



Mercado productos orgánicos en países europeos seleccionados



Eduardo Busquets
Director Comercial
Oficina Comercial Hamburgo
Septiembre 2009

Mercados seleccionados

Alemania



Reino Unido



Francia



Italia



Dinamarca



Holanda



Qué es un producto orgánico?

Los Productos Orgánicos se obtienen de sistemas productivos sustentables, mediante:

- el uso racional de los recursos naturales
- la no utilización de productos de síntesis química
- el incremento y/o mantenimiento de la biodiversidad
- el respaldo por medio de registros que avalen el manejo aplicado
- Un producto orgánico debe poseer identidad e integridad y debe estar certificado por una certificadora habilitada.
- ...

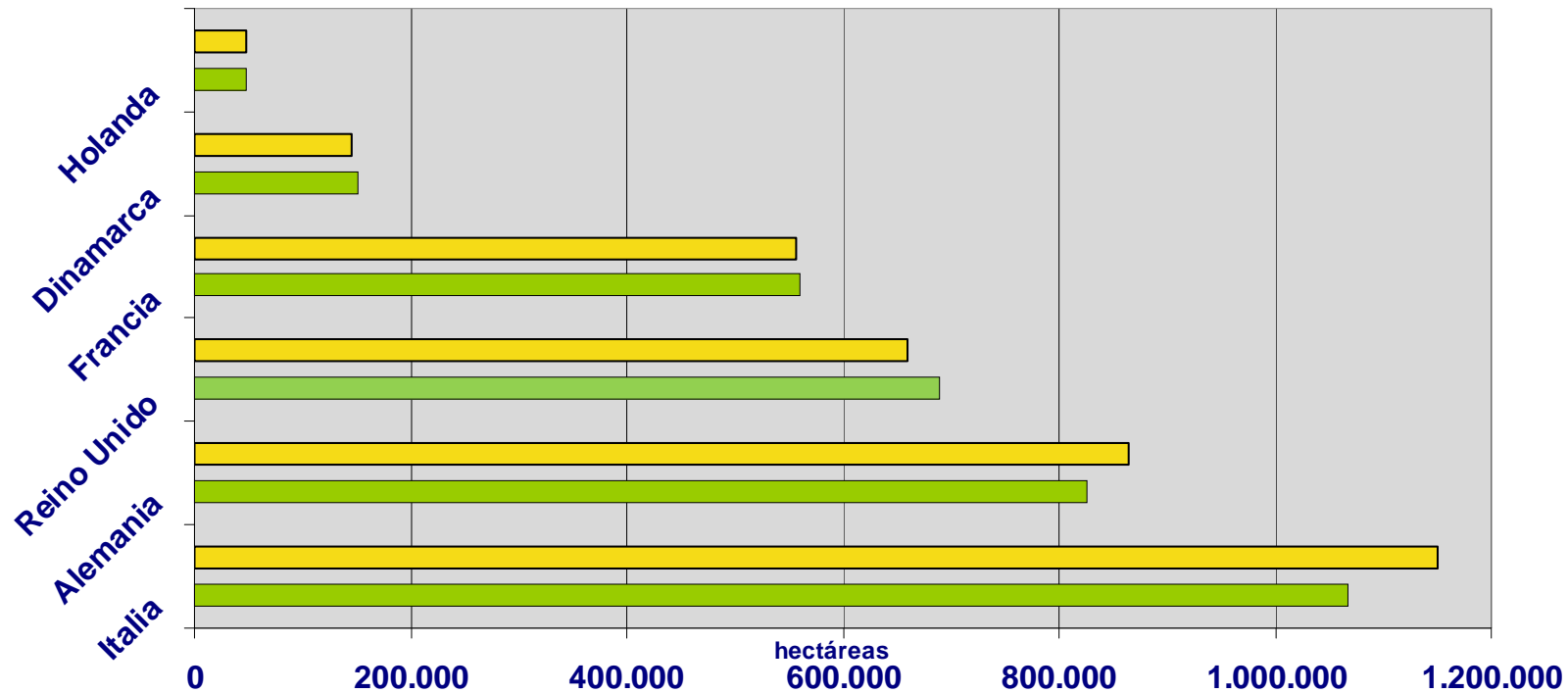
→ **Nueva Reglamentación EU No. 834/2007 y 889/2008**

Evolución y tendencias en Europa

Superficie de cultivos orgánicos en países europeos seleccionados 2006-2007

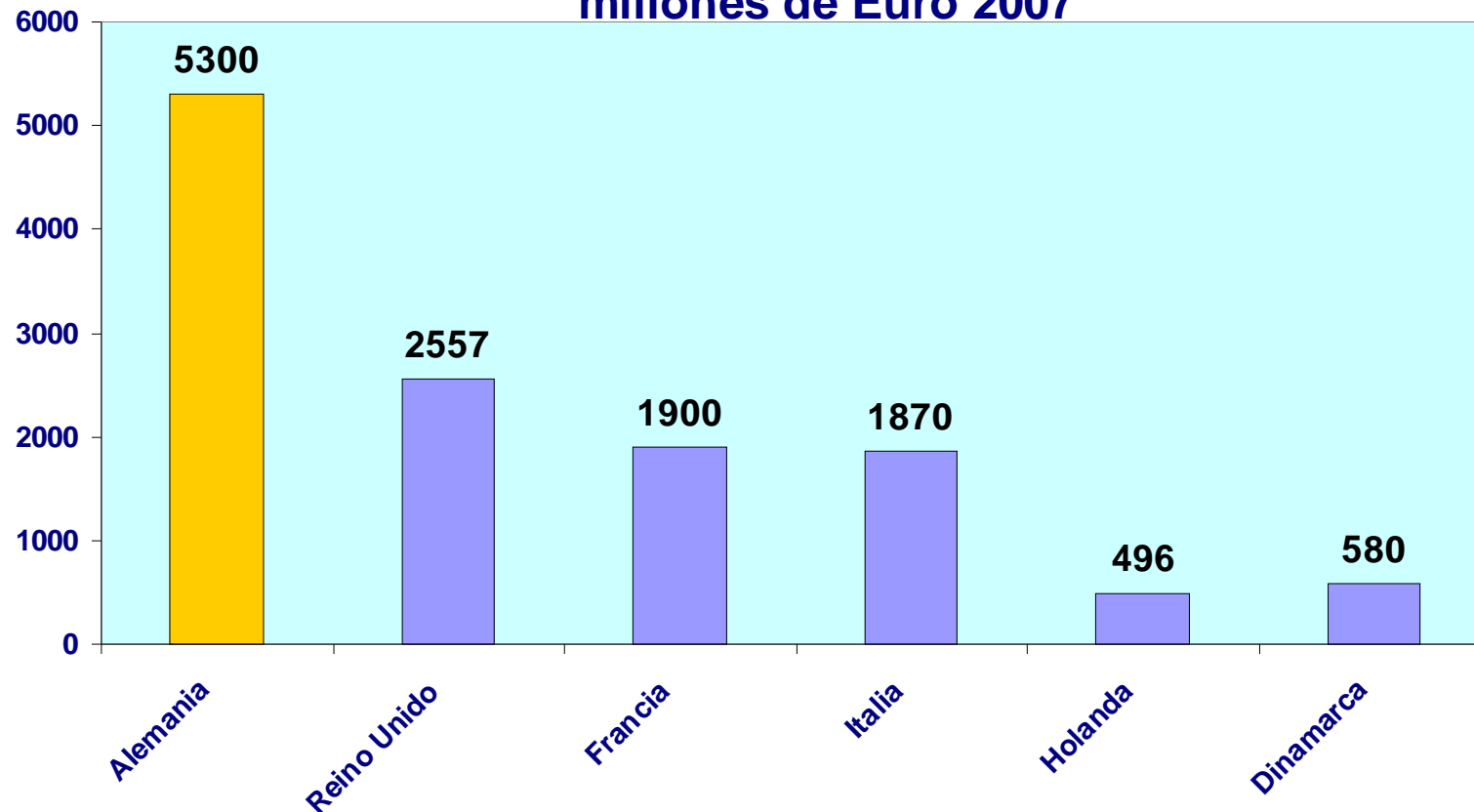
2007

2006



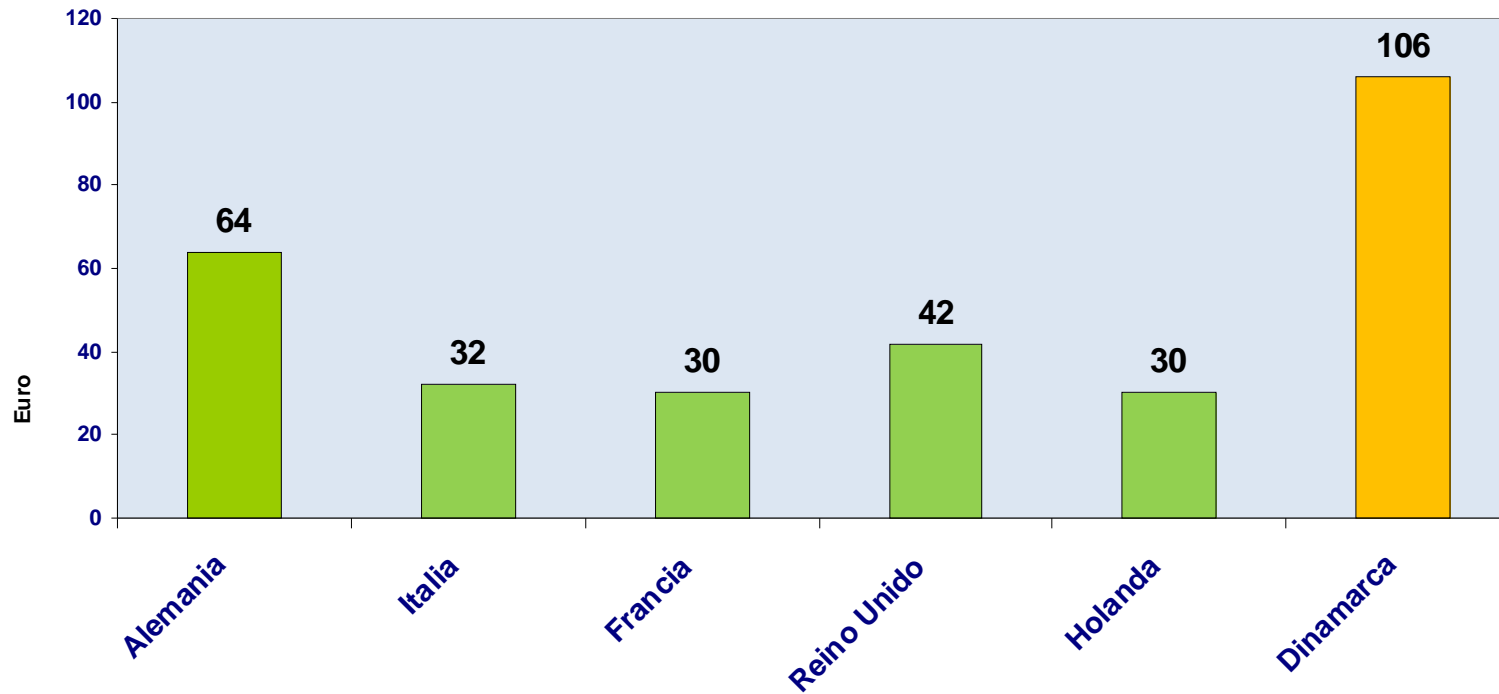
Evolución y tendencias en Europa

Volumen de venta de productos orgánicos
millones de Euro 2007



Evolución y tendencias en Europa

**Gastos per cápita para productos orgánicos 2007 (Euro)
países seleccionados**





Evolución y tendencias en Alemania

- Crecimiento 2008 +10% (Total 5,9 mil millones de Euro)
- Mayor mercado retail orgánico
- Participación orgánicos en ventas alimentos (3,5%)
- Creciente participación Discounters
- Productos más importantes: leche y productos lácteos, verduras, fruta, carne y productos cárnicos

**54.000 productos
con sello orgánico
estatal**





Puntos de venta orgánicos en Alemania



Kaufhof, multitienda premium



Supermercado convencional (cadena REWE)



Puntos de venta orgánicos en Alemania



Feria libre orgánica



Supermercado orgánico



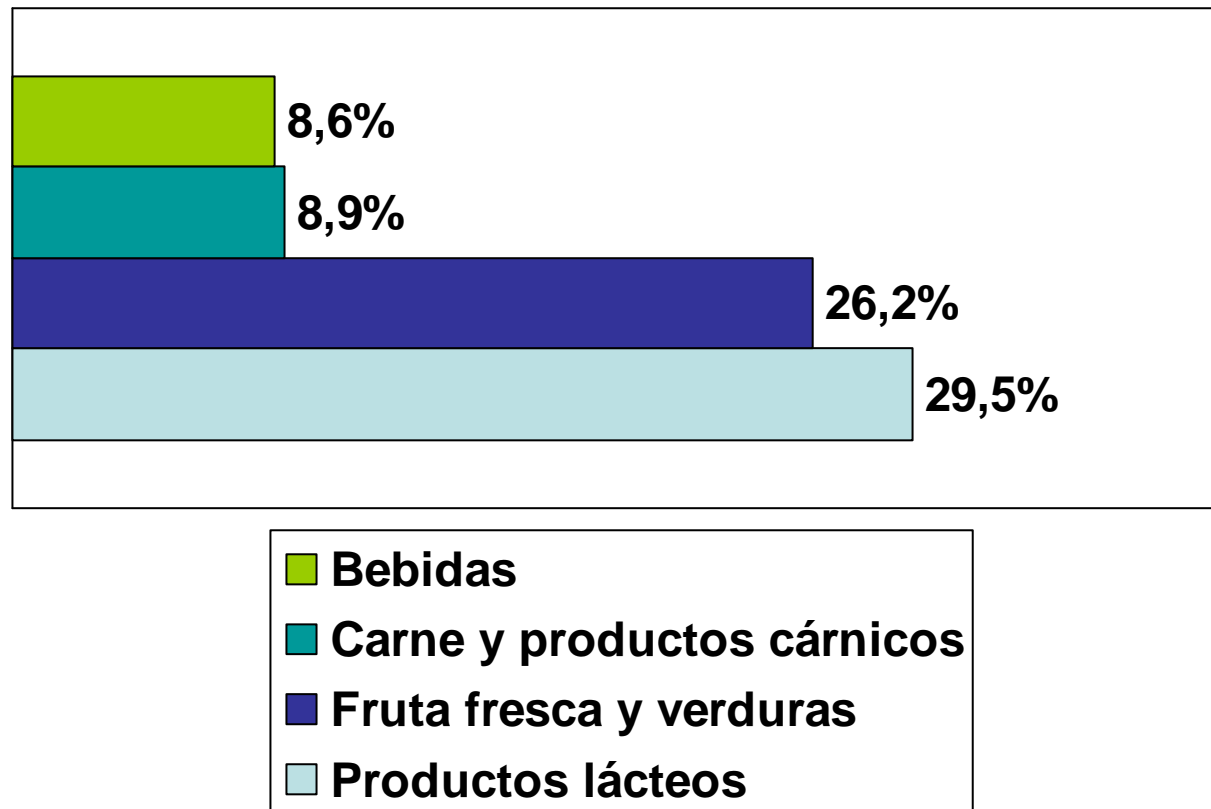
Evolución y tendencias en Reino Unido

- Mercado retail orgánico aumentó en un 10% entre 2006 y 2007.
- 90% de los hogares compra productos orgánicos.
- Productos más importantes: Frutas y verduras, seguido por productos lácteos.
- Productos con importante aumento en ventas: carne, productos cárnicos, pescado.
- Concepto orgánico posicionado como un producto premium.
- Alta relación orgánico – fair trade.





Compra de productos orgánicos en hogares británicos 2008





Puntos de venta orgánicos en Reino Unido

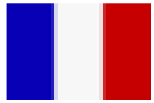




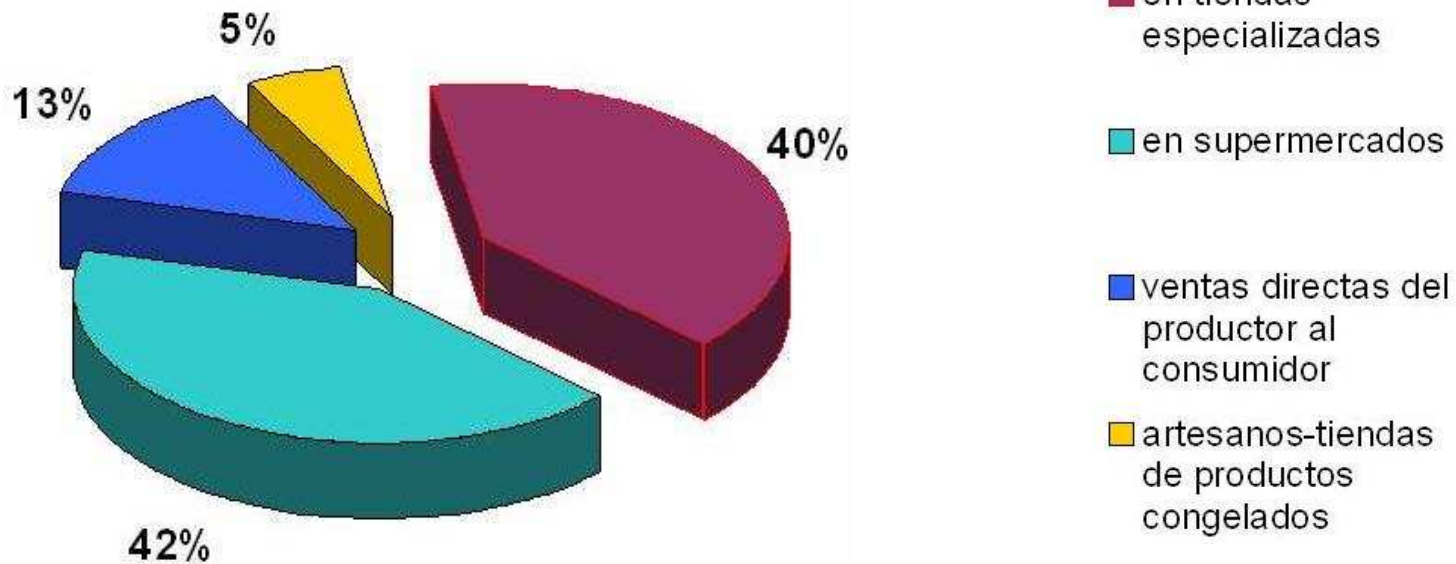
Evolución y tendencias en Francia

- Incremento de ventas orgánicas más de un 60 por ciento en los últimos tres años.
- Gran productor y exportador orgánico, bajo consumo per cápita
- Consumidores cada vez más preocupados de evitar pesticidas y OMG.
- Gobierno también auspicia alimentación orgánica, instalándola en colegios y restaurantes.





Canales de distribución de productos orgánicos en Francia



cadena
importantes:

14



NATURALIA



proCHILE
35 años



Puntos de venta orgánicos en Francia



Supermercado bio



Feria libre



Evolución y tendencias en Italia

- Mayor productor y exportador europeo
- Crecimiento del mercado en un 10% (2006 al 2007)
- Mayores alzas: alimentos para bebés (36%), frutas y verduras (25%)
- Productos más importantes: productos lácteos, frutas, verduras.
- Tiendas orgánicas más importantes: Natura sí, Ecor,
- Supermercados: Esselunga, Coop, Carrefour
- 70% de productos orgánicos se venden en Norte de Italia



**associazione mediterranea
agricoltura biologica**



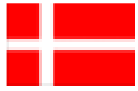
Puntos de venta orgánicos en Italia



Supermercado organico



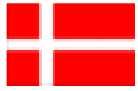
Feria libre orgánica



Evolución y tendencias en Dinamarca

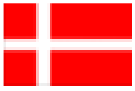
- Crecimiento 2007-2008: + 25% - Total 604 millones de Euro
- Múltiples Retailers son el canal de distribución más importante.
 - Alto nivel de concentración (Coop Danmark, Dansk Supermarket, SuperGros)
- Principal consumidor per cápita de productos orgánicos.
- Productos más importantes: productos lácteos y huevos, verduras, cereales, fruta fresca, carne, aceites.
- Logo Ø-mark estatal voluntario abierto para productos importados





Dinamarca: Importaciones de alimentos orgánicos 2006 en valor

Producto	Monto en miles de Euro 2005	Monto en miles de Euro 2006	Variación %
Carne y productos cárnicos	100	1.080	+980
Productos lácteos	320	560	+77
Productos de cereales	11.390	17.180	+51
Frutas y Verduras	21.000	31.760	+51
Café, Té, Cocoa y especias	4.700	4.340	-8
Bebidas	1.500	2.840	+90
Otros	14.430	18.570	+21
Total	53.450	76.320	+43



Puntos de venta orgánicos en Dinamarca



Supermercados con productos orgánicos





Evolución y tendencias en Holanda

- Mientras que las ventas retail aumentaron, la superficie orgánica de cultivo bajó en el periodo 2006 al 2007.
- Canales de venta más importante son múltiples retailers y tiendas especializadas, lo que alcanza un 44% de la venta total.
- Productos más importantes: frutas y verduras, productos lácteos y huevos.
- Notorio aumento en el consumo de carne orgánica (+18%).





Puntos de venta orgánicos en Holanda



**Supermercado
orgánicos**



Principales oportunidades del mercado europeo

- Productos:
 - Fruta fresca (uva, palta, manzana, kiwi, berries)
 - Fruta seca
 - Fruta congelada (berries y otras)
 - Concentrados y jugos de fruta
 - Miel
- Productos especiales
 - Alimentos para bebés
 - Aceites para cosméticos
 - Carne (cordero) , productos del mar (acuicultura)

Exigencias del mercado

- Certificación orgánica UE válida
- Requerimientos fitosanitarios
- Etiquetado según regulación UE
- Envases atractivos: orgánicos como „fancy food“
- Marketing
- Innovación – corto ciclo de vida productos procesados
- No a los OMG



Ministra Agricultura
alemana lanza nuevo
sello „Sin OMG“

Envases atractivos



Apoyos de ProChile

- Información de mercado
- Información fitosanitaria– PMP
- Concursos FPEA, AFC
- Programa PIAC
- Agendas con importadores

- **Feria Biofach –
17 a 20 de febrero 2010**
- **www.biofach.de**



A modo de conclusión

- Sector orgánico europeo crece y crecerá a futuro
- Actual y futura producción UE incapaz de satisfacer demanda
- Cambio perfil de consumidor orgánico (fin ideologías)
- Complementariedad producción orgánica y convencional

→ Oportunidades para producción orgánica chilena

Chile Potencia Alimentaria



Muchas gracias

Eduardo Busquets
Director Prochile Hamburgo
eduardo.busquets@prochile-hamburg.de

