsatte både euro- och enhetsförsäljningen att öka, vilket pekar på konsumenternas bestående efterfråga på dessa produkter trots rådande utmaningar.

## Sammanfattande försäljningsöversikt: plantbaserade livsmedel i Europa, 2022

	Försäljning i euro 2022	Försäljningstillväxt i euro 2021-2022	Försäljningstillväxt i euro 2020-2022	Enhetsförsäljning 2022	Tillväxt av enhetsförsäljning 2021-2022	Tillväxt av enhetsförsäljning 2021-2022
Mjök	€2.2 MMM	7%	19%	1.3 MMM	6%	20%
Kött	€2 MMM	3%	19%	846 MM	1%	21%
Yoghurt	€515 MM	-0.4%	8%	255 MM	-3%	10%
Bredbara pålägg	€247 MM	13%	40%	140 MM	4%	26%
Färdiga måltider	€181 MM	20%	79%	72 MM	14%	71%
Glass	€174 MM	8%	14%	57 MM	8%	15%
Ost	€165 MM	4%	56%	61 MM	4%	62%
Grädde	€139 MM	7%	7%	109 MM	0%	1%
Efterrätt	€88 MM	6%	27%	58 MM	5%	40%
Skaldjur	€43 MM	60%	326%	14 MM	67%	343%
<b>Total</b>	<b>€5.8 MMM</b>	<b>6%</b>	<b>21%</b>	<b>2.9 MMM</b>	<b>4%</b>	<b>21%</b>

### Marknaden för plantbaserade livsmedel i Sverige är värd 2,22 miljarder kronor.

I Sverige har den plantbaserade dagligvarumarknaden i stort sett varit stabil mellan 2020 och 2022, med en tillväxt på 0,3% till 2,22 miljarder kronor. Under 2022 minskade försäljningsvärdet på plantbaserat kött, ost och yoghurt, medan försäljningen av plantbaserad mjök ökade.

Trots detta har svenska konsumenter stått högt upp på listan över Europas främsta konsumenter av plantbaserade livsmedel per capita. Detta är särskilt slående på kategorinivå, där Sverige står för den högsta konsumtionsgraden per capita av plantbaserad mjök, och den näst högsta konsumtionsgraden av både plantbaserat kött och ost i Europa.

Läs vidare för att få en djup insikt i den svenska plantbaserade livsmedelsmarknaden och hur den växer i jämförelse med animaliska livsmedel.

**Tillägg: I april 2023 upptäckte vi några fel hos vår datapartner för kategorierna växtbaserad ost, yoghurt och dessert i Storbritannien och kategorin växtbaserad ost i Polen. I den här rapporten har sammanfattningen, de övergripande jämförelsetabellerna för växtbaserade livsmedel per land, jämförelsetabellerna för växtbaserad ost per land och jämförelsetabellerna för växtbaserad yoghurt per land uppdaterats med de korrekta försäljningssiffrorna.**

# Innehållsförteckning

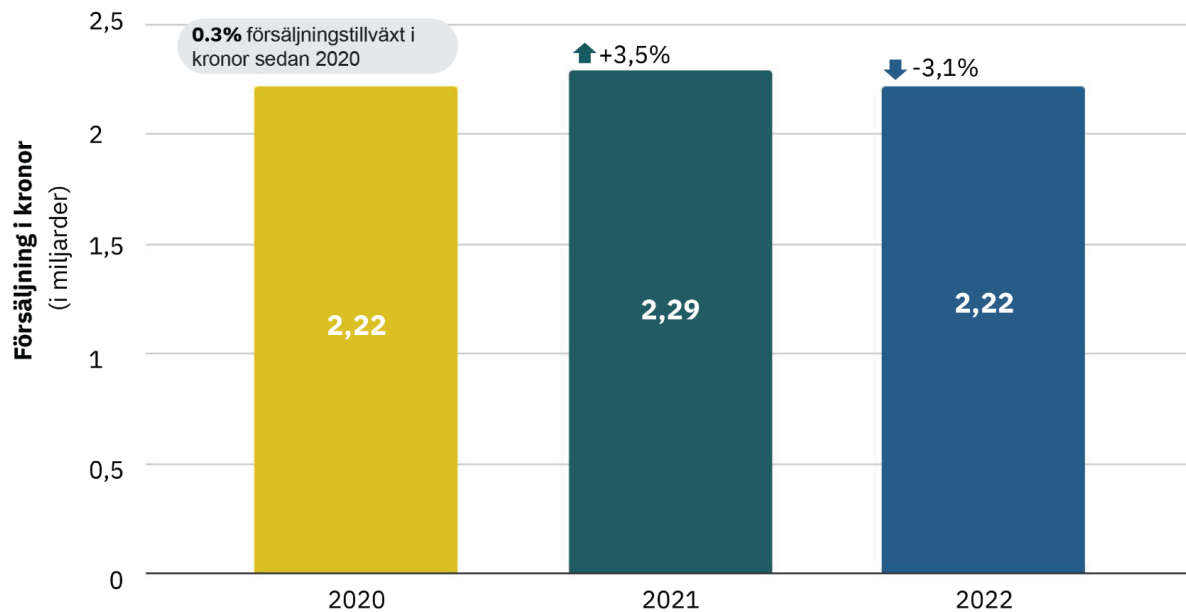
---

<b>Den plantbaserade livsmedelsindustrin i stora drag</b>	<b>6</b>
Kategorier	7
Jämförelse mellan länder	9
Jämförelse med animaliska livsmedel	10
<b>Plantbaserat kött</b>	<b>11</b>
<b>Plantbaserad mjölk</b>	<b>14</b>
<b>Plantbaserad ost</b>	<b>16</b>
<b>Plantbaserad yoghurt</b>	<b>18</b>
<b>Avslutande kommentarer</b>	<b>20</b>
<b>Om denna data</b>	<b>21</b>

# Den plantbaserade livsmedelsindustrin i stora drag

Försäljningen av plantbaserad mat minskade med 3% i Sverige 2022 till 2,22 miljarder kronor (196,2 miljoner euro).

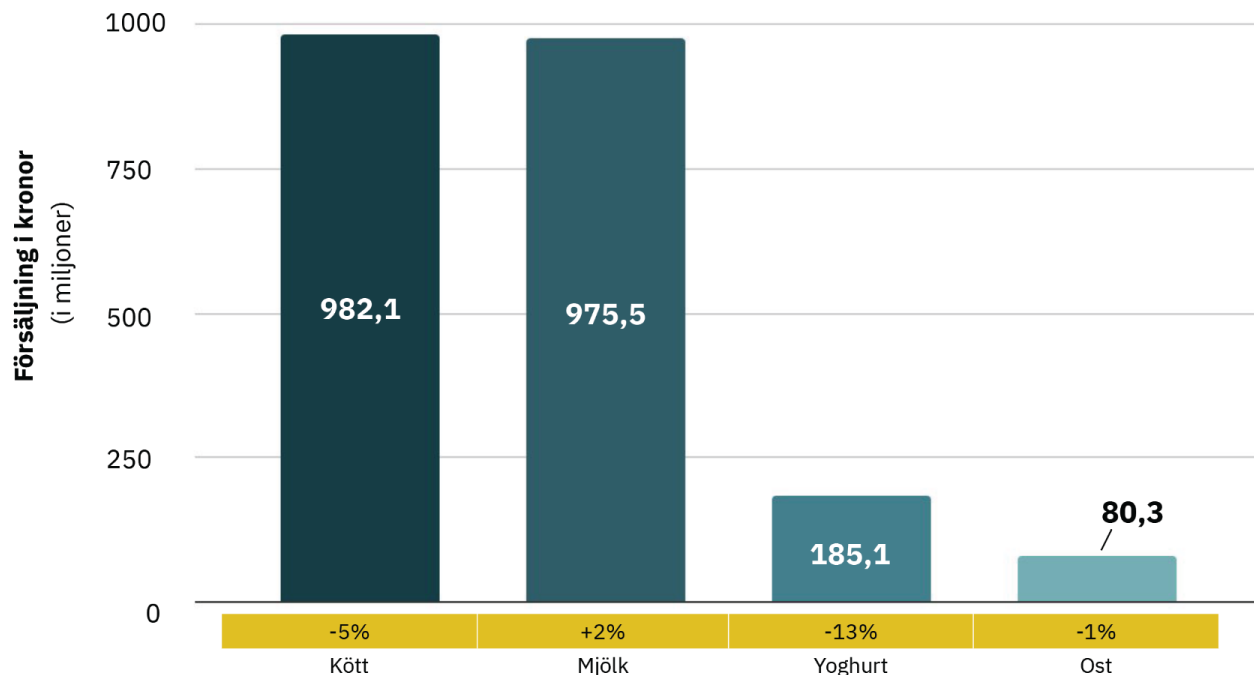
## Försäljning av plantbaserade livsmedel i Sverige (i miljarder kr), 2022



## Kategorier

De plantbaserade kategorierna befinner sig i olika utvecklingsstadier.

### Försäljning av plantbaserade livsmedel i Sverige enligt kategori (i miljoner kr), 2022



#### Nyckelinsikter:

- **Plantbaserat kött och mjök är de mest utvecklade plantbaserade kategorierna.** Medan försäljningsvärdet på plantbaserat kött minskade, ökade försäljningsvärdet på plantbaserad mjök till 975,5 miljoner kronor (86,1 miljoner euro) 2022.
- **Försäljningsvärdet på plantbaserad yoghurt och ost minskade 2022** till 185,1 miljoner kronor (€16,3 miljoner) och 80,3 miljoner kronor (€7,1 miljoner) respektive.
- **Svenska konsumenter står för den tredje högsta konsumtionen av plantbaserad mat i Europa.** Trots försäljningssiffrorna har minskat i många kategorier står svenska konsumenter fortfarande för den högsta konsumtionsgraden per capita av plantbaserad mjök och den näst högsta konsumtionsgraden av både plantbaserat kött och ost i Europa.

## Sammanfattning av svenska försäljningssiffror i den plantbaserade kategorin, 2022

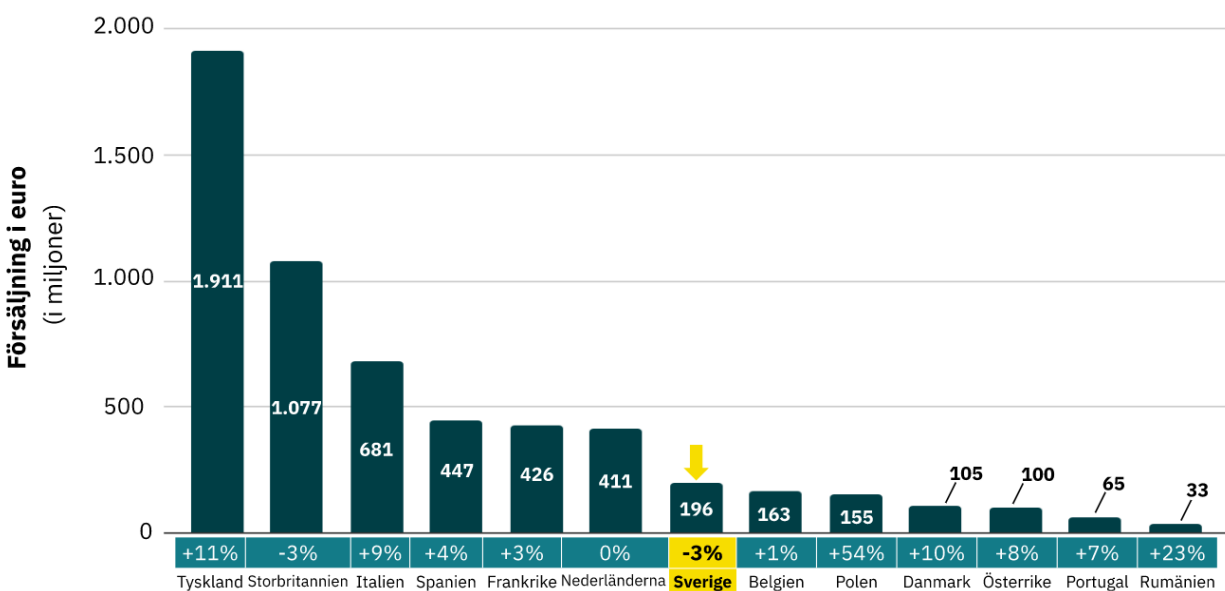
	Försäljning i kronor 2022	Försäljning i euro 2022	Försäljningstillväxt i kronor 2021-2022	Försäljningstillväxt i kronor 2020-2022	Enhetsförsäljning 2022	Tillväxt av enhetsförsäljning 2021-2022	Tillväxt av enhetsförsäljning 2021-2022
<b>Kött</b>	982,1 MM kr	€86,7 MM	-5%	-4%	24,6 MM	-10%	-8%
<b>Mjök</b>	975,5 MM kr	€86,1 MM	2%	9%	54,7 MM	0,4%	9%
<b>Yoghurt</b>	185,1 MM kr	€16,3 MM	-13%	-14%	6,6 MM	-17%	-21%
<b>Ost</b>	80,3 MM kr	€7,1MM	-6%	-1%	2,5 MM	-7%	-5%
<b>Total</b>	<b>2,22 MM kr</b>	<b>€196,2 MM</b>	<b>-3%</b>	<b>0,3%</b>	<b>88,4 MM</b>	<b>-4%</b>	<b>1%</b>



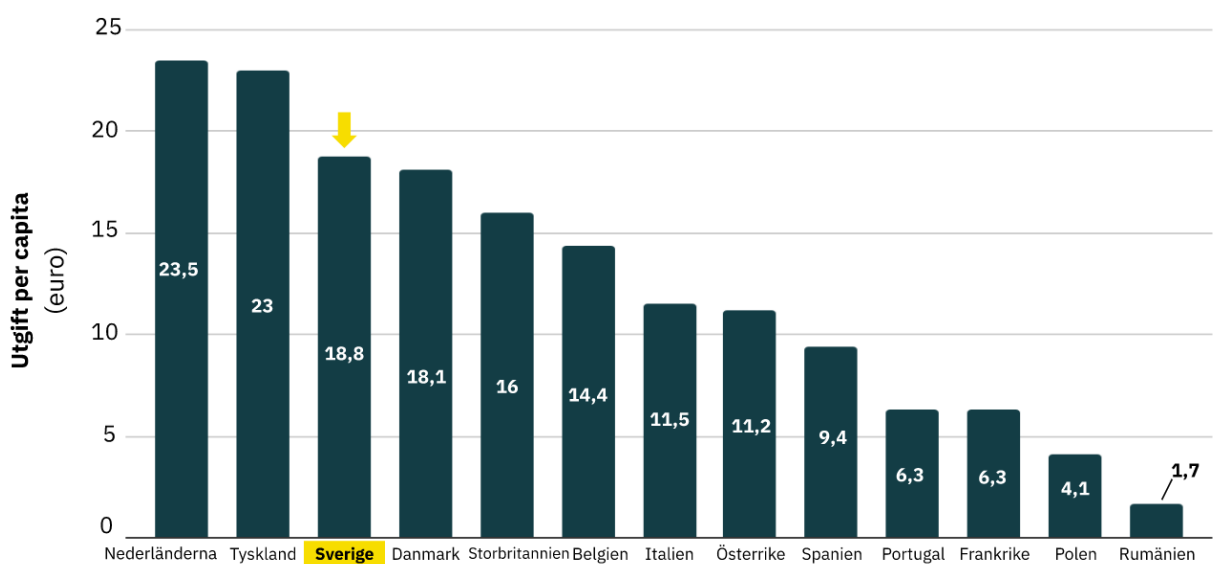
## Jämförelse mellan länder

Sverige är nummer sju i listan över de länder som spenderar mest på plantbaserade livsmedel i Europa beräknat i euro. Men per capita står svenskarna för den tredje högsta konsumtionen av plantbaserade livsmedel.

### Försäljning av plantbaserad mat i hela Europa per land (i miljoner euro), 2022

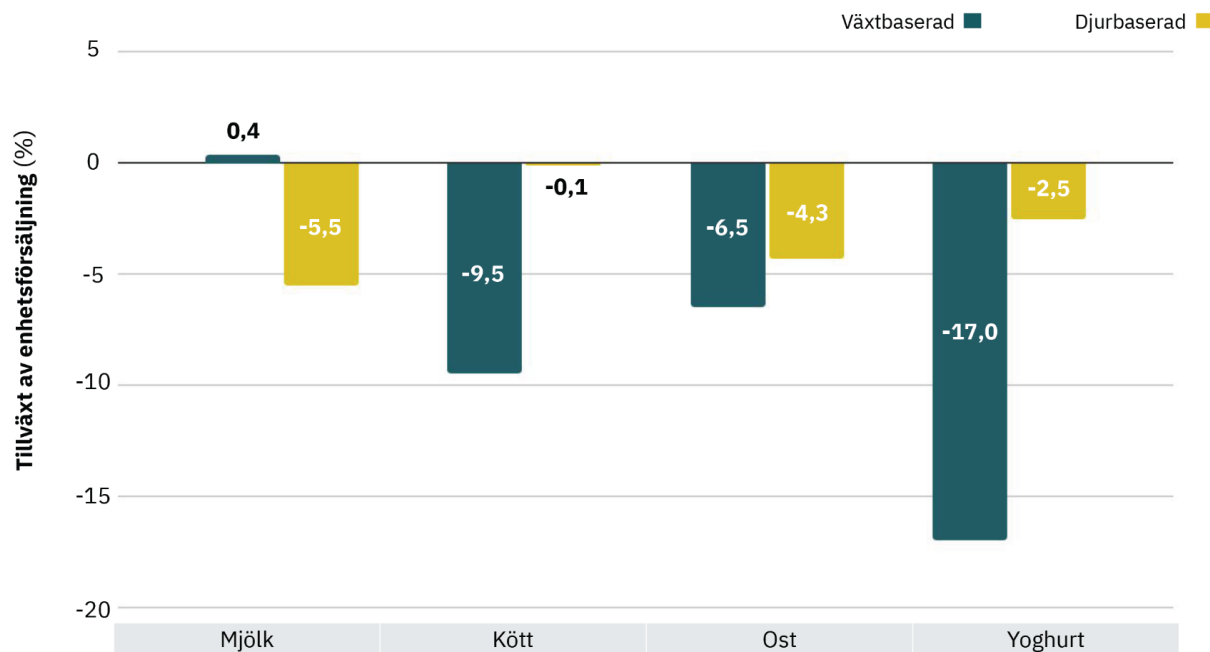


### Genomsnittliga utgifter på plantbaserade livsmedel per capita (i euro), 2022



## Jämförelse med animaliska livsmedel

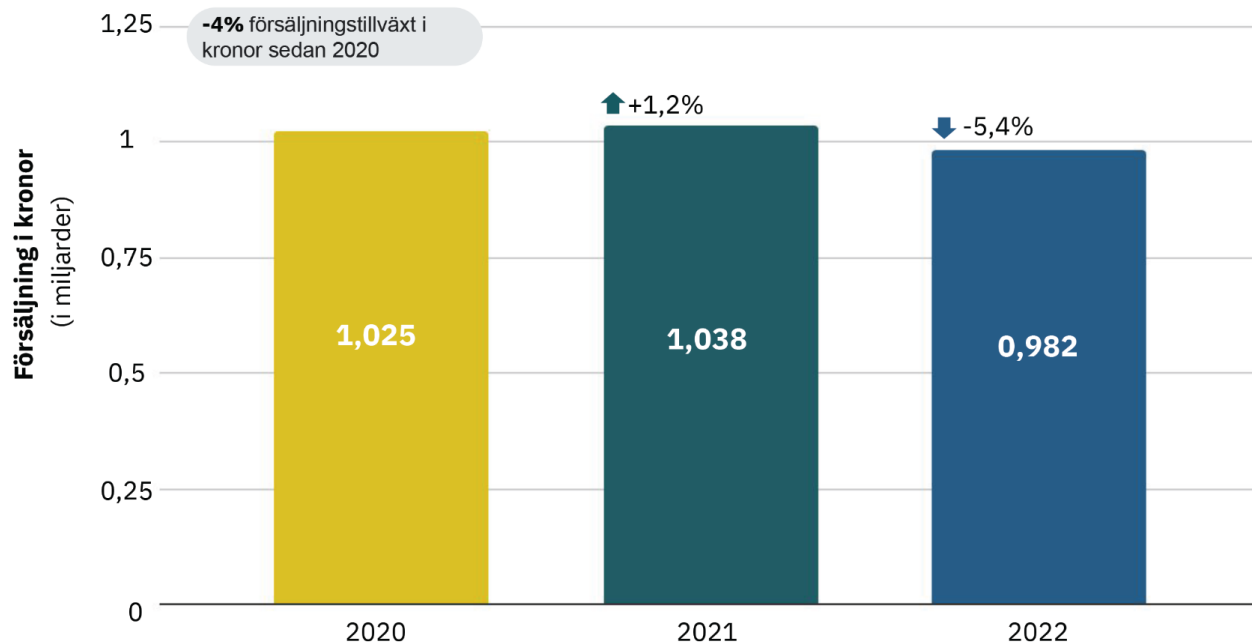
### Sveriges försäljningstillväxt per enhet av plantbaserade kontra animaliska produkter, 2022



För att jämföra tillväxten av plantbaserade kontra djurbaserade kategorier jämförde vi enhetsförsäljning istället för försäljning baserat på värde, eftersom det ger en mer direkt jämförelse. Det visade sig att försäljningstillväxten för både plantbaserat och djurbaserat kött, ost och yoghurt minskade under 2022. Plantbaserad mjölk var den enda kategorin som såg enhetstillväxt.

# Plantbaserat kött<sup>1</sup>

## Försäljning av plantbaserat kött i Sverige (i miljarder kr), 2022



### Nyckelinsikter:

- Försäljningsvärdet på plantbaserat kött minskade med 4% mellan 2020 och 2022, medan den totala enhetsförsäljningen av plantbaserat kött minskade med 8%.
- Det kan jämföras med färdigförpackat konventionellt kött, där enhetsförsäljningen minskade med 2% mellan 2020 och 2022.
- Det genomsnittliga enhetspriset för plantbaserat och färdigförpackat konventionellt kött ökade 2022 med 5% respektive 11%.
- År 2022 hade plantbaserat kött en marknadsandel på 5% av den totala detaljhandelskategorin för färdigförpackat kött.<sup>2</sup>

<sup>1</sup> Kategorin för plantbaserat kött inkluderar både produkter som efterliknar utseendet och smaken av djurbaserade köttprodukter och andra varianter som exempelvis grönsaksbiffar.

<sup>2</sup> Niensens rapport inkluderar bara försäljning av färdigförpackade djurbaserade köttprodukter.

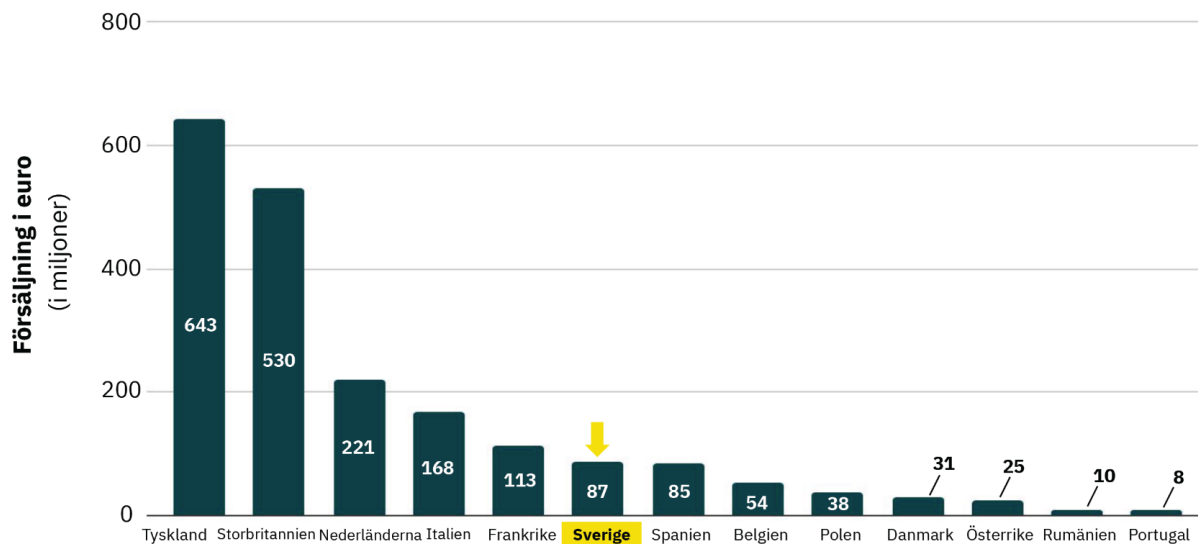
### Insikter per segment:

- Fryst plantbaserat kött utgör den största delen av denna kategori baserat på försäljningsvärde 2022, med 75% av den totala försäljningen av plantbaserat kött, medan kylt växtbaserat kött står för 25%.
- De mest populära plantbaserade köttvarianterna är färs (som utgör 25% av försäljningen baserat på värde), följt av korv (13%), hamburgare (12%) och strimlor/bitar (10%). Strimlor/bitar var den enda varianten som ökade i försäljning i euro under 2022.

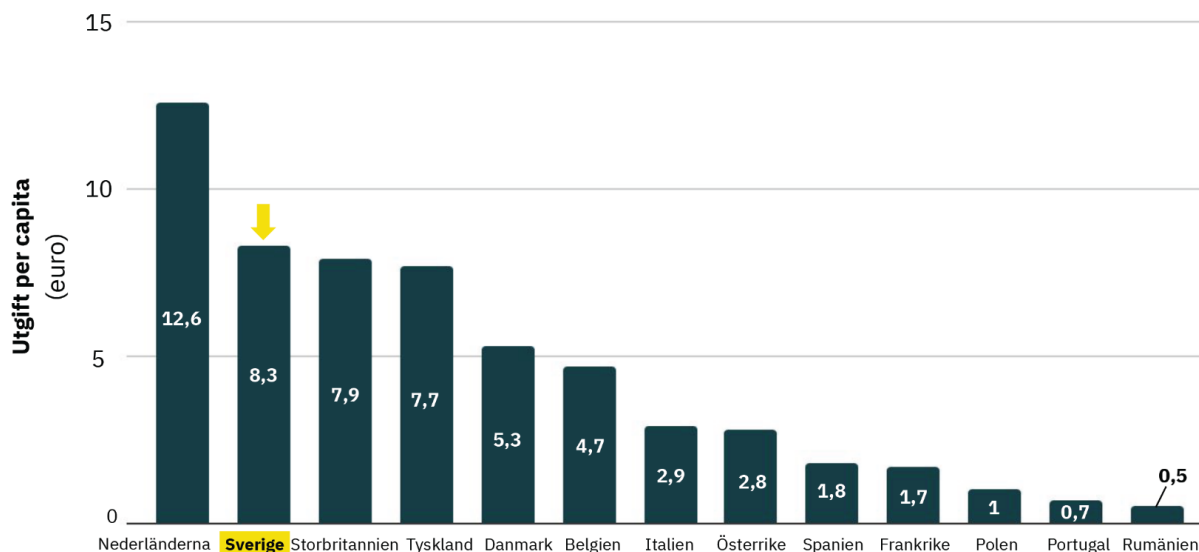
## Jämförelse mellan länder

Sverige har den sjätte högsta försäljningen av plantbaserat kött i Europa. Men när vi tittar på den genomsnittliga utgiften i euro per capita på plantbaserat kött kommer Sverige tvåa på listan.

### Försäljning av plantbaserat kött per land (i miljoner euro), 2022

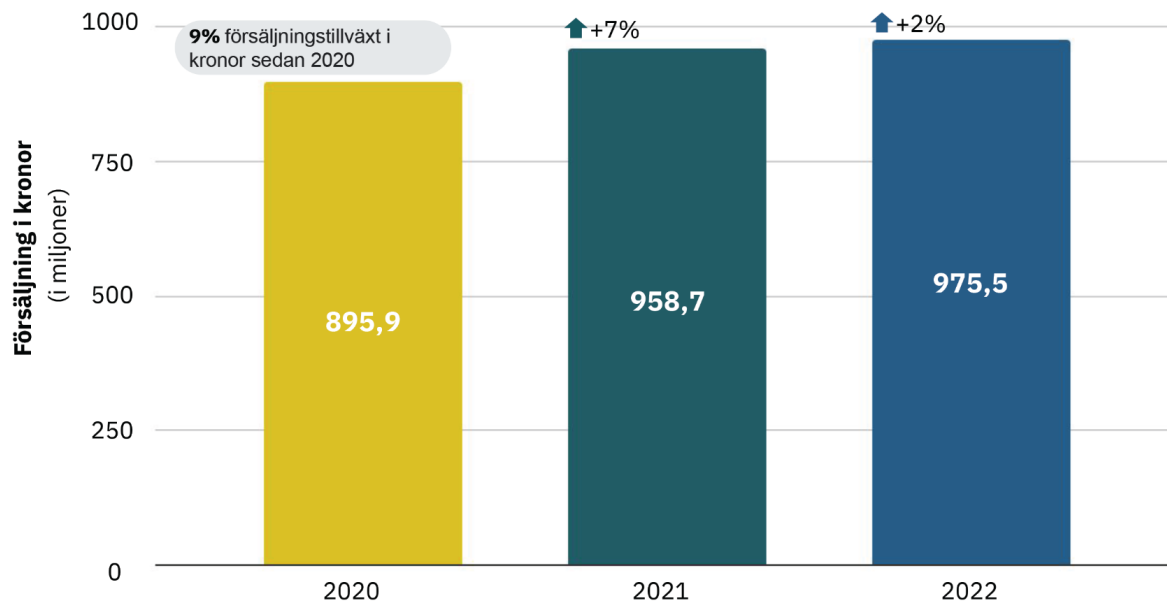


### Genomsnittliga utgifter på plantbaserat kött per land per capita (i euro), 2022



# Plantbaserad mjölk

## Försäljning av plantbaserad mjölk i Sverige (i miljoner kr), 2020–2022



### Nyckelinsikter:

- Försäljningsvärdet och enhetsförsäljningen av plantbaserad mjölk ökade med 9% mellan 2020 och 2022.
- Det kan jämföras med försäljningen av konventionella mjölkenheter som minskade med 11% mellan 2020 och 2022.
- När det gäller genomsnittspris per enhet blev kategorin för plantbaserad mjölk mindre drabbad av inflationen och prisökningarna under 2022. Priserna för plantbaserad mjölk ökade med 1,4% medan konventionella mjölkpriser ökade med 19%.
- Under 2022 hade plantbaserad mjölk en marknadsandel på 12% av den totala mjölk-kategorin.

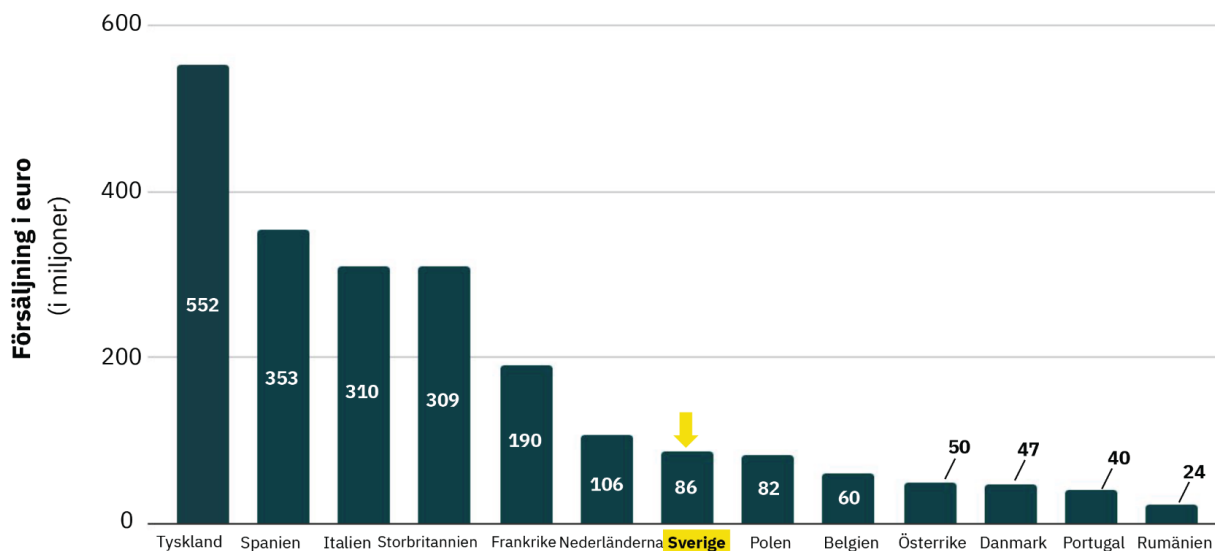
### Insikter per segment:

- Havremjölk leder kategorin och står för 79% av försäljningen i värde 2022, följt av sojamjölk (9%) och mandelmjölk (8%).

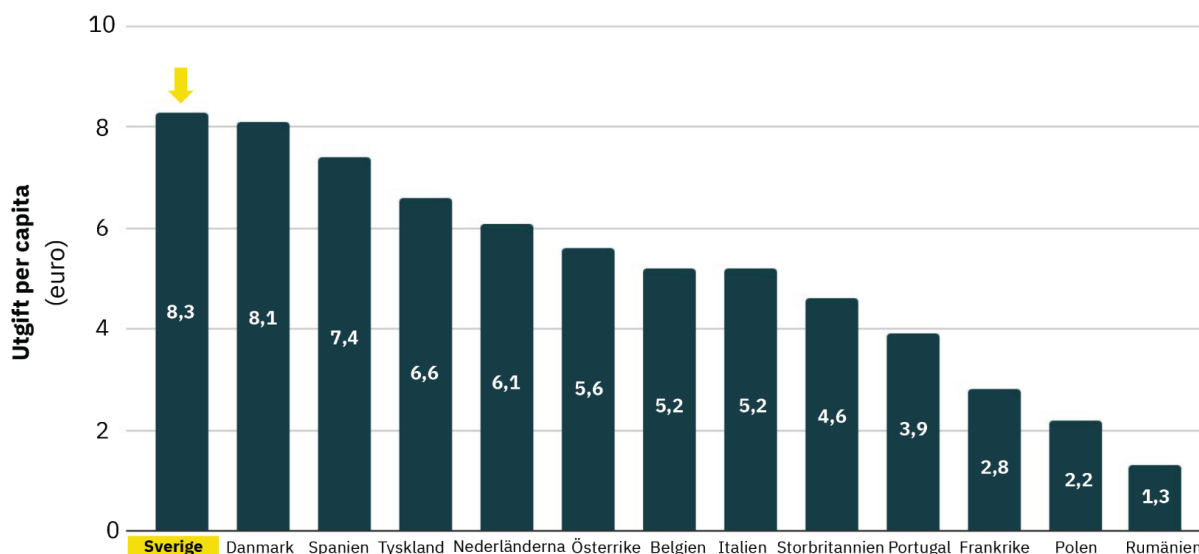
## Jämförelse mellan länder

Sverige har den sjunde högsta försäljningen av plantbaserad mjölk i euro i Europa. Men när vi tittar på den genomsnittliga utgiften på plantbaserad mjölk per capita i euro står svenskarna högst upp på listan.

### Försäljning av plantbaserad mjölk per land (i miljoner euro), 2022

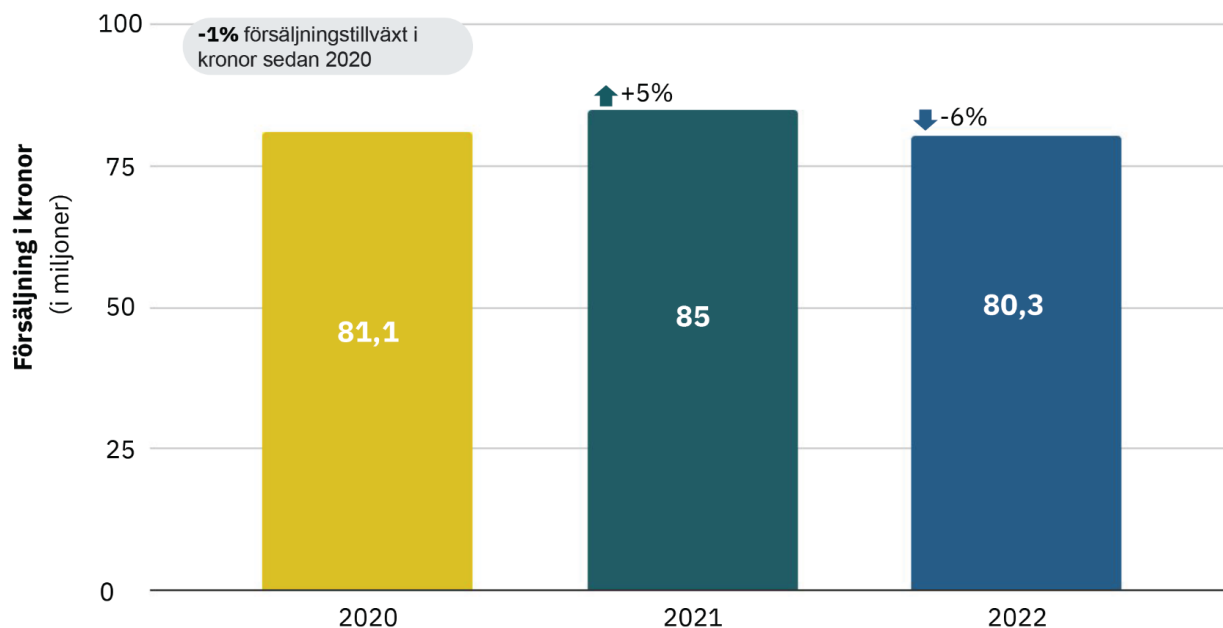


### Genomsnittliga utgifter på plantbaserad mjölk per capita (i euro), 2022



# Plantbaserad ost

## Försäljning av plantbaserad ost i Sverige (i miljoner kr), 2020–2022



### Nyckelinsikter:

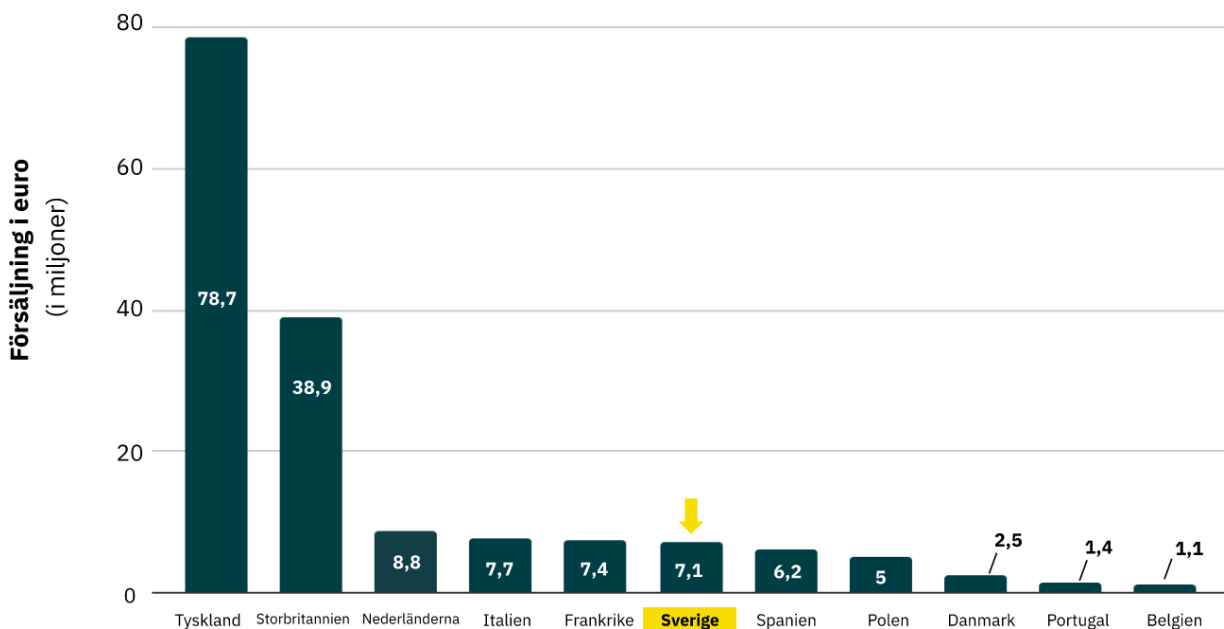
- Försäljningsvärdet av plantbaserad ost minskade med 1% mellan 2020 och 2022, samtidigt som enhetsförsäljningen minskade med 5%.
- Det kan jämföras med försäljningen av konventionella ostenheter som minskade med 3% mellan 2020 och 2022.
- När det gäller genomsnittspris per enhet blev kategorin för plantbaserad ost mindre drabbad av inflationen och prisökningarna under 2022. Priserna för plantbaserad ost ökade med 1% medan konventionella ostpriser ökade med 14%.
- Under 2022 hade plantbaserad ost en marknadsandel på 1% av den totala ostkategorin.



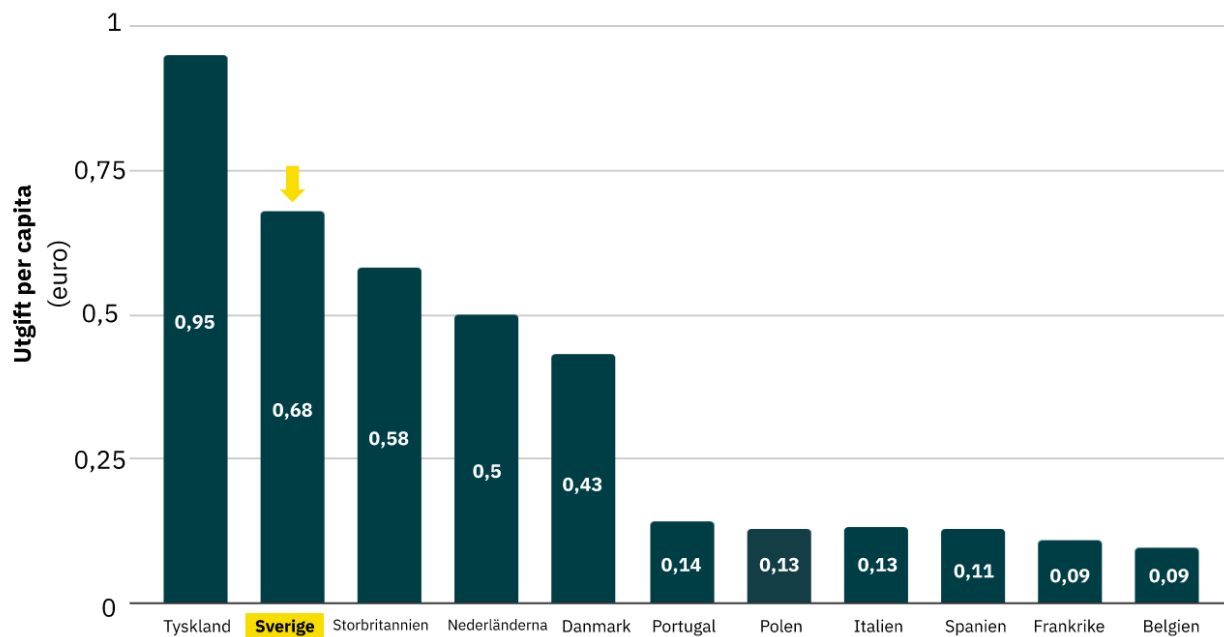
## Jämförelse mellan länder

Sverige har den sjätte högsta försäljningen av plantbaserad ost i euro i Europa. Men när vi tittar på den genomsnittliga utgiften på plantbaserad ost per capita i euro kommer svenskarna näst högst upp på listan.

### Försäljning av plantbaserad ost per land (i miljoner euro), 2022

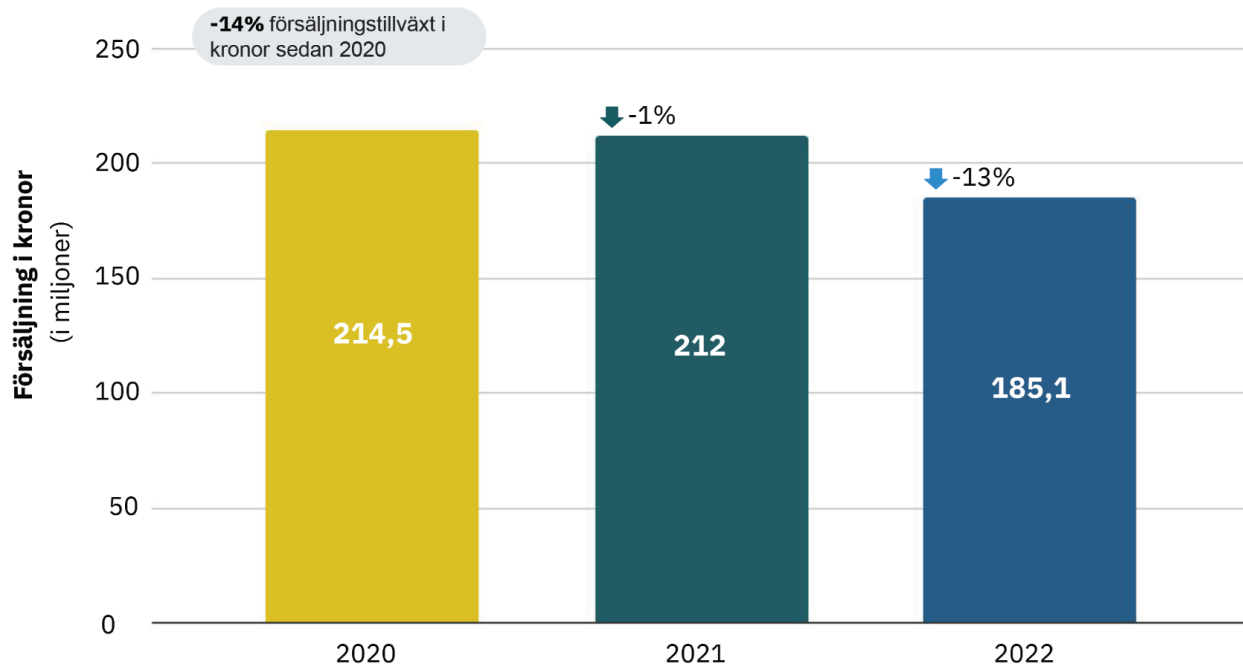


### Genomsnittliga utgifter på plantbaserad ost per capita (i euro), 2022



# Plantbaserad yoghurt

## Försäljning av plantbaserad yoghurt i Sverige (i miljoner kr), 2020–2022



### Nyckelinsikter:

- Försäljningsvärdet av plantbaserad yoghurt minskade med 14% mellan 2020 och 2022, samtidigt som enhetsförsäljningen minskade med 21%.
- Det kan jämföras med försäljningen av konventionella yoghurtenheter som minskade med 7% mellan 2020 och 2022.
- När det gäller genomsnittspris per enhet blev kategorin för plantbaserad yoghurt mindre drabbad av inflationen och prisökningarna under 2022. Priserna för plantbaserad yoghurt ökade med 5% medan konventionella yoghurtpriser ökade med 16%.
- Under 2022 hade plantbaserad yoghurt en marknadsandel på 3% av den totala yoghurtkategorin.

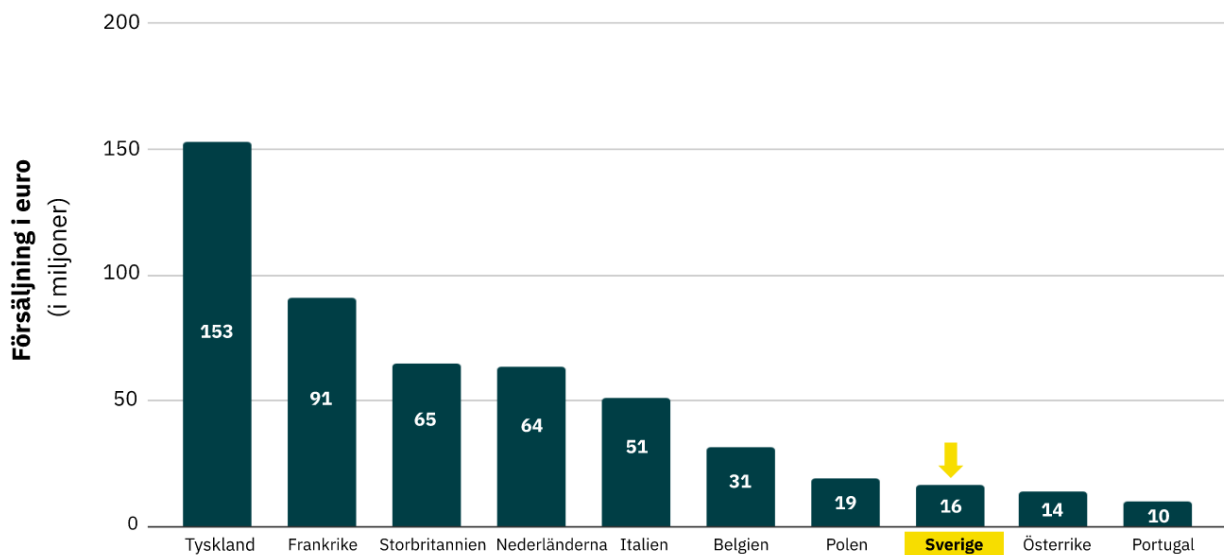
### Insikter per segment:

- Sojayoghurt leder kategorin och står för 56% av försäljningen i värde 2022, följt av havreyoghurt (33%) och kokosyoghurt (6%).

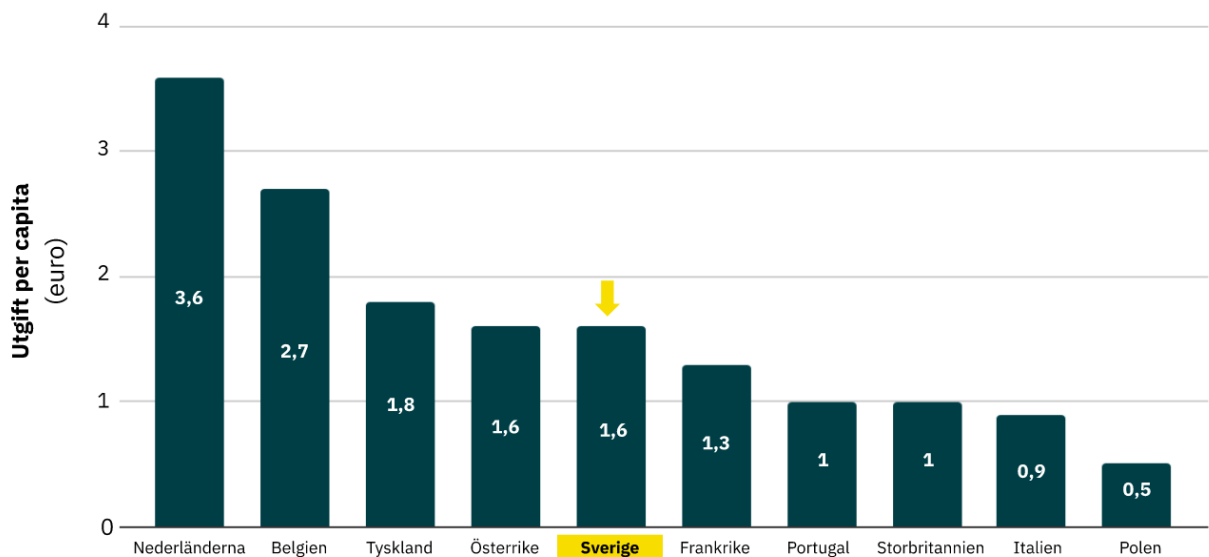
## Jämförelse mellan länder

Sverige har den åttonde högsta försäljningen av plantbaserad yoghurt i euro i Europa. Men när vi tittar på den genomsnittliga utgiften på plantbaserad yoghurt per capita i euro kommer Sverige på femte plats.

### Försäljning av plantbaserad yoghurt per land (i miljoner euro), 2022



### Genomsnittliga utgifter på plantbaserad yoghurt per land per capita (i euro), 2022



## Avslutande kommentarer

---

"Den plantbaserade detaljhandelsmarknaden för livsmedel i Europa har sett en betydande tillväxt de senaste åren, tack vare att det har lanserats bättre plantbaserade produkter på marknaden. Det är uppmuntrande nu när världen arbetar med att hantera de många problem som orsakas av industriellt djurjordbruk. Men för att upprätthålla denna tillväxt måste företag fortsätta investera i produktinnovation och utveckla plantbaserade produkter som möter konsumenternas förväntningar i linje med deras starkaste drivkrafter: smak, pris och bekvämlighet. Good Food Institute har utformat databasen [Advancing Solutions for Alternative Proteins database](#), vilket är en utmärkt källa för de som vill ha mer information om de högsta prioriteringarna för denna typ av innovationer."

**Carlotta Lucas**, Senior Corporate  
Engagement Manager, Good Food Institute  
Europe



## Om denna data

All data i denna rapport är baserad på siffror från marknadsundersökningsfirman NielsenIQ. GFI Europe beställde detaljhandelsdata från NielsenIQ för att få en förståelse för marknadens storlek och tillväxt. Analysen i denna rapport är baserad på data som rapporterats av NielsenIQ för de totala plantbaserade kategorierna och det totala antalet kategorier för mejeriprodukter och färdigförpackat kött för perioderna 52 veckor, 104 veckor och 156 veckor fram till den 31:a december 2022 för den svenska marknaden, enligt den produkthierarki som används av GFI Europe. Därför kan det hända att data som presenteras i denna rapport inte överensstämmer med NielsenIQs standardiserade kategorier. Upphovsrätt © 2022, Nielsen Consumer, LLC.

## Om Good Food Institute Europe

[The Good Food Institute Europe](#) är en internationell NGO som hjälper till att skapa ett mer hållbart, säkert och rättvist livsmedelssystem genom att skapa förändringar inom köttproduktionen.

Vi arbetar med forskare, företag och beslutsfattare för att främja plantbaserat och odlat kött. Våra samarbeten resulterar i slutprodukter som smakar fantastiskt gott, samtidigt som de är prisvärda och tillgängliga i hela Europa.

Genom att tillverka kött från växter och odla det från celler kan vi minska våra matvanors miljöpåverkan och mätta flera munnar med mindre resurser. GFI Europe finansieras av filantropi.

## Kontakt

### **Carlotte Lucas**

Senior Corporate Engagement Manager, GFI Europe

[carlottel@gfi.org](mailto:carlottel@gfi.org)