



ecovalia

Posicionamiento de los productos orgánicos en 2022 y estrategias de crecimiento

Situación del sector ecológico Europeo

Políticas europeas en 2022

Situación socioeconómica compleja:



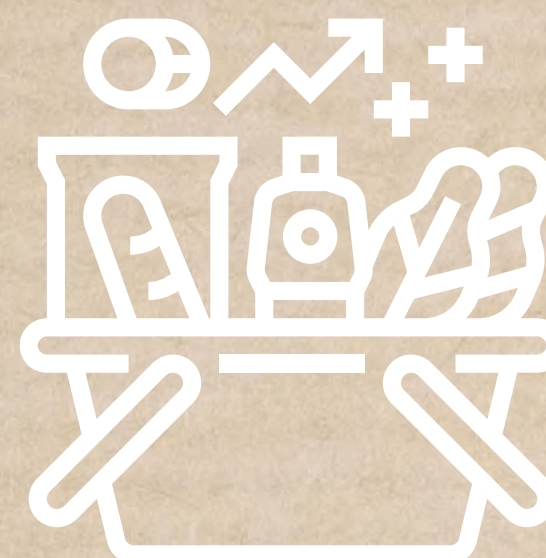
COVID



Conflicto de Ucrania



Crisis energética



Inflación

Políticas europeas en 2022



La **producción orgánica** es un Sistema:

- AGRONOMICAMENTE PRODUCTIVO
 - ECONÓMICA RENTABLE
 - CLIMATICAMENTE NECESARIO
- NECESIDAD ENERGETICA ACTUAL.



¿Reducción del consumo orgánico?



¿Reducción del consumo orgánico?



Las ventas en las tiendas orgánicas y las del canal minorista no especializado han decrecido un **15%** de media. *

*Comporativa primer semestre de 2021 y primer semestre de 2022



El decrecimiento afecta a los productos frescos (-**10,95**) y a los productos secos (-**9,65**).

En el segundo trimestre de 2022 los productos secos decrecen más que los frescos.

¿Reducción del consumo orgánico?

El **consumo se incrementó en 2021**, pero parece decrecer lentamente en 2022.

Hay un decrecimiento general en el consumo de alimentos, incluidos los orgánicos.

Los **consumidores** permanecen fieles a los productos orgánicos pero, a menudo, **seleccionan variantes más económicas** de los mismos productos (marcas blancas).

¿Reducción del consumo orgánico?



Si comparamos con el 2019,
veríamos un crecimiento de las
ventas de productos orgánicos en
la primera mitad de 2022 de
alrededor de un **16%**

siendo el crecimiento de
productos frescos de un **15,3%**
y un **17,1% productos secos.**

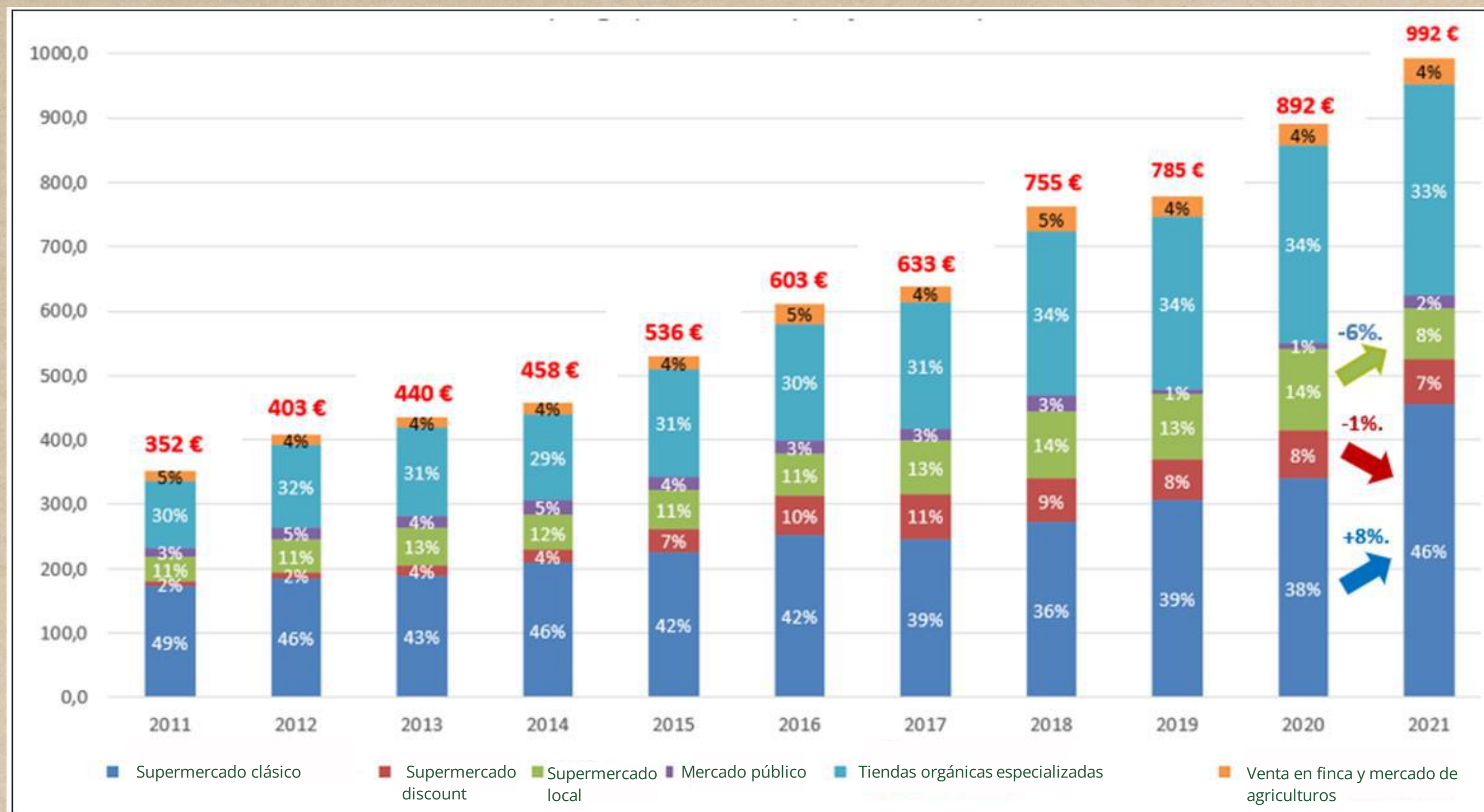


Los precios en las tiendas orgánicas especializadas son más estables que los de los productos convencionales, haciendo que la diferencia de precios sean menores.

Fuente: BNN(Alemania)



Evolución del mercado por tipo de canal en Bélgica



Fuente: Bioforum (Bélgica)

Estrategias clave en la comercialización de productos orgánicos en Europa

Estrategias clave en la comercialización de productos orgánicos en Europa



Guerra de precios: mantener los precios es cada vez más complicado en la alimentación en general y el mercado orgánico está empezando a verse afectado. Lograr negociaciones comerciales a largo plazo es una de las claves para mantenerlos estables.



Fortalecer la imagen de marca: clave para mantener nuestros productos en el mercado frente a la competencia es tener una marca fuerte en imagen y contenido (la marca país puede ayudar o obstaculizar). No siempre los productos más baratos son los más vendidos (incluso en momentos de crisis). Invertir en las marcas de nuestros productos orgánicos es una de las llaves a los mercados.



Generar confianza: en momentos de inestabilidad es cuando más se aprecia la transparencia y la capacidad de cumplir con lo acordado. Hay que hacer especial esfuerzo para generar y mantener la confianza de los compradores.

Estrategias clave en la comercialización de productos orgánicos en Europa



Tendencias: permanecer atentos a las tendencias del mercado ayudará a posicionar los productos orgánicos. No se trata solo de lo que ofrecemos, sino de cómo lo hacemos.

- **Productos orgánicos envasados:** nos puede ayudar el resaltar el origen vegano, el fair trade, un packaging respetuoso medioambientalmente...
- **Productos a granel:** debemos utilizar otras estrategias de venta más relacionadas directamente con el producto, sabor, aroma, calidad, características especiales para su procesado, etc... pueden ayudarnos a la comercialización.



Cambios legislativos en el control: el trabajo comercial puede verse destruido si no se superan los controles de la certificación orgánica. Mantenerse al día de todos los requisitos es necesario para asegurar el éxito final.

Amenazas del mercado y los productos ecológicos en Europa

Todos quieren,
no todos pueden



Situación del sector ecológico Europeo



Situación del sector ecológico Europeo

FRUIT LOGISTICA 2022

Los productores europeos de frutas y hortalizas unen sus fuerzas por la sostenibilidad

- COEXPHAL, DPA y CSO Italy invitan a otros productores a sumarse a esta iniciativa



BIENESTAR
ANIMAL

BIODIVERSIDAD

VARIEDADES
TRADICIONALES

APLICACIÓN
27 EEMM

NORMATIVA
PÚBLICA

LOGO
ÚNICO

CONTROL
OFICIAL

FERTILIDAD
SUELO

RESPETO
CICLOS
BIO

TODA
CADENA

INTERACCION
FUERA UE

ETIQUETABLE



¿Qué hacemos?

Situación del sector ecológico Europeo



<https://www.youtube.com/watch?v=bctjDVAmUDc>

Situación del sector ecológico Europeo



Aquí
somos
eco-
lógicos

Nada que esconder



— EL PAÍS MÁS RICO DEL MUNDO —
alimentosdespaña

II edición
CONCURSO
de **COCINA ECOLÓGICA**
Bio **Restauración**

Situación del sector ecológico Europeo



ecovalia





Gracias por su atención

Álvaro Barrera presidencia@ecovalia.org

ecovalia

www.ecovalia.org



XIII

Asamblea Ordinaria

CIAO

28 – 29 – 30
SEPTIEMBRE DE 2022
Galápagos – Ecuador