

“MERCADOS DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS: ARAGÓN Y EUROPA”

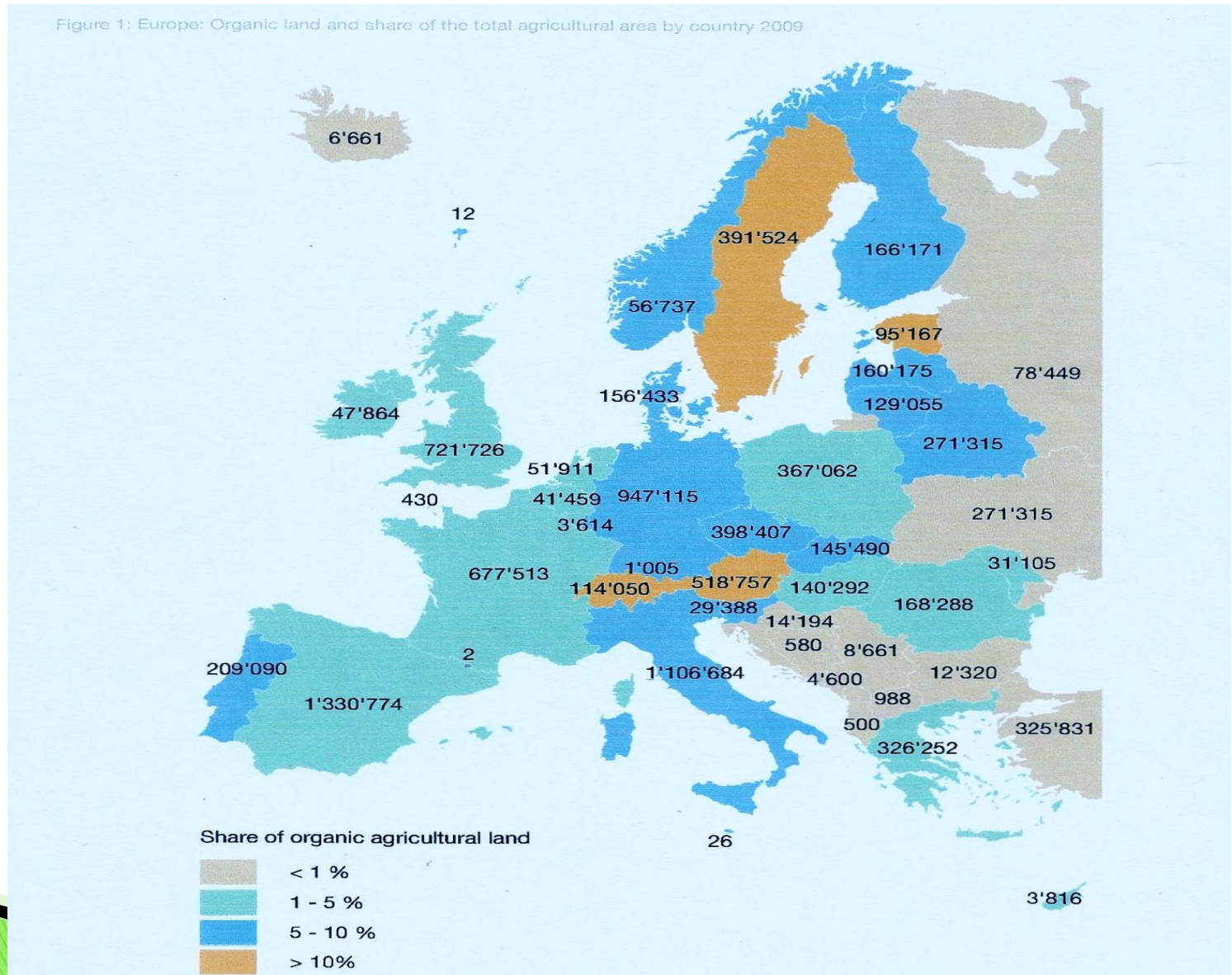
Juan Camón Cala

11 de abril de 2013 – I Encuentro Slowfood:
Alimentos ecológicos: Un futuro esperanzador

▶ INTRODUCCIÓN

- Europa: Producción y comercialización
 - Ref. “The Organic Market in Europe” SIPPO (FiBL)
- Aragón: Comercialización (Canales cortos).
 - Ref. “Producción y consumo ecológico en Zaragoza Provincia: Efectos de la distribución km. 0” – Cuarto Espacio DPZ.
- Otras Referencias: Cuaderno de Innovación nº7 del Observatorio Europeo LEADER de julio de 2000, “Innovación en el medio rural”.

PRODUCCIÓN EN EUROPA: Hectáreas en producción ecológica y % sobre el total (2009).

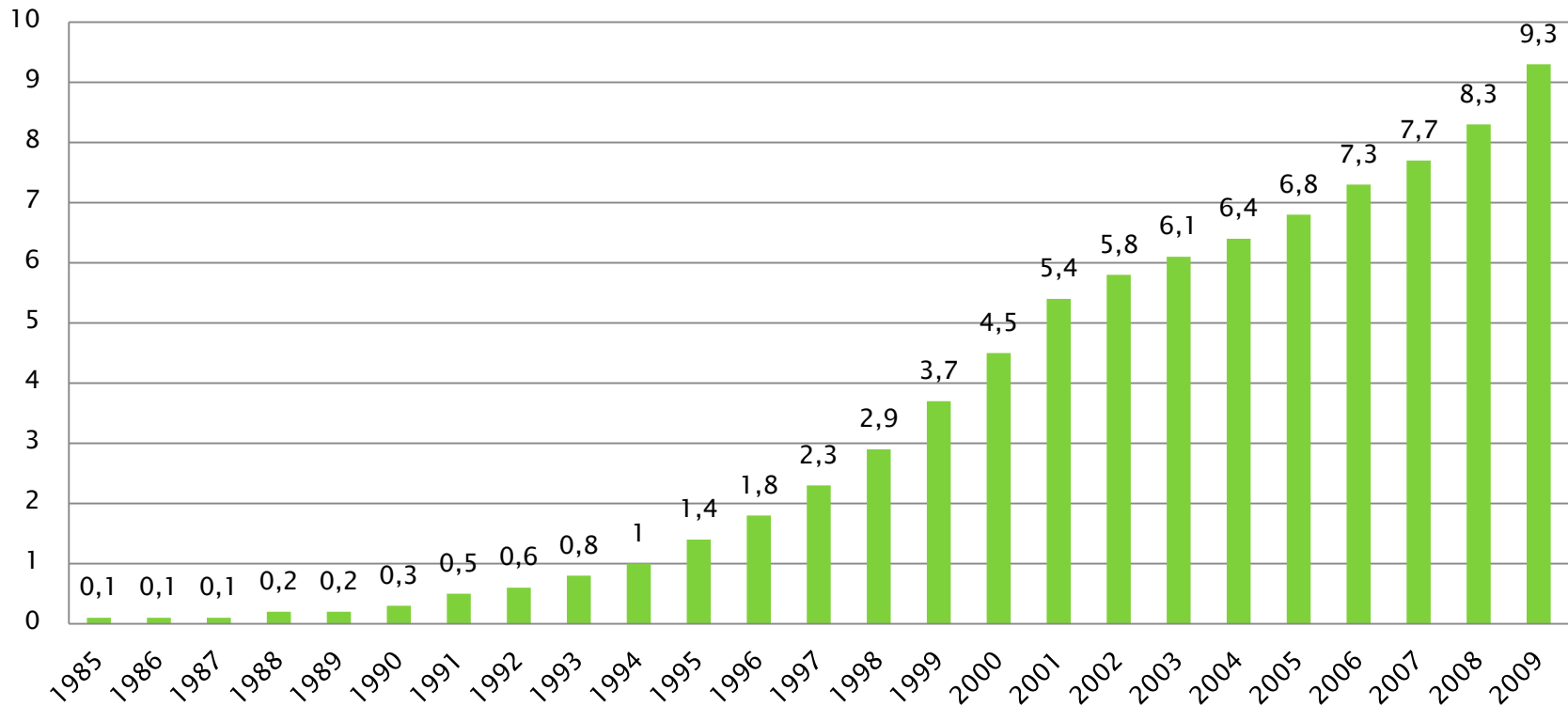


► Producción en Europa

- Productores:
 - 2000 → 150.000 aprox.
 - 2008 → 257.545
- Producción:

Tierra arable (40%)	Cultivos permanentes (11%)	Pastos (45%)
Cereal (18% total sup. Cultivada) → 1,74 mill. Ha. 1º Italia, 2º Alemania, 3º España, 4º Ucrania	Olivo (336.000ha.)	España (760.000ha.)
Hortaliza; Principales productores (2009): Italia, Reino Unido y Alemania.	Vid (168.000 ha.) Destaca incremento 30% vid ecológica de 2008 a 2009.	Alemania (514.000 ha.)
	Frutos secos (160.000 ha.)	Reino Unido (496.000 ha.)

TIERRA DE CULTIVO EN MILL. HECTÁREAS



EUROPA: Mercado de alimentos orgánicos

▶ Algunos datos...

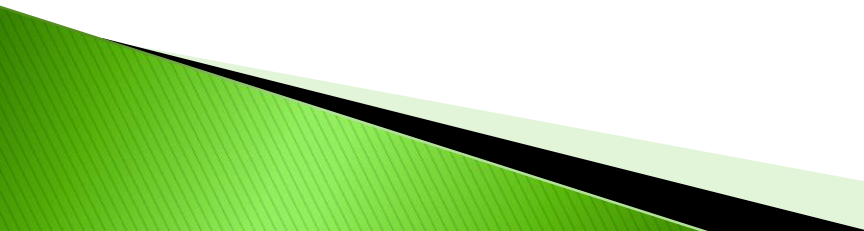
- Volumen del mercado de alimentos orgánicos
GLOBAL: **54.900 mill. \$** en 2009 (48% en Europa y 48,1% América del Norte).
- En 1999 era de 15.200 mill. \$ → Triplicado en 10 años.
- En Europa, minoristas + Tiendas especializadas + ventas directas productor–consumidor fueron de 18.400 mill. € en 2009.
 - Alemania 5.800 mill. €
 - Francia 3.000 mill. €
 - Reino Unido 2.100 mill. €
 - Italia 1.500 mill. €

COUNTRY	Sales, total (Mill. €)	euros/person	share of food market [%]
Austria	868	104	6
Belgium	350	32	1,5
Bulgaria	5	1	
Croatia	37	8	0,8
Cyprus	2	2	
Czech Republic	68	7	0,7
Denmark	765	139	7,2
Estonia	12	8,8	1
Finland	75	14	1
France	3041	47	1,9
Germany	5800	71	3,4
Greece	58	5	
Hungary	20	3	0,3
Ireland	106	24	
Italy	1500	25	
Liechtenstein	3	84	

COUNTRY	Sales, total (Mill. €)	euros/person	share of food market [%]
Luxembourg	41	103	3,3
Montenegro	0,1	0,1	
Netherlands	591	36	2,3
Norway	114	2,4	1,3
Poland	50	1,3	0,1
Portugal	70	7	0,5
Romania	3	0,1	
Russian Federation	65		
Slovakia	4	0,8	
Slovenia	34	17	
Spain	905	20	
Sweden	735	75	4
Switzerland	1023	132	5,2
Turkey	4	0,1	
Ukraine	1		
United Kingdom	2065	34	

EUROPA: Mercado de alimentos orgánicos

▶ Algunos datos más...

- Principales consumidores per capita: Dinamarca, Austria, Suiza.
 - Nuevos miembros UE: Consumo muy bajo y producción creciente.
 - A pesar de la crisis → crecimiento especialmente en Francia (+19%) y también en países escandinavos + Suiza y Austria.
 - La crisis 2008 → afectó, pero menos → Mercado alemán estable; sólo mercado UK cayó un 12,9%
 - En 2010 hay indicios de crecimiento (a un dígito).
- 


EUROPA: Mercado de alimentos orgánicos

▶ Distribución y venta

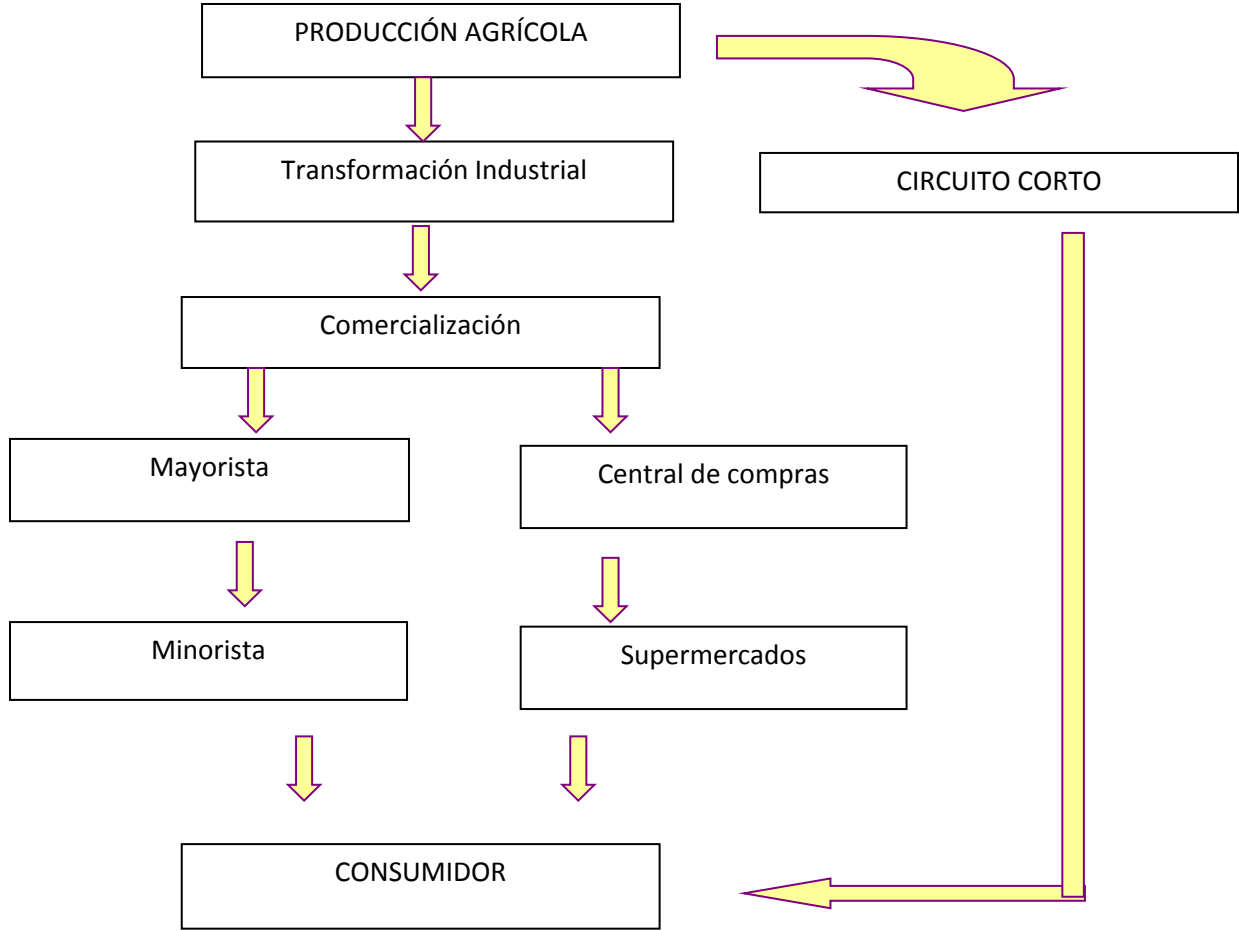
- Mayoría de países europeos → 50% ventas (productos orgánicos) en supermercados convencionales.
- Escandinavos, Británicos, y Suizos compran en canales convencionales (cadenas comerciales).
- En países del sur la tendencia es a vender en tiendas/mercados especializados.
- La tendencia que indican los expertos es hacia la venta en las cadenas convencionales en los próximos años.

ARAGÓN, Producción y CCC

▶ INTRODUCCIÓN:

- Motivación → Conocer asimetrías existentes en el reparto de márgenes
- Conocer tendencias en el uso de CCC en consumo y producción ecológica
- Conocer nuevas perspectivas de crecimiento y evolución en el sector.
- 

C
I
R
C
U
I
T
O
S



TIPOS DE CANALES CORTOS

FÓRMULAS TRADICIONALES

- **Mercados**
- **Tienda de barrio**
- **Venta directa en finca**

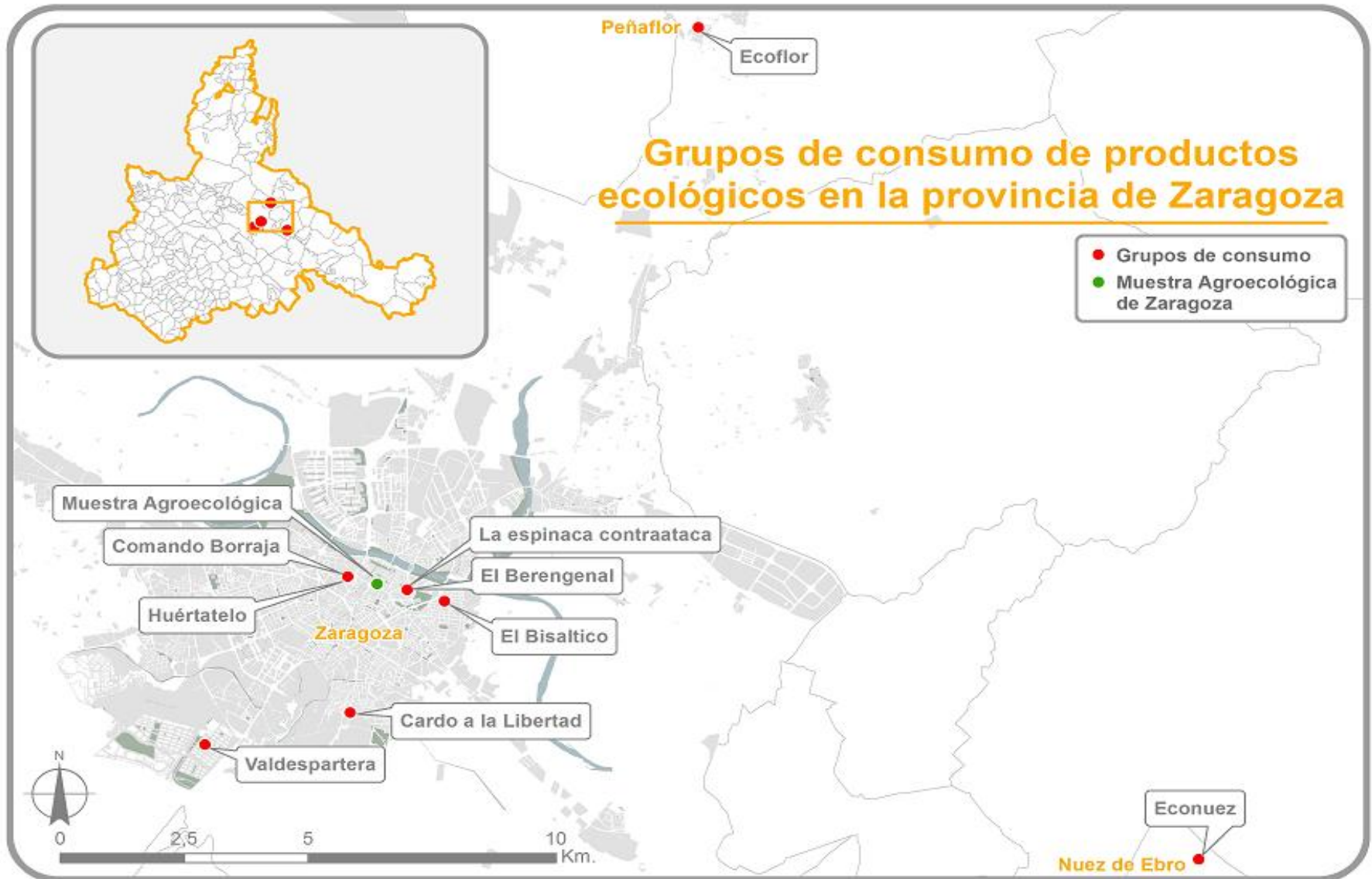
NUEVAS TENDENCIAS

- **Cestas**
- **Cooperativa/grupo de consumo**
- **Venta online**

▶ PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN:

- ¿Cuáles son las dimensiones del fenómeno de las experiencias en CCC de productos ecológicos en Zgz/Aragón y cómo se pueden mejorar?
- Es decir:
- → ¿Qué tipo de experiencias se están dando y dónde?
- → ¿Qué ventajas e inconvenientes se están encontrando productores y consumidores de productos ecológicos a la hora de utilizar estos canales?
- → ¿Pueden mejorarse algunos aspectos en CCC para que se favorezcan los intercambios?

CCC en la producción y el consumo ecológico en Zaragoza



CCC en la producción y el consumo ecológico en Zaragoza

Productores ecológicos en Aragón que utilizan Canales Cortos de Comercialización










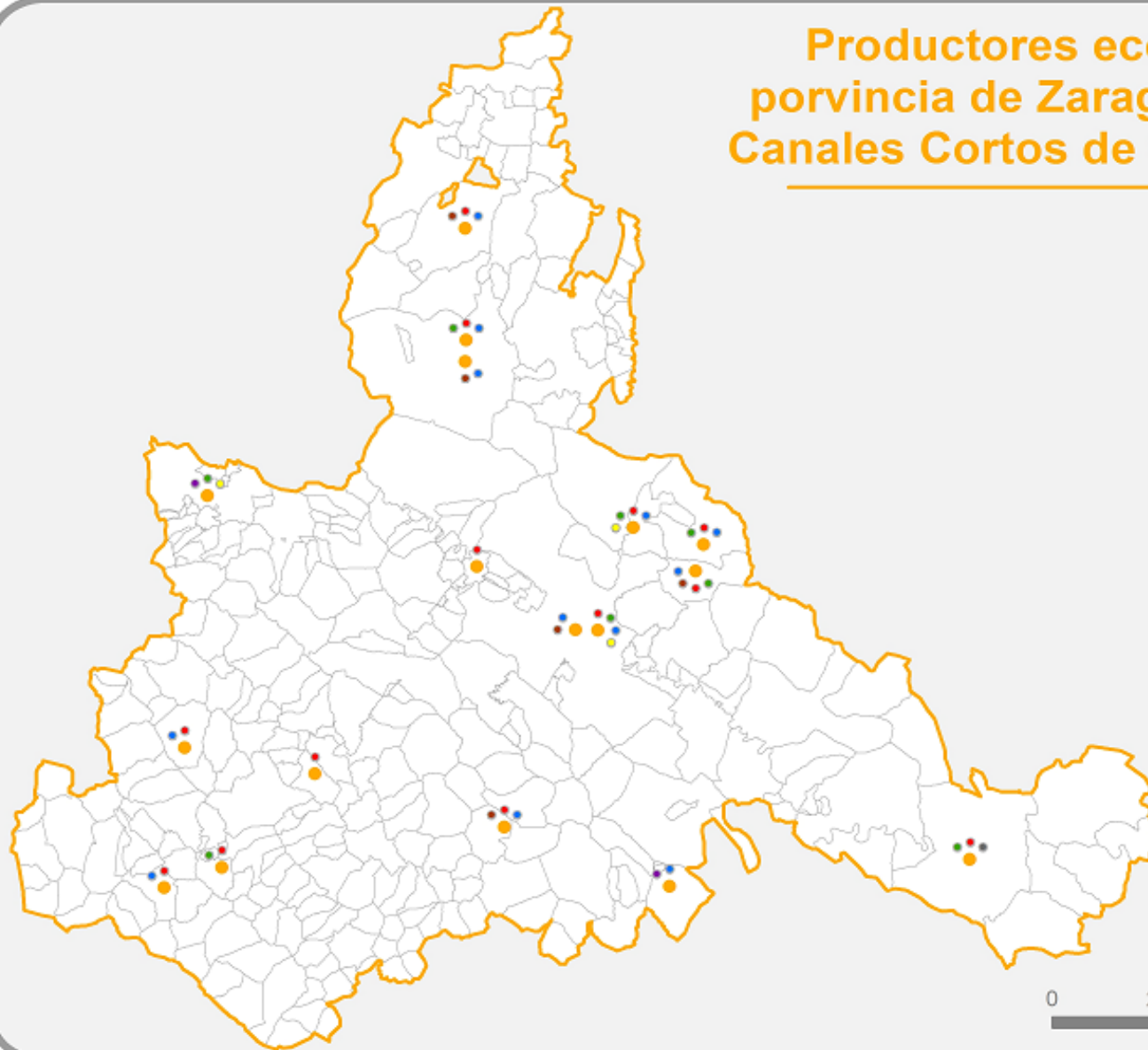
CCC en la producción y el consumo ecológico en Zaragoza

Productores ecológicos en la provincia de Zaragoza que utilizan Canales Cortos de Comercialización

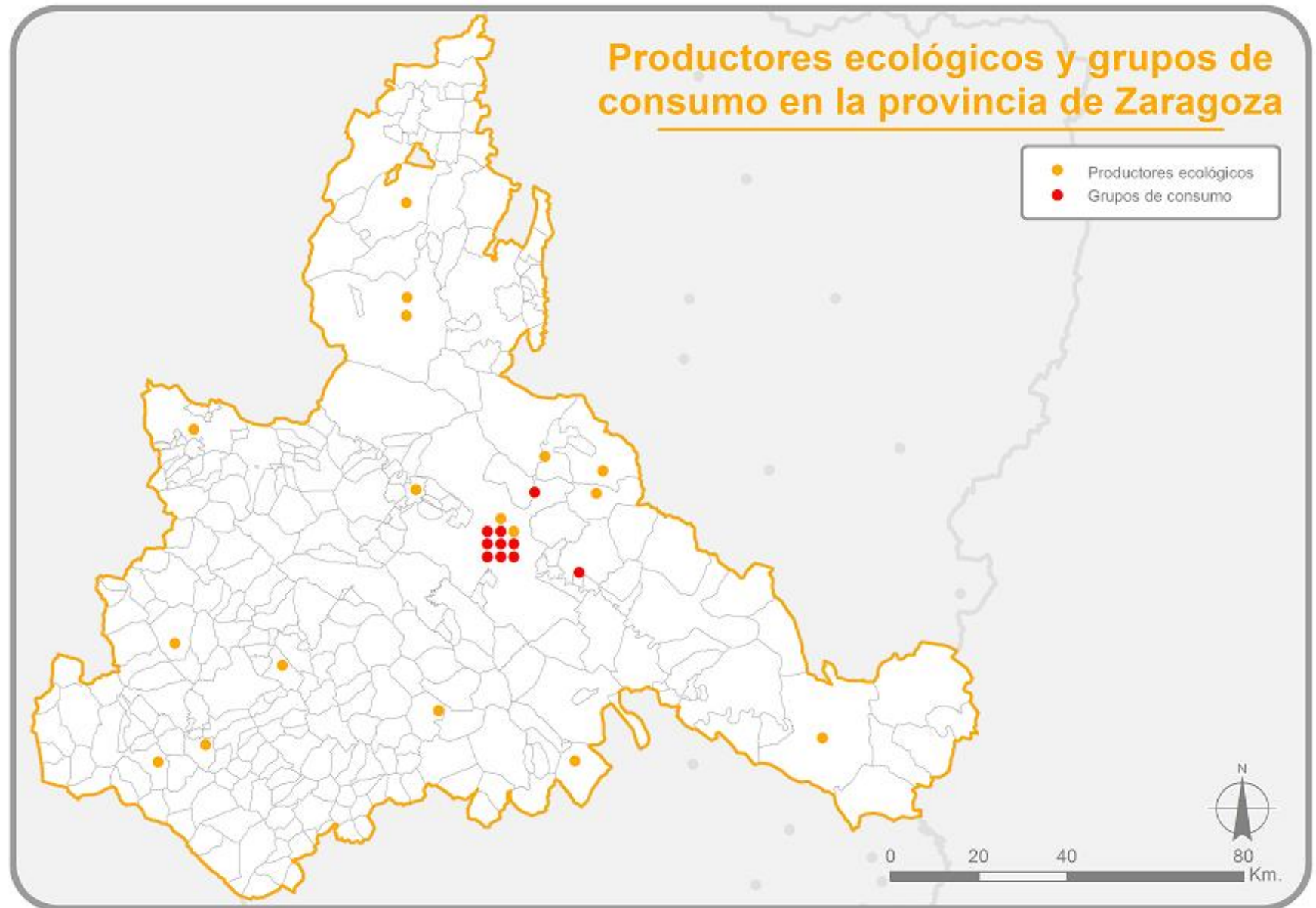
 Productores ecológicos

Distribución en CCC

-  Venta directa
-  Mercados
-  Tiendas de barrio
-  Web
-  Venta en cooperativas
-  Cestas de productos
-  Otros



CCC en la producción y el consumo ecológico en Zaragoza



CCC en la producción y el consumo ecológico en Zaragoza

CONCLUSIONES

- ▶ Concentración en Zgz → Ampliación 2ª ciudades (Huesca, Teruel, Barbastro Sariñena, Alcañiz...)
- ▶ 3 Tendencias: Mercados + grupos consumo + tiendas de barrio*
- ▶ Preocupación por calidad y comodidad en el servicio
- ▶ Dispersión salvo dos excepciones (Zgz y Matarraña)
- ▶ Preferencia por venta en mercados y en finca
- ▶ Enfoque en el producto

CONSUMO

PRODUCCIÓN

“MERCADOS DE ALIMENTOS ECOLÓGICOS: ARAGÓN Y EUROPA”

Juan Camón Cala

11 de abril de 2013 – I Encuentro Slowfood:
Alimentos ecológicos: Un futuro esperanzador