



Estudio de Mercado

# Alimentos orgánicos en Alemania

Elaboración:

Lic. Agustín Bozzotti

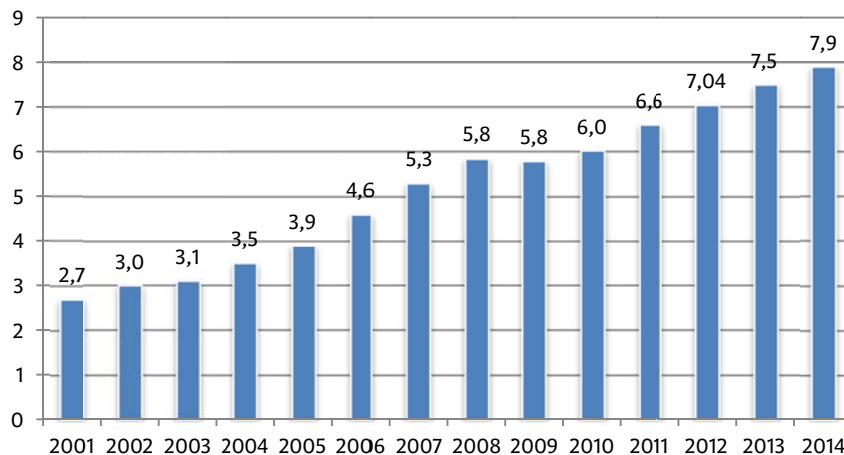
**ENERO 2016**

## ALIMENTOS ORGÁNICOS EN ALEMANIA

### EL MERCADO

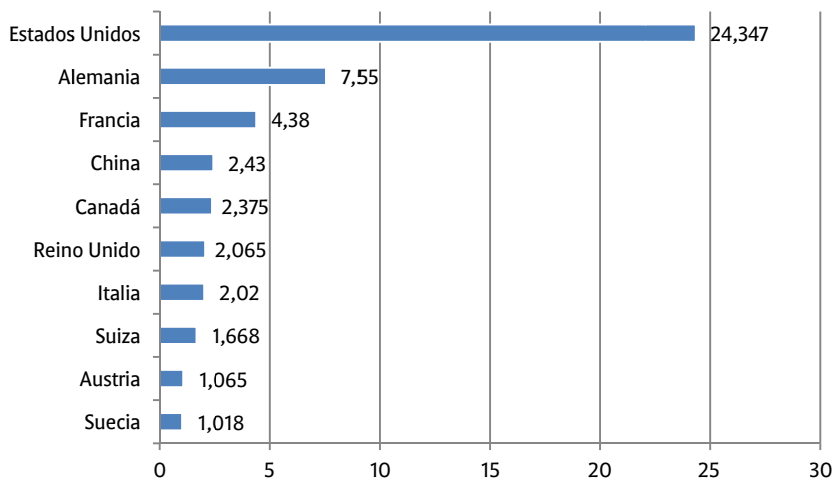
- ▶ Alemania es el mayor mercado de productos orgánicos en Europa, encontrándose en una etapa de rápida expansión. Los consumidores están dispuestos a pagar por mercaderías de alta calidad e innovadoras, lo que ha aumentado significativamente la popularidad de los productos del sector.
- ▶ El mercado alemán de alimentos orgánicos se estima en un valor de aproximadamente 7,9 mil millones de euros<sup>i</sup>, lo que representa cerca del 4% del total de la industria de alimentos y bebidas alemana y un tercio de las ventas totales de alimentos orgánicos de la Unión Europea. Por ventas, se configura como el segundo país más relevante a nivel mundial, únicamente por detrás de Estados Unidos.

*Venta de alimentos orgánicos en Alemania. En miles de millones de euros*



Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a datos de EZLA

*Principales mercados a nivel mundial. Año 2013*  
*Ventas minoristas de alimentos orgánicos en miles de millones de euros*



Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a datos de FIBL-IFOAM

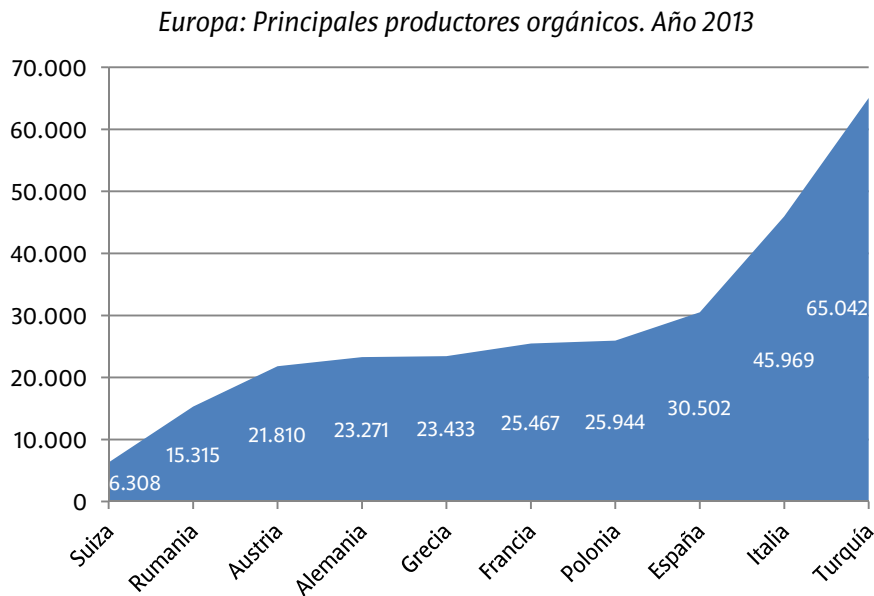
- Existen buenas perspectivas para los exportadores de productos orgánicos, especialmente para salmón, nueces, frutas y verduras y productos alimenticios procesados y sus ingredientes. Aunque el número de las empresas orgánicas y de las superficies también crece, la oferta nacional no es suficiente para el abastecimiento del mercado. Por eso Alemania, como muchos otros países europeos, depende de las importaciones.

EUROPA: PRINCIPALES INDICADORES POR MERCADO. Año 2013						
País	Hectáreas	Ha. Part. Orgánicos	Productores	Ventas minoristas. En millones de euros	Participación de mercado	Consumo per cápita. En euros
Alemania	1.060.699	6,4%	23.271	7.550	3,7%	93
Francia	1.060.756	3,9%	25.467	4.380	2,6%	s/d
Reino Unido	567.751	3,3%	3.918	2.065	s/d	33
Italia	1.317.177	10,3%	45.969	2.020	2,0%	31
Suiza	128.140	12,2%	6.308	1.668	6,9%	210
Austria	526.689	19,5%	21.810	1.065	6,5%	127
Suecia	500.996	16,3%	5.584	1.018	4,3%	106
España	1.610.129	6,5%	30.502	998	1,0%	21
Dinamarca	169.298	6,4%	2.589	917	8,0%	163
Países Bajos	49.394	2,6%	1.646	840	2,4%	s/d
Bélgica	62.529	4,6%	1.487	403	1,6%	36
Noruega	51.662	4,8%	2.452	224	1,1%	44
Finlandia	206.170	9,0%	4.284	215	1,6%	s/d
Rusia	144.254	0,1%	70	120	s/d	1
Polonia	661.956	4,3%	25.944	120	0,2%	3

*Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a datos de FIBL-IFOAM*

- Desde el año 2000, las ventas de alimentos orgánicos en Alemania se han más que triplicado, pero la producción nacional no ha logrado mantener el ritmo. El aumento de la demanda en gran parte ha sido cubierta mediante el aumento de las importaciones. El crecimiento de las importaciones se debe a una serie de factores, incluyendo el aumento de los precios de los productos convencionales, altos precios de las tierras agrícolas, y la incertidumbre sobre el apoyo financiero para la agricultura ecológica. Además, muchos productos orgánicos consumidos en el país no se pueden producir de forma fiable en Alemania debido a sus condiciones climáticas.
- Alemania no sólo es el mayor mercado de productos orgánicos en Europa, sino también uno de los mayores productores<sup>ii</sup>. No obstante, Alemania resulta dependiente de los productos orgánicos importados no sólo para los productos que no están creciendo en el país, sino también para las papas, frutas y verduras, productos lácteos y carne, entre otros. Muchos de los productos orgánicos que se consumen en territorio germano, incluidas las frutas y hortalizas, deben ser importados. Como ejemplo se pueden citar que el 28% de las patatas orgánicas proviene de Austria, Israel y Egipto y que el 48% de las zanahorias ecológicas se importa de Países Bajos, Israel e Italia.
- Aproximadamente 10% de los huevos orgánicos y la mitad de las manzanas provienen del extranjero, según los datos de la Compañía de Información del Mercado Agrícola (AMI). Por lo tanto, los agricultores orgánicos alemanes tienen que luchar duro o cambiar sus estrategias para sobrevivir las importaciones masivas.

- ▶ Los cultivos orgánicos más importantes de Alemania (de acuerdo a las hectáreas de cultivo) son los cereales, seguidos por las legumbres y las oleaginosas. Se deduce que del total de 354.006 hectáreas de las asociaciones alemanas, 4.408 hectáreas están dedicadas a la producción de hortalizas orgánicas y 2.710 hectáreas a la de frutas orgánicas, lo que corresponde aproximadamente a 3,8% de la superficie total dedicada a la agricultura orgánica<sup>iii</sup>. Esto se compara con el 18 por ciento correspondiente a las frutas y verduras orgánicas en el total de ventas de alimentos orgánicos.



Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a datos de FIBL-IFOAM

- ▶ El mercado ecológico alemán ofrece buenas oportunidades para los exportadores. Sin embargo, hay una serie de requisitos que se deben cumplir antes de exportar a Alemania. El éxito en la introducción de productos alimenticios depende principalmente del conocimiento del mercado y el contacto personal. El proveedor debe analizar la legislación alimentaria, requisitos de embalaje y etiquetado, las prácticas comerciales alemanas/UE y las leyes relacionadas con el comercio y aranceles, importadores potenciales y el sistema de distribución.

## CARACTERÍSTICAS DE CONSUMO

- ▶ Si bien la diferencia de precios respecto a los productos convencionales había sido, en el pasado, un obstáculo para su crecimiento, los numerosos escándalos relacionados con alimentos de los últimos años han contribuido a reorientar la canasta de compras hacia productos percibidos como sanos y que cuenten con algún tipo de garantía “especial”, una certificación extendida por instancias de reconocidas. Asimismo, el debate sobre productos modificados genéticamente actúa como un acicate adicional a la compra de orgánicos. De acuerdo con estudios de mercado sobre el sector, el encuestado promedio percibe estos productos como “libres de contaminación y residuos químicos y sin aditivos ni mejoradores artificiales”<sup>iv</sup>.
- ▶ Según un estudio del Ministerio Federal de Alimentación y Agricultura alemán, casi la mitad de los consumidores alemanes aprecian características de los productos como la producción orgánica o la sostenibilidad. Aunque la tendencia de 2014 significaba disminuciones de precios para productos convencionales, se pudo aumentar el precio de muchos productos orgánicos.

- ▶ Los consumidores que prefieren los productos ecológicos suelen ser más bien personas grandes, mujeres, con conciencia medioambiental y están dispuestos a gastar más dinero en productos orgánicos y de alta calidad. Los puntos de venta más populares en este contexto son los supermercados orgánicos, las tiendas naturistas, los mercados semanales y la compra directa al agricultor. Sin embargo, los consumidores que valoran la producción orgánica prefieren los alimentos de la región más que los productos orgánicos. Los consumidores que tienen conciencia medioambiental y de calidad estarían dispuestos a gastar más dinero en alimentos de la región, si estos estuvieran controlados de manera oficial y más uniforme.
- ▶ Los consumidores vegetarianos y veganos también tienen un papel importante para el mercado orgánico. Esta tendencia consigue más bien nuevos clientes para los productos orgánicos, y a su vez disminuye el consumo de los productos animales orgánicos.
- ▶ Muchos consumidores basan sus decisiones de compra en un criterio aún más importante: la certificación orgánica alemana, el "Bio-Siegel". Desde su introducción en 2001, la certificación ha cambiado el mercado orgánico radicalmente. Los consumidores pueden reconocer de un vistazo si el producto ha sido producido y controlado según la legislación de la Unión Europea (UE) sobre la agricultura ecológica. La certificación confirma, que por lo menos 95% de los ingredientes provienen de la agricultura orgánica. 72% de los consumidores alemanes reconocen el sello alemán, el "Bio-Siegel".



- ▶ Especialmente la combinación Fairtrade y Bio tiene una buena aceptación entre los consumidores alemanes. Según los primeros cálculos de Fairtrade Alemania, 79% de los alimentos vendidos el año pasado con la certificación de Fairtrade fueron también certificados como orgánicos. En cambio, la certificación orgánica de la UE es más bien percibida como desconocida y poco confiable. A productos importados y no envasados se les puede otorgar también esta certificación orgánica.

## CANALES DE DISTRIBUCIÓN

- ▶ Las ventas de alimentos orgánicos en Alemania se dividen entre las empresas tradicionales de venta de alimentos y tiendas especializadas de comida orgánica. Los minoristas de alimentos tradicionales representan la mitad de las ventas de alimentos orgánicos en Alemania, y aproximadamente la otra mitad de los consumidores se dirige a las tiendas minoristas especializadas, tales como panaderías, carnicerías, tiendas de frutas y verduras, mercados al aire libre y ventas directas desde la granja. Se estima que hay más de 2.400 tiendas de venta al por menor de alimentos orgánicos en Alemania. Sólo "Denn's", el minorista de alimentos orgánicos más grande, tiene cobertura a nivel nacional. Otras grandes cadenas de comida orgánica son regionales o están limitadas a unas pocas ciudades.

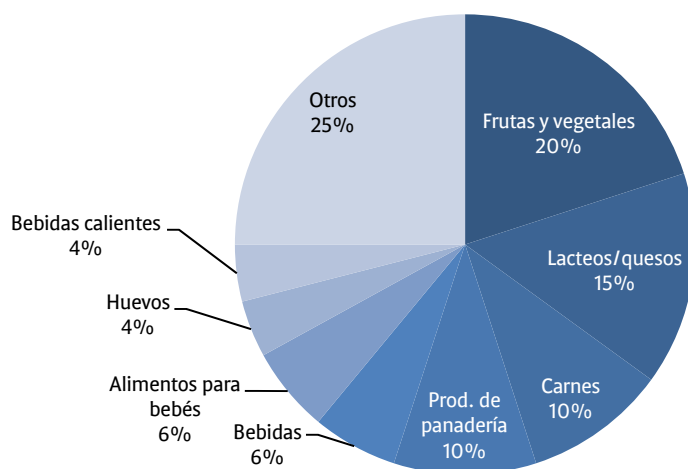
- ▶ A pesar de que Alemania es uno de los mercados más desarrollados para productos orgánicos en Europa, la fuerte atención y consideración para con el sector de los principales productores y minoristas del país resulta reciente, tomando mayor valor y protagonismo en los últimos años. La firma especialista en alimentos congelados Frenzel Austria Frost es un productor convencional que ha invertido muchos recursos para convertirse en un especialista orgánico; la empresa ahora suministra verduras orgánicas de marca propia, frutas y comidas preparadas a los minoristas Aldi y Rewe, entre otros. Asimismo, dado que empresas multinacionales como Nestlé y Unilever están comenzando a ofrecer versiones orgánicas de sus productos más conocidos, resulta evidente que esta industria ya no es más un mercado de nicho.
- ▶ Como los principales productores se están subiendo al fenómeno orgánico, las perspectivas para los productores más pequeños y especializados resulta incierta. Hasta ahora, los productores especializados han tenido una ventaja competitiva debido al número relativamente pequeño de empresas que ofrecen productos orgánicos. Sin embargo, si las empresas multinacionales aprovechan su escala para ofrecer productos orgánicos más baratos, los productores más pequeños pueden comenzar a enfrentar una fuerte competencia.
- ▶ Los minoristas alemanes están tomando un fuerte interés en el sector. Todos los principales minoristas ofrecen productos ecológicos de marca propia y varias empresas incluso han desarrollado formatos de tiendas que venden exclusivamente productos orgánicos. Durante 2013, Rewe anunció planes para expandir su formato orientado a orgánicos “Temma” y el supermercado enfocado a productos naturales “bio supermarket” en los centros urbanos de todo el país. Estas inversiones significan que los productos orgánicos están disponibles en una amplia gama de niveles de precios. Esta es sin duda una de las razones por las que el sector ha sufrido menos durante la crisis que en los países donde el sector orgánico está menos desarrollado.
- ▶ Las compras de los minoristas de alimentos alemanes son fragmentadas y competitivas. Pocos minoristas alemanes importan productos directamente de otros países, a excepción de los artículos que compran en grandes cantidades. La mayoría de los minoristas de alimentos prefieren comprar a distribuidores/importadores de alimentos y bebidas. En general, estos mayoristas se han especializado en productos o grupos de productos y algunos son incluso expertos en productos alimenticios procedentes de un país de origen específico. Por lo tanto, los importadores especializados tienen un profundo conocimiento de las necesidades de importación, tales como la certificación del producto, etiquetados y envasados. También suelen manejar el envío, despacho de aduanas, almacenaje y distribución de productos en el país.

*PRINCIPALES DISTRIBUIDORES MINORISTAS DE ALIMENTOS ORGÁNICOS EN ALEMANIA.  
Año 2013. En millones de euros*

Empresa	Ventas	Cantidad de locales	Zonas de operación
Denn's	615	148	Cobertura nacional
Alnatura	594	80	Principalmente en el sur y oeste del país. También en Berlín, Bremen, Hannover y Hamburgo
Basic	120	26	Berlín, Rhine-Ruhr, Munich, Stuttgart, Frankfurt
BioCompany	100	41	Berlín, Potsdam, Dresden y Hamburgo
Ebl	45	23	Nuremberg y Bamberg
SuperBioMarkt	43	20	North-Rine Westphalia y Osnabruck

*Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a datos de FAS USDA*

*Alemania: Ventas minoristas de alimentos orgánicos por tipo de producto. Año 2013.*



Fuente: Elaboración Fundación ExportAr en base a datos de FIBL-IFOAM

## REQUISITOS DE IMPORTACIÓN

### ► Información básica de importación

Los productos orgánicos de importación pueden ser etiquetados con el “logotipo comunitario” siempre y cuando hayan sido controlados y certificados de acuerdo con los requisitos legales de la normativa de la UE en todas las etapas de producción, transformación, almacenamiento y comercialización. Los importadores residentes en Alemania que importan productos orgánicos desde países terceros deben ser certificados por un organismo de control privado. El organismo de control debe tener el permiso de la BLE para poder certificar importadores

### ► Importaciones procedentes de países terceros reconocidos Reglamento (CE) n° 834/2007, artículo 33 párrafo 2

En la actualidad hay 11 países mencionados en el anexo III del Reglamento (CE) n° 1235/2008. Estos son Argentina, Australia, Costa Rica, India, Israel, Japón, Canadá, Nueva Zelanda, Suiza, Túnez y Estados Unidos. Las regulaciones nacionales para la producción orgánica de estos países están aceptadas como equivalentes por la UE, en parte con restricciones. Para el despacho de Aduanas en cada envío se requiere un certificado de control.

Los números de códigos de los organismos de control, fueron concedidos específicamente de acuerdo al país tercero de origen y al procedimiento de importación. Se encuentran los números de código en los anexos III y IV del Reglamento (CE) n° 1235/2008.

### ► Enlaces útiles

Versiones consolidadas de los reglamentos mencionados se pueden encontrar en: [www.bmel.de](http://www.bmel.de) > Starke Landwirtschaft > Nachhaltigkeit, Ökolandbau > Ökologischer Landbau > EU-Rechtsvorschriften für den ökologischen Landbau

Para los formularios de solicitud de “permiso de importación”, y otra información útil, se recomienda el sitio web: [www.ble.de](http://www.ble.de) > Kontrolle > Ökologischer Landbau > Importverfahren

## Fuentes

---

- i “El boom orgánico en Alemania”, EZLA, 2015
- ii “The World of Organic Agriculture 2015 – Statistics and Emerging Trends”, FIBL-IFOAM, 2015
- iii “Germany Food and Drink Report Q1 2016”, Business Monitor
- iv “Mercado alemán de productos orgánicos”, Embajada Argentina en Berlín, 2011
- v “Germany Retail Foods”, USDA Foreign Agricultural Service, 2015