



PEDRO NOVO

Private Agent & Consultan
Organic Agriculture
& Agribusiness



Mercado Europeo de Productos Ecológicos

Panorama general de la UE y

Tendencias del mercado

- Sector impulsado por los consumidores LOHAS (Lifestyle of Health and Sustainability) y gente VIP's
- Los consumidores no deciden más sólo por el precio
- Problemas ambientales impulsan el sector: Reporte sobre el Cambio Climático de ONU, libro de Al Gore, etc..
- Emisiones de bióxido de carbono obliga a un nuevo esquema sustentable de desarrollo
- Aumenta el debate en temas de nutrición saludable, responsabilidad social, disfrutar la comida (slow food)
- Evidencias científicas sobre productos ecológicos demuestran que estos contienen más nutrientes, mejor sabor y menos impacto ambiental.
- Por estas razones son la primera opción para el grupo de LOHAS

Panorama general de la UE y Tendencias del mercado

- Crecimiento del mercado de productos ecológicos limitado por falta de suministro.
 - Ej.: el sector de productos lácteos, provocado principalmente por la entrada de marcas blancas de supermercados de descuento (discounters o hard discount) en Alemania.
 - Alimento para ganado es otro caso dónde hay falta de suministro
- Abastecimiento global y la búsqueda de producto o proveedor de alimentos ecológicos
 - Ej. COOP Suiza paga a FiBL para que le busque proveedores/productores de hortalizas y vegetales
 - Minoristas en Alemania están vendiendo producto lácteos producidos en Dinamarca
- Internet, comunidades neutrales de prueba de productos ayudan a la transparencia de la cadena de suministro
- Esto influencia en la decisión de compra más que las campañas de mercadotecnia

Panorama general de la UE y Tendencias del mercado

- La industria de productos bio usa cada vez más aditivos
- El número de productos altamente procesados aumenta:
 - Ej. Comida lista para consumir, productos congelados procedentes de agricultura ecológica, etc..
- Se usa más energía, se recorren largas distancias y se usan más materiales en los productos bio
- Compras y suministro de todo el mundo
- Se concentran los procesadores, distribuidores y minoristas (retail supermarkets)
- El “Global Organic” empieza a tener competencia del “Local Conventional”
- Los supermercados se vuelven más “verdes y limpios”
 - Ej. Supermercados de descuento empiezan a ofrecer productos bio

Panorama general de la UE y Tendencias del mercado

- El volumen de venta de productos bio en supermercados convencional está creciendo continuamente
- Se hace presente un “mecanismo convencional” con los productos bio como consecuencia de sacarlos del nicho de mercado. Además las cadenas de supermercados se mueven hacia el lado más sustentable en el sector.
- Cada vez son más raros los lugares de donde se suministran los productos debido a la falta de influencia positiva de los jugadores del sector en la agricultura ecológica.
- Consecuencias: La competencia y el reto del mañana en el sector minorista (retail) será en cómo vincular y contratar productores/proveedores fiables

Panorama general de la UE y Tendencias del mercado

- El sector de productos ecológicos representa entre el 5-25 % del mercado en Europa según el país y el producto
- En la mayoría de los países el sector creció a la misma tasa que la media del mercado en general.
- Los supermercados bio empiezan a tener mayor importancia en países del sur y este de Europa y Escandinavos
- Continuamente aparecen nuevas empresas especializadas en la venta minorista de algún tipo de producto
- La aparición de ventas más diversificadas y herramientas de mercadotecnia es un indicador de que el mercado bio está madurando

Panorama general de la UE y Tendencias del mercado

- Se diversifica el sector de venta minorista (retail), más formatos de supermercados: Hipermercados, supermercados, tiendas de conveniencia en estaciones de tren, centros comerciales, panaderías, carnicerías, etc..
- Aumenta la oferta de frutas y productos fuera de temporada y exóticos
- Más productos congelados y preparados
- Se hace más énfasis en productos que atiendan al “Lifestyle” y de alta calidad, etc.
- La combinación “Regional y Ecológico” es lo más deseable para el sector de ventas minorista

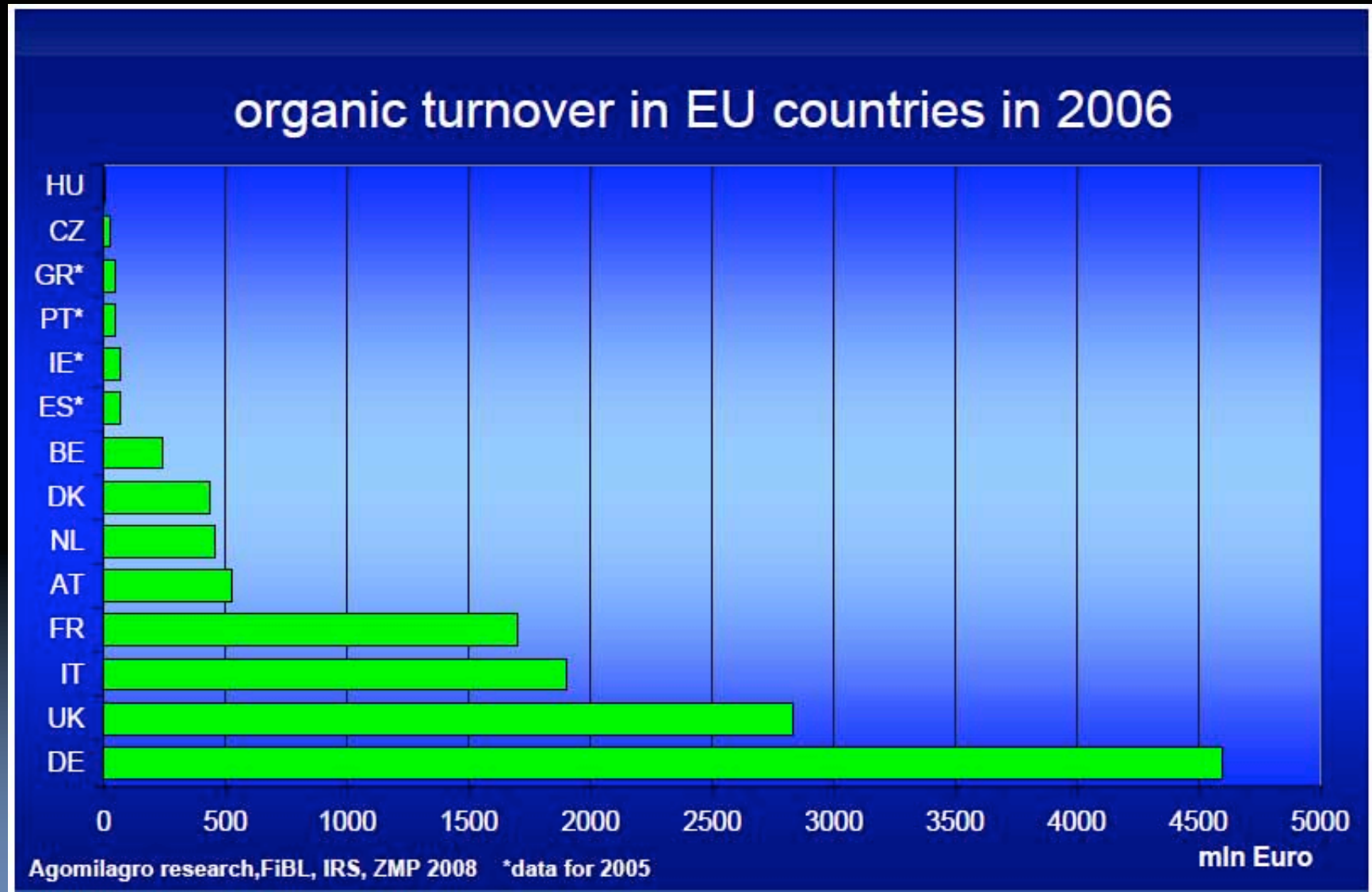
Panorama general de la UE y Tendencias del mercado

- El Sector de productos cosméticos y Cuidado natural y productos de naturales para el hogar se está expandiendo
- La falta de suministro es uno de los mayores retos y puede provocar inflación en los precios

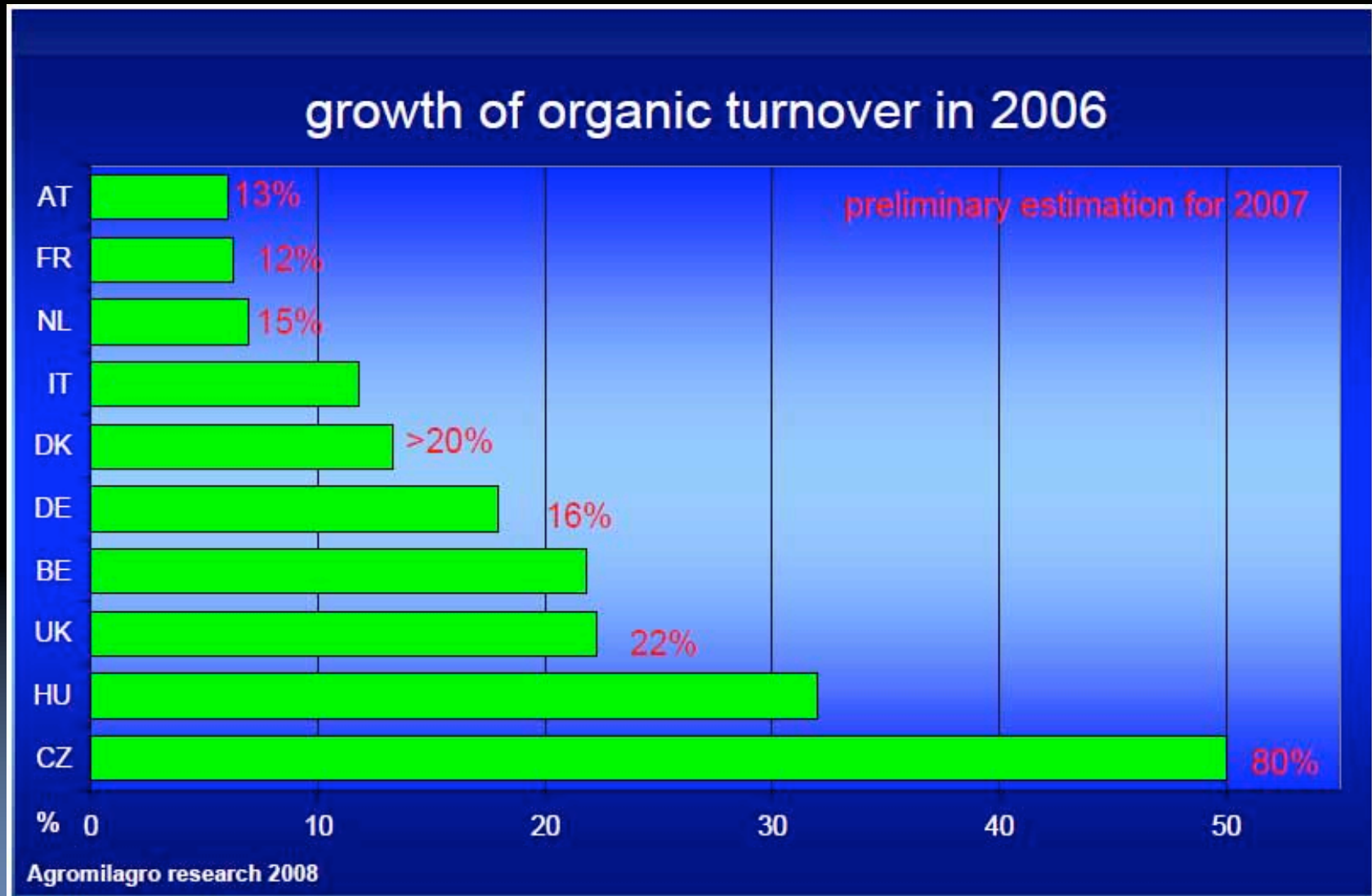
Panorama general de la UE

- Tamaño del mercado (2006) \$ 20 miles de millón USD
- Tasa de crecimiento 16 % anual
- Principales Mercados EUA, Alemania, Reino Unido, Francia, Italia
- Mercado mayor Alemania
- Principal canal de distribución Supermercados
- Desallorro Posibilidad de crecimiento; falta de suministro

Situación por países

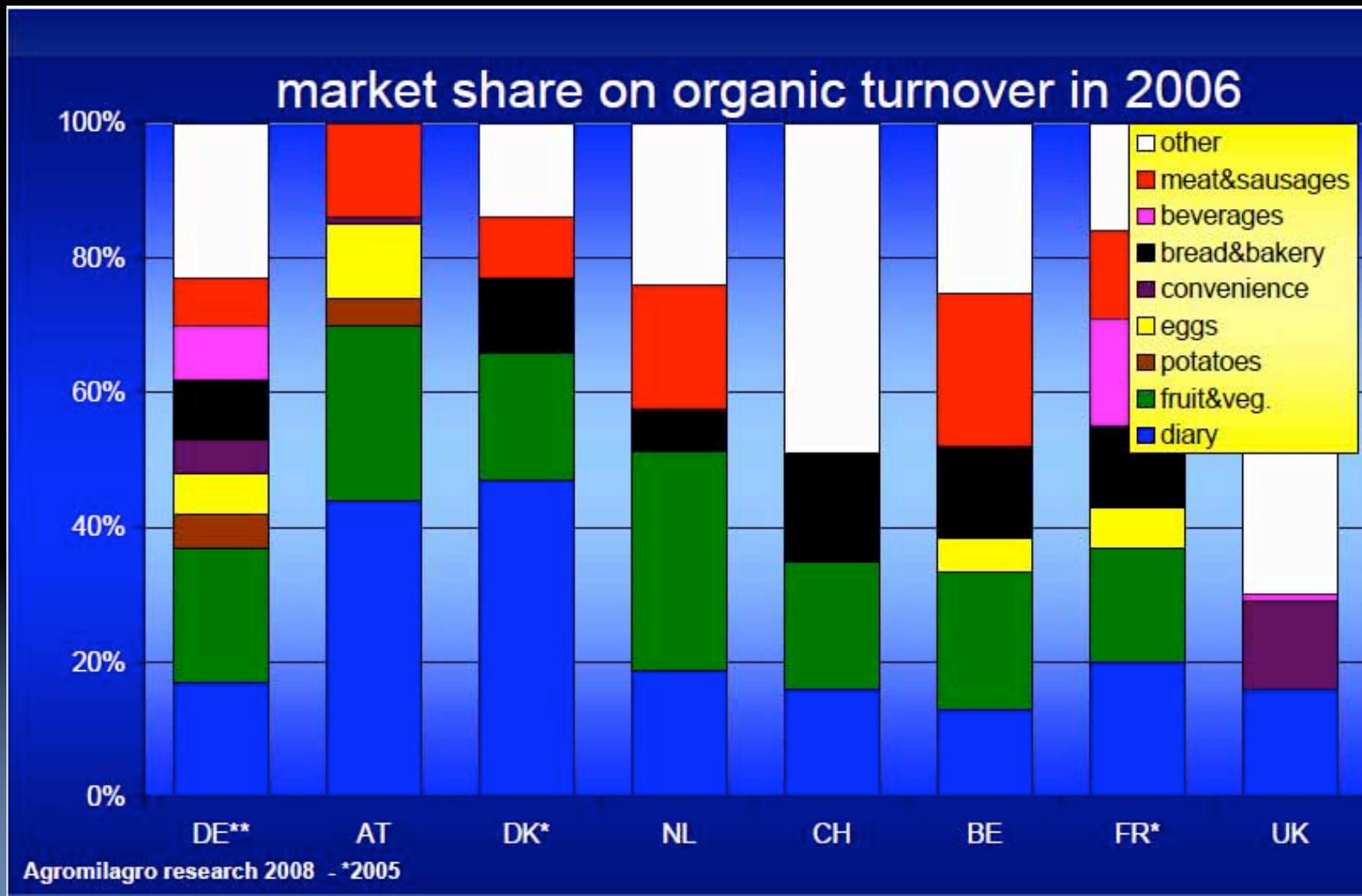


Situación por países

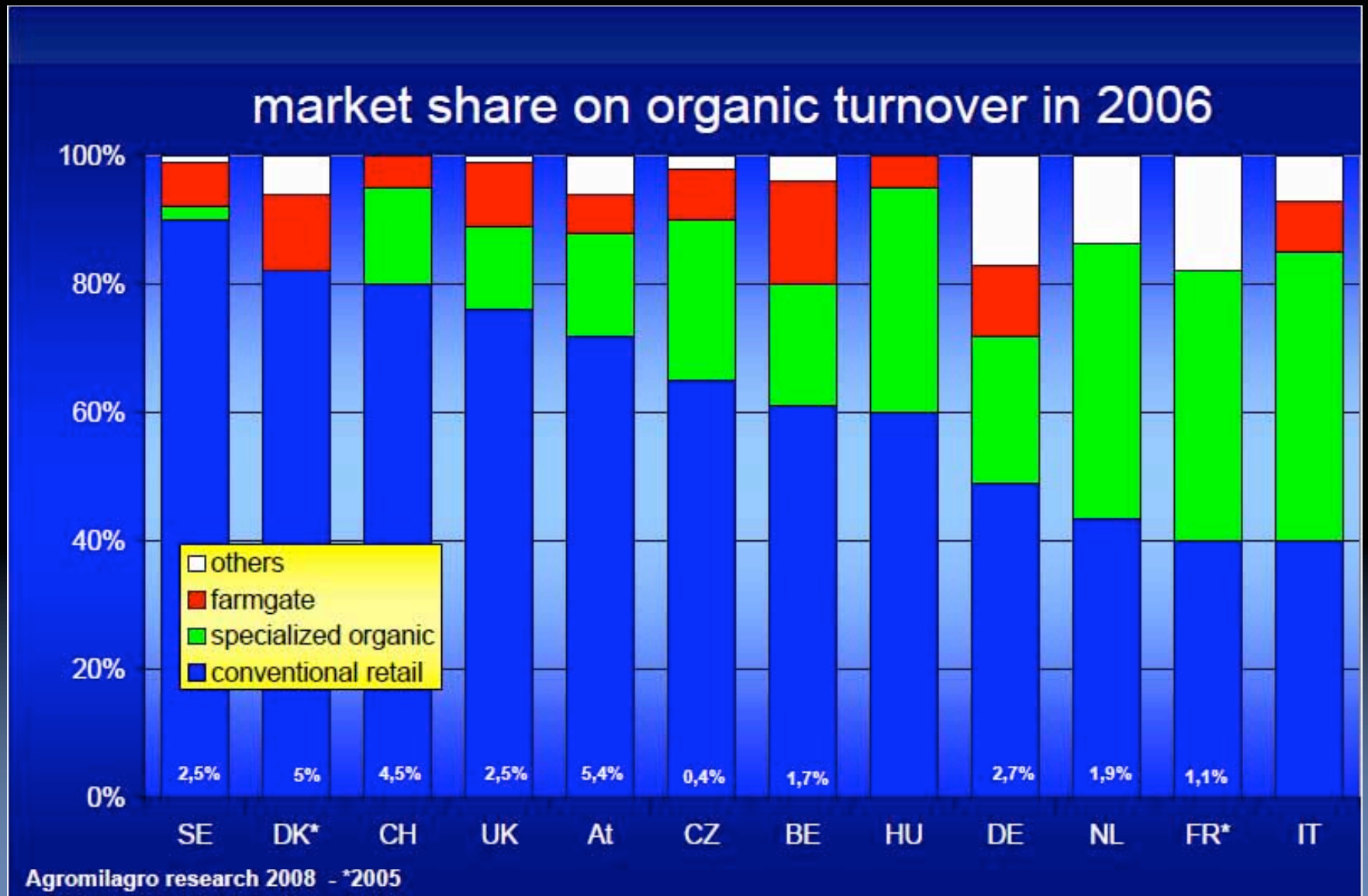


Fuente: BioFach 2008

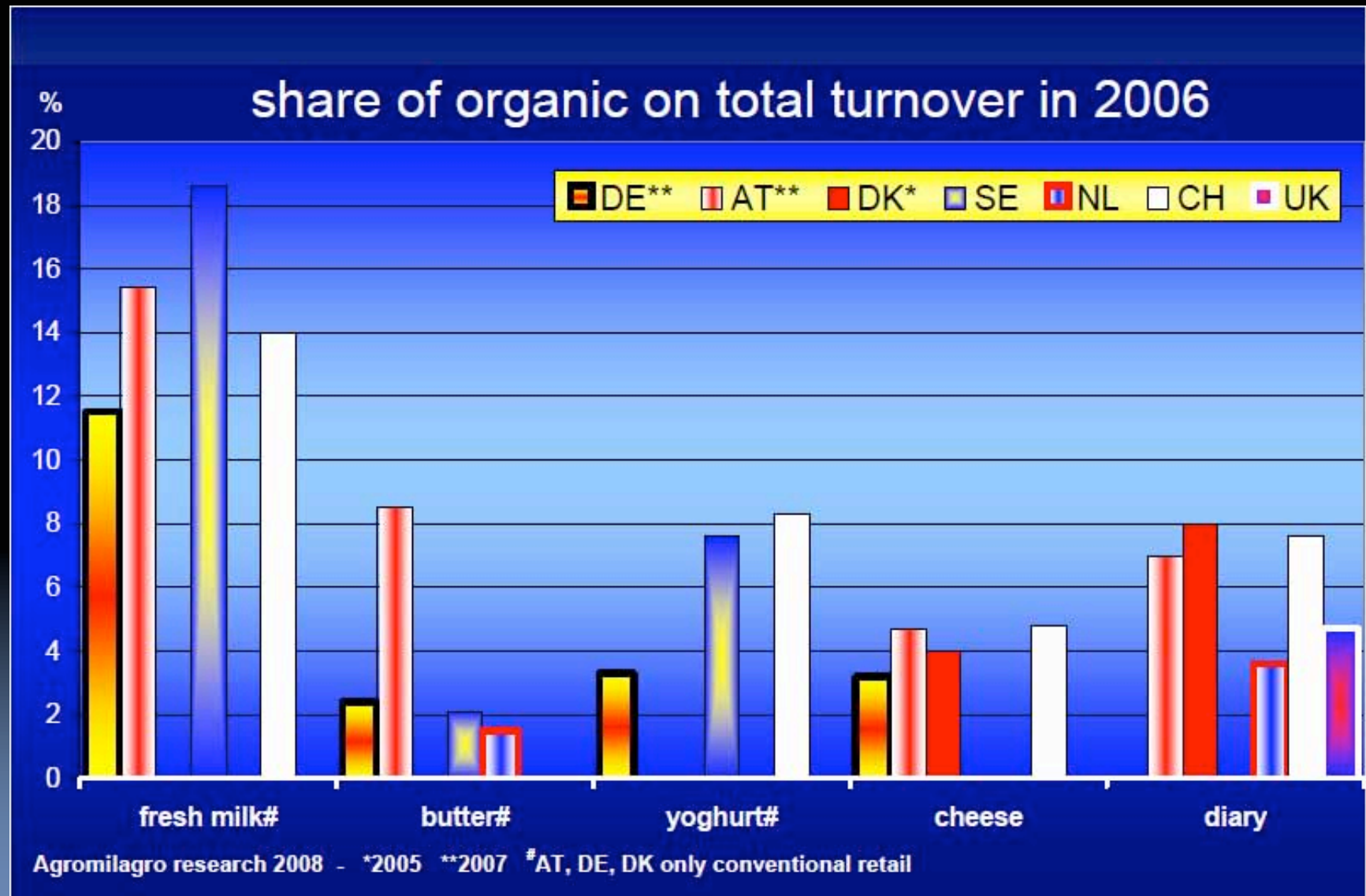
Situación por países



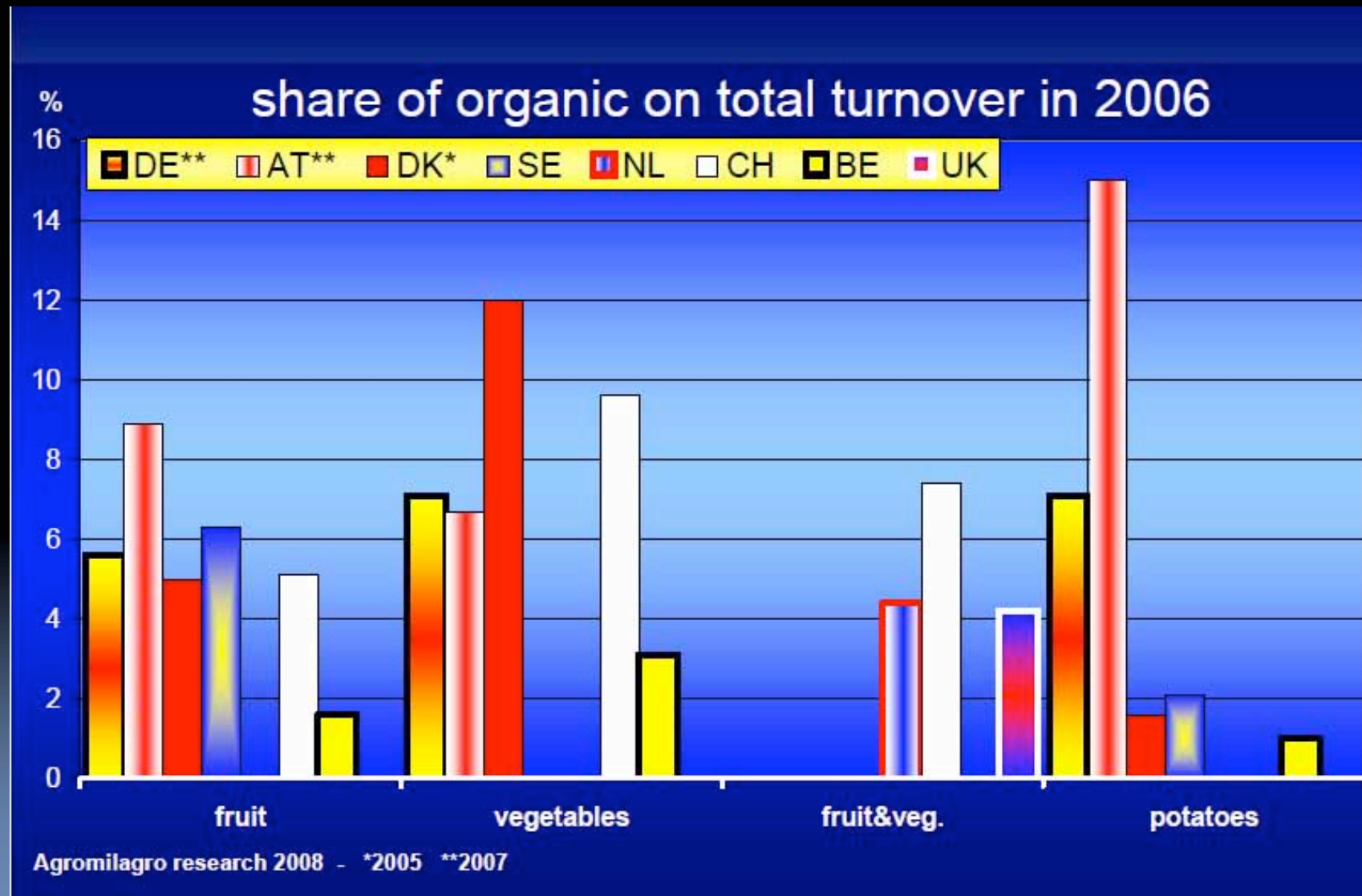
Situación por países



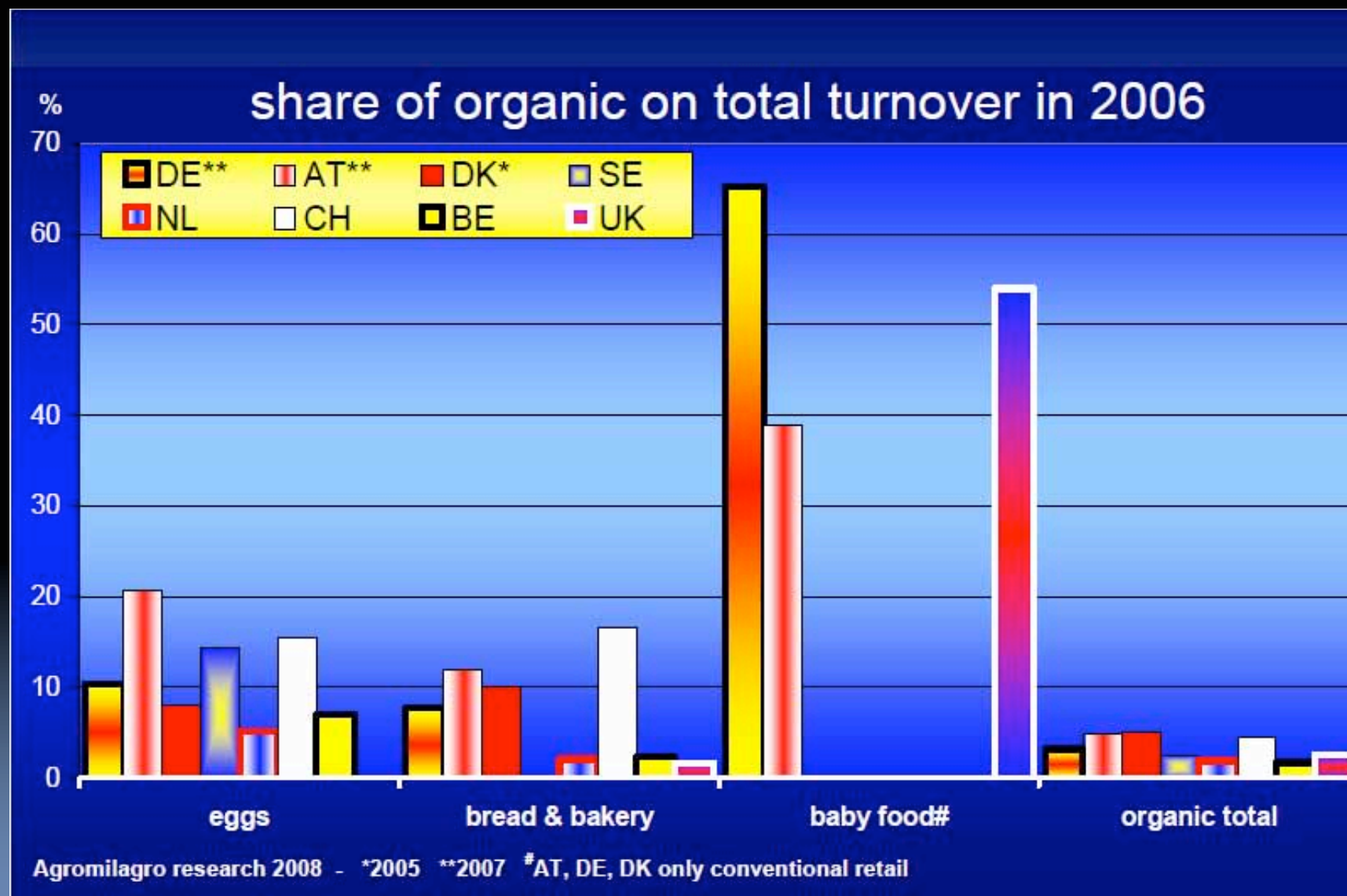
Situación por países



Situación por países



Situación por países

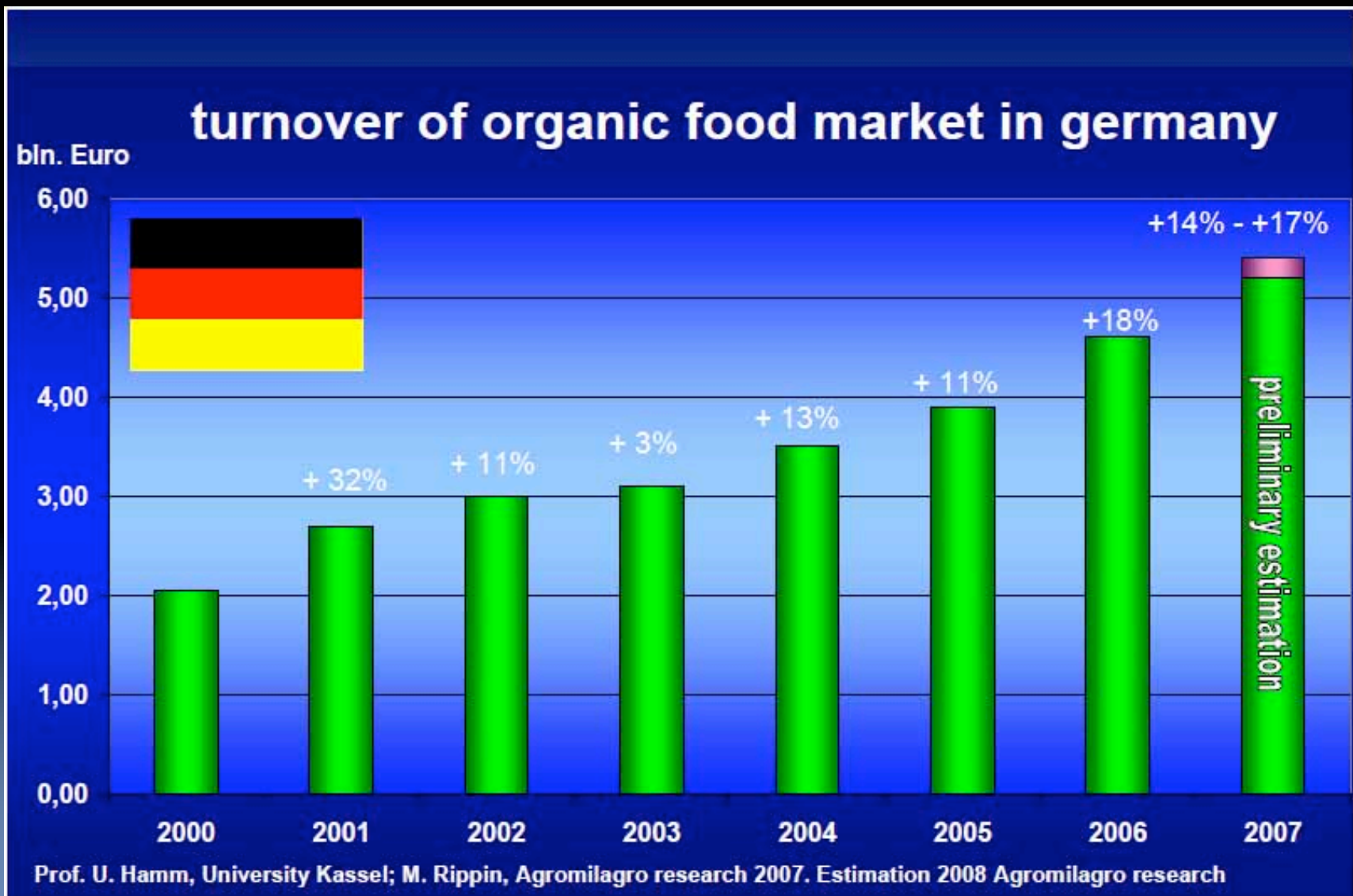


Situación por países – Alemania



- El sector especializado de venta minorista se ve amenazado por el sector de venta convencional
 - Ej. REWE abre tiendas de productos bio
- Hay 450 supermercados bio y creciendo
- La cadena Basic de supermercados bio es comprada por el Grupo Schwarz (tiendas Lidl de súper descuento “Hard discount”)
- Aumenta el suministro de productores tradicionalmente ecológicos, como Demeter, a supermercados convencionales

Alemania



Suiza



- Sector de productos ecológicos es del 15 % del total del sector bio
- El crecimiento del sector fue de 6 % y el sector de venta minorista (Retail) de 10 %
- Fusión de tres distribuidores mayoristas Eichberg, Vanadis and Via Verde a la empresa líder del sector 'Bio Partner Schweiz AG' (60 M € en ventas / 85% de la cuota de mercado)
- Programas de promoción específicas sin descuento en el precio ayuda a aumentar las ventas sin reducir el precio (ej. Vino, queso, hortalizas y vegetales específicos; desarrollado por 'Bio Plus AG')
- Premio al mejor minorista Bio – es la primera vez que se da esta competencia en Suiza

Italia



- El sector bio experimentó un crecimiento del 15 % mientras el convencional se estanco
- Los supermercados especializados tienen el 60 % del mercado, han crecido más, se han modernizado y han instalado tiendas de mayor tamaño
- El distribuidor mayorista más grande 'Ecor' tiene su propia cadena de supermercados "Natura Si" con 60 tiendas a nivel nacional
- 650 escuelas sirven comida procedente de alimentos ecológicos

Reino Unido



- La cadena más grande del mundo de supermercados bio, Whole Foods entra el mercado Europeo en 2007. En el centro de Londres abre una tienda de 7,400 m² y 500 empleados; cerca del 30 % esta certificado como ecológico
- El sector especializado de venta minorista (Retail) con fuerte crecimiento. La cadena Planet Organic se expande a nivel nacional

Austria



- La entrada de los supermercados Alemanes Denree y Basic generan crecimiento en el sector
- La empresa Livit austriaca de tiendas de conveniencia y panadería tiene expansión continuada
- Sonnentor comenzó a vender franquicias de sus tiendas de té, hierbas y especias.

Europa Central y del Este

- República Checa
 - Crecimiento muy elevado, se estima un 80% anual
 - Tiendas especializadas perdiendo cuota de mercado contra el comercio del sector convencional
- Polonia
 - Nueva cadena de supermercados especializados Organic Farma Zdrowia abre 15 tiendas
 - Las tiendas especializadas tienen el 70 % del las ventas del sector
- Hungría
 - Tiendas especializadas perdiendo cuota de mercado
 - Nuevas tiendas 100 % bio abriendo
 - Los mercados de agricultores son muy populares