Μόναχο, Φεβρουάριος 2016

***ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ***

***O τομέας των βιολογικών προϊόντων στη Γερμανία[[1]](#footnote-1)***

Στη Γερμανία το 2015 χρησιμοποιούνταν περίπου 1.078.000 ***εκτάρια*** ***γης*** για την παραγωγή βιολογικών προϊόντων (αύξηση +2,9% έναντι του 2014), τα οποία αντιστοιχούσαν στο 6,4% του συνόλου της καλλιεργούμενης γης.

Ο ***αριθμός των εταιρειών*** ***που παρήγαγαν βιολογικά προϊόντα*** το 2015 ανήλθε σε 24.343 (αύξηση 4% έναντι του 2014). Στη Γερμανία η πλειονότητα των εταιρειών παραγωγής βιολογικών προϊόντων (ήτοι 53,4%) είναι οργανωμένες σε συνδέσμους (Bioland, Demeter, Naturland, Biokreis, Biopark, Ecoland, Ecovin, Gäa, Ökohöfe, Νaturland), τα μέλη των οποίων κατέχουν το 68,9% της βιολογικά χρησιμοποιούμενης γης. Συνολικά οι εταιρείες παραγωγής βιολογικών προϊόντων αντιστοιχούν στο 8,7% του συνόλου των εταιρειών παραγωγής αγροτικών προϊόντων. To μέσο μέγεθος γης των εν λόγω εταιρειών ανερχόταν σε 44,2 εκτάρια.

Κατά το 2014 σημαντικά μεγέθη στην παραγωγή βιολογικών προϊόντων αποτέλεσαν τα 4,2 εκ. κοτόπουλα για βιολογική αυγοπαραγωγή με 1.134 εκ. αυγά (αύξηση έναντι του 2013 +9,6% , ήτοι ένα στα δέκα αυγά που κυκλοφόρησαν στην αγορά ήταν βιολογικής προέλευσης), 708 χιλιάδες τόνοι γάλα (αύξηση 3,7%), 20.800 τόνοι χοιρινό κρέας (μείωση 6,7%) και 39.300 τόνοι βοδινού κρέατος (αύξηση 2,3%).

Τα ***έσοδα*** των παραγωγών βιολογικών προϊόντων το 2014, παρουσίασαν αύξηση κατά 7% έναντι του 2013 (κυρίως λόγω της αύξησης των τιμών παραγωγού στο γάλα και στα δημητριακά, της αυξημένης ζήτησης για βιολογικά προϊόντα και της αυξημένης παραγωγής αυγών και πουλερικών) και ανήλθαν σε 1,65 δις ευρώ. Το 2014 το 52,1% των εσόδων προήλθε από την πώληση προϊόντων ζωϊκής προέλευσης, ξεπερνώντας για πρώτη φορά το αντίστοιχο ποσοστό για προϊόντα φυτικής προέλευσης. Για λόγους σύγκρισης αναφέρεται ότι τα έσοδα των γεωργών συμβατικού τρόπου καλλιέργειας το 2014 ανήλθαν σε 46,4 δις σημειώνοντας αύξηση κατά 3,5% έναντι του 2013. Το μερίδιο των βιολογικών εσόδων επί συνόλου αγροτικών εσόδων ανήλθε σε 3,4% (όσο και το 2013).

Η κατανομή των εσόδων των παραγωγών προήλθε κατά 21,9% από φρούτα και λαχανικά, 21% από το γάλα, 16,1% από κρέας, 13,8% από αυγά, 14,7% από δημητριακά και 12,5% από λοιπά προϊόντα.

Η μεγαλύτερη αύξηση των εσόδων των παραγωγών προήλθε από τα αυγά (+23%) και το γάλα (+11%). Στα δημητριακά υπηρξε αύξηση +8%, στα φρούτα 3%, ενώ στα λαχανικά σημειώθηκε μείωση των εσόδων κατά 4%.

Συνολικά οι τιμές παραγωγού για πολλά βιολογικά προϊόντα παρέμειναν σταθερές. Μεγάλες διαφοροποιήσεις παρουσιάστηκαν στο βιολογικό γάλα, του οποίου η τιμή διαμορφώθηκε σε 48 λεπτά ανά κιλό έναντι 20 λεπτών ανά κιλό συμβατικού γάλακτος και στο χοιρινό κρέας του οποίου η τιμή διαμορφώθηκε σε 3,6-3,7 ευρώ ανά κιλό βιολογικού προϊόντος έναντι 1,3 ευρώ ανά κιλό συμβατικού προϊόντος.

Ο ***κύκλος πωλήσεων*** για τον κλάδο εμπορίας βιολογικών προϊόντων το 2015 στη Γερμανία ανήλθε σε 8,62 δισ. ευρώ (+11% έναντι του 2014) και οφείλεται τόσο σε αύξηση τιμών όσο και αγοραζόμενων ποσοτήτων. Σύμφωνα με το ΑΜΙ, οι τιμές βιολογικών προϊόντων το 2015 σημείωσαν αύξηση 3,1% έναντι του 2014 (λόγω καιρικών συνθηκών και στενότητας τροφοδοσίας). Ιδιαίτερα μεγάλες αυξήσεις παρατηρήθηκαν στις τιμές των βιολογικών λαχανικών (+7%) και των διαφόρων ποικιλιών μούρων (+14%).

Κατά το 2015 οι καταναλωτές αγόρασαν 11% περισσότερο βιολογικό γάλα (έναντι του 2014) 6% περισσότερο γιαούρτι, 20% περισσότερο quark, 8% περισσότερο κασέρι και 5% περισσότερο βούτυρο. Κατά το 2015 το έλλειμμα της παραγωγής βιολογικού γάλακτος στη Γερμανία καλύφθηκε με εισαγωγές από Δανία και Αυστρία.

Το 55% του κύκλου πωλήσεων βιολογικών προϊόντων προήλθε από καταστήματα λιανεμπορίου (αύξηση των πωλήσεων τους κατά 13,2% έναντι του 2014), το 31% από τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων (+10%), και 13% από άλλα καταστήματα (πχ. αρτοπωλεία, κρεοπωλεία τα οποία αύξησαν τις πωλήσεις τους κατά 5,6%).

Ιδιαίτερα όσον αφορά στο χονδρεμπόριο βιολογικών προϊόντων, σημειώνεται ότι το 2015 ο κύκλος πωλήσεων ανήλθε σε 1,55 δις (έναντι 1,39 δις το 2014, αύξηση +11,5%) και προήλθε κατά 60,8% από φρέσκα προϊόντα και κατά 39,2% από διατηρημένα τρόφιμα. Σημειώνεται ότι κατά την τελευταία 10ετία, ο κύκλος πωλήσεων του χονδρεμπορίου σημείωνε κατά μέσο όρο περισσότερο από 10% ετήσια αύξηση. Εκτιμάται επίσης ότι το 2% - 5% της ετήσιας αύξησης του κύκλου πωλήσεων οφείλεται σε τρόφιμα vegan.

Οσον αφορά στο λιανεμπόριο βιολογικών προϊόντων το 2014 καταγράφηκαν 84 εταιρείες που τερμάτισαν την λειτουργία τους ενώ δημιουργήθηκαν την ίδια χρονική περίοδο 93 νέες εταιρείες. Η τάση που παρατηρείται είναι η ίδρυση μεγάλων καταστημάτων στα αστικά κέντρα και το κλείσιμο μικρών μονάδων στην περιφέρεια. Συνολικά το λιανεμπόριο βιολογικών προϊόντων διεξάγεται σε 550.000 τ.μ.

Η ***ευρωπαϊκή αγορά βιολογικών προϊόντων*** το 2014 αυξήθηκε κατά 8% και εκτιμάται ότι διαμορφώθηκε σε 26,1 δις ευρώ, εκ των οποίων τα 23,9 δις ευρώ προήλθαν από την ΕΕ-28. Η Γερμανία ήταν η αγορά με τον υψηλότερο κύκλο πωλήσεων (7,91 δις ευρώ) στην Ευρώπη (δεύτερη μεγαλύτερη παγκοσμίως) και ακολούθησε η Γαλλία (4,83 δις ευρώ) και το Ηνωμένο Βασίλειο (2,3 δις ευρώ). Στις Η.Π.Α. ο κύκλος πωλήσεων ανήλθε σε 27 δις ευρώ. Στην Ελλάδα ο κύκλος πωλήσεων εκτιμάται σε 60 εκ. ευρώ (στοιχεία 2010).

Σε παγκόσμιο επίπεδο η μεγαλύτερη αγορά βιολογικών προϊόντων ήταν οι ΗΠΑ, ακολουθούμενες από τη Γερμανία, Γαλλία και Κίνα (2,43 δις για το 2013).

Σε έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2014 με σκοπό τη σύγκριση του κόστους διατροφής με βιολογικά προϊόντα έναντι του κόστους διατροφής με συμβατικά προϊόντα, δεδομένου ότι ο μέσος Γερμανός τρέφεται με μεγάλες ποσότητες κρέατος, προέκυψε ότι ο καταναλωτής τροφίμων βιολογικής προέλευσης πληρώνει 1/3 περισσότερα χρήματα από αυτόν που καταναλώνει συμβατικά προϊόντα. Ο καταναλωτής που τρέφεται υγιεινά (μικρή ποσότητα κρέατος και μόνο βιολογικά) ξοδεύει τελικά τα ίδια με αυτόν που καταναλώνει μεγάλες ποσότητες κρέατος. Η αιτία βρίσκεται στα κρυμμένα κόστη, τα οποία δεν περιλαμβάνονται στην τιμή των προϊόντων (πχ. κόστος υγείας για ασθένειες προερχόμενες από σίτιση και κόστος μη αειφόρου γεωργικής παραγωγής).

Το προφίλ των καταναλωτών βιολογικών προϊόντων αφορά σε νεαρά νοικοκυριά με μικρά παιδιά. Σημαντικό ρόλο παίζει και η τιμή, αφού σύμφωνα με έρευνα προέκυψε ότι το 1/3 των συνολικών εξόδων για βιολογικά προϊόντα γίνεται από οικογένειες με υψηλό εισόδημα.

Τέλος η έρευνα έδειξε ότι οι καταναλωτές που ενδιαφέρονται για βιολογικά τρόφιμα προτιμούν την τοπική παραγωγή. Πρόκειται κυρίως για άτομα μεγάλης ηλικίας, γυναίκες, λιγότερο ευαίσθητα στην τιμή του προϊόντος, που δεν θεωρούν τα τοπικά παραγόμενα προϊόντα ως ακριβά.

***Συμπερασματικά*** η αγορά βιολογικών προϊόντων εκτιμάται ότι θα συνεχίσει να αυξάνεται κυρίως λόγω της ευαισθητοποίησης του Γερμανού καταναλωτή σε θέματα διατροφής και υγείας, ο οποίος είναι διατεθειμένος, σύμφωνα με έρευνες, να πληρώσει υψηλότερη τιμή, εφόσον πεισθεί για την αυθεντικότητα, την τοπική προέλευση, τη σήμανση του προϊόντος με τo χαρακτηριστικό «Fairness», τη προστασία του περιβάλλοντος, τη φροντισμένη εκτροφή του ζώου, τη γεύση, φρεσκάδα και τη συμβολή του βιολογικού προϊόντος στην υγεία του.

Δεδομένης της αυξητικής τάσης για κατανάλωση βιολογικών προϊόντων στη Γερμανία και του γεγονότος ότι η ζήτηση αυξάνει γρηγορότερα της προφοράς ο κλάδος εμφανίζει ευκαιρίες για την Ελλάδα στη βάση ενός οργανωμένου σχεδίου υποστήριξης των ελληνικών εξαγωγών βιολογικών προϊόντων.

Χριστίνα Στεφανίδου

Σύμβουλος ΟEΥ Α’

1. Πηγή : www.Bölw, ökolandbau, AMI [↑](#footnote-ref-1)