



ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΟ ΜΟΝΑΧΟ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

Μόναχο, 06.02.2013

ΕΝΗΜΕΡΩΤΙΚΟ ΣΗΜΕΙΩΜΑ

Ο τομέας των βιολογικών προϊόντων στη Γερμανία¹

Στη Γερμανία το 2011 (τελευταία διαθέσιμα στοιχεία), άνω του 1 εκ. εκταρίων **γης** χρησιμοποιούνταν για την παραγωγή βιολογικών προϊόντων (αύξηση +2,3% έναντι του 2010), τα οποία αντιστοιχούσαν στο 6,1% του συνόλου της καλλιεργούμενης γης. Στη Βαυαρία αντιστοιχούσε το 20,2% και στη Βάδη Βυρτεμβέργη το 11,8% της βιολογικά χρησιμοποιούμενης γης. Τα δύο κρατίδια μαζί είναι τα δυναμικότερα, όσον αφορά στη βιολογική γεωργία.

Ο **αριθμός των εταιρειών που παρήγαγαν βιολογικά προϊόντα** το 2011 ανήλθε σε 23.000 (αύξηση 4,8% έναντι του 2010). Στη Γερμανία η πλειονότητα των εταιρειών παραγωγής βιολογικών προϊόντων είναι οργανωμένες σε συνδέσμους (Bioland, Demeter, Naturland, Biokreis, Biopark, Ecoland, Ecoin, Gaea, Okochoefe), τα μέλη των οποίων κατέχουν το 51,5% της βιολογικά χρησιμοποιούμενης γης. Συνολικά οι εταιρείες παραγωγής βιολογικών προϊόντων αντιστοιχούν στο 7,8% του συνόλου των εταιρειών παραγωγής αγροτικών προϊόντων.

Συνολικά στη Γερμανία το 52% της βιολογικά χρησιμοποιούμενης γης διατίθεται για βοσκοτόπια, το 44% για παραγωγή γεωργικών προϊόντων και το 4% για μόνιμες καλλιέργειες. Την περίοδο 2008 - 2010 η χρησιμοποιούμενη γη για καλλιέργεια βιολογικών προϊόντων αυξήθηκε. Αναλυτικά η παραγωγική δομή βιολογικών προϊόντων διαμορφώθηκε ως εξής :

Διαχρονική δομή παραγωγής βιολογικών προϊόντων στη Γερμανία					
	2008	2009	2010	μον. μέτρησης	% μεταβολή
βοσκοτόπια	490.000	500.000	515.000	εκτάρια	3,00%
αγροί βιολογικών προϊόντων	385.000	415.000	435.000	εκτάρια	4,82%
σιτηρά	188.000	209.000	207.000	εκτάρια	-0,96%
ζωοτροφές	138.000	153.000	157.000	εκτάρια	2,61%
όσπρια	23.800	21.900	27.000	εκτάρια	23,29%
πατάτες	8.150	8.350	8.200	εκτάρια	-1,80%
σπορέλαια	5.700	7.200	6.800	εκτάρια	-5,56%
λαχανικά	10.600	11.800	12.000	εκτάρια	1,69%
φρούτα	5.600	5.700	5.700	εκτάρια	0,00%
αμπελουργία	4.400	4.700	5.200	εκτάρια	10,64%
βοδινό κρέας	50.000	51.000	39.500	τόνοι	-22,55%
χοιρινό κρέας	22.900	24.400	24.000	τόνοι	-1,64%
αρνίσιο και κατσικίσιο κρέας	3.600	3.300	3.650	τόνοι	10,61%
πουλερικά	8.260	10.560	13.510	τόνοι	27,94%
αυγά	468	565	621	εκ. τεμάχια	9,91%

Τα **έσοδα** των παραγωγών βιολογικών προϊόντων το 2010, παρουσίασαν αύξηση κατά 20% έναντι του 2009 (κυρίως λόγω της αύξησης των τιμών παραγωγού) και ανήλθαν σε 1,3 δις ευρώ (έναντι 1,09 δις. ευρώ το 2009). Η αύξηση των εσόδων των παραγωγών συμβατικών προϊόντων ήταν χαμηλότερη και ανήλθε σε 13%.

Ο **κύκλος πωλήσεων** βιολογικών τροφίμων το 2011 στη Γερμανία, ανήλθε σε 6,59 δις. ευρώ (+9% έναντι του 2010) μετά από δύο συνεχή έτη χαμηλών αυξήσεων. Η αύξηση οφείλεται τόσο σε αύξηση

¹ Πηγή : www.Bölg.de, ökolandbau.de, www.bmwi.de, www.bmelv.de, www.ble.de



ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΟ ΜΟΝΑΧΟ ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

των τιμών όσο και στο σκάνδαλο της διοξίνης για τα συμβατικά τρόφιμα. Το μερίδιο του κύκλου πωλήσεων βιολογικών τροφίμων επί του κύκλου πωλήσεων των τροφίμων ανήλθε σε 3,7%. Τα προϊόντα με τη μεγαλύτερη αύξηση κύκλου πωλήσεων το 2011 ήταν το κρέας (+40%), τα αυγά (+32%) και τα γαλακτοκομικά (+10%).

Το 54% του κύκλου πωλήσεων βιολογικών τροφίμων προήλθε από τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων, το 31% από καταστήματα λιανεμπορίου και 15% από άλλα καταστήματα (πχ. αρτοποιεία, κρεοπωλεία κλπ). Τα εξειδικευμένα καταστήματα πωλήσεων βιολογικών τροφίμων παρουσίασαν αύξηση του κύκλου πωλήσεων τους κατά 10% το 2011 έναντι του 2010. Αναλυτικότερα, τα εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων μικρότερα των 100 τ.μ. αποτελούν το 48% του συνόλου των καταστημάτων. Όμως το 47% του συνολικού κύκλου πωλήσεων πραγματοποιείται από το 17% των καταστημάτων τα οποία είναι μεγαλύτερα των 400 τμ. Συνολικά στη Γερμανία έχουν καταγραφεί 2.350 εξειδικευμένα καταστήματα βιολογικών προϊόντων, τα οποία διαθέτουν πλήρη γκάμα.

Ιδιαίτερα χρήσιμη είναι η πληροφορία του τρόπου εφοδιασμού των εξειδικευμένων καταστημάτων. Κατά μέσο όρο το κάθε κατάστημα προμηθεύεται τα προϊόντα του από «2,5 χονδρεμπόρους». Το 90% των καταστημάτων παραγγέλνει προϊόντα κατευθείαν από τους παραγωγούς. Τα 3/4 των καταστημάτων παραγγέλνουν κατευθείαν από τους αγρότες παραγωγούς. Συνολικά καταγράφεται η τάση για προτίμηση προϊόντων με έντονα τοπικό χαρακτήρα.

Την περίοδο 2009-2010, μελέτη για την εξέλιξη των εισαγωγών βιολογικών προϊόντων στη γερμανική αγορά, κατέγραψε ότι η εγχώρια ζήτηση καλύπτεται από εισαγωγές, οι οποίες αντιστοιχούν μεταξύ 2% - 95% στην συνολική διατιθέμενη ποσότητα (παραγωγή και εισαγωγές). Ετσι εισάγονται σε ποσοστό 100% βιολογικό ρύζι, φακή, σουσάμι και μπανάνες. Εισάγεται το 95% του λιναρόσπορου, το 93% σόγιας, το 91% της πιπεριάς, το 84% των ηλιόσπορων, το 82% της τομάτας, το 76% των ελαιούχων σπόρων, το 51% των αγγουριών, το 50% των μήλων, το 48% των καρότων, το 42% του καλαμποκιού, το 38% των μπιζελιών για ζωοτροφή, το 35% των κρεμμυδιών, το 33% των φραουλών και της ελαιοκράμβης (έκαστο), το 28% των πατατών, το 27% των σιτηρών, το 24% των φυτικών πρωτεϊνών, το 22% του χοιρινού κρέατος, το 20% των αυγών, το 15% του γάλακτος και των δημητριακών (έκαστο) και το 11% του αγριοσιταριού και του κριθαριού (έκαστο).

Σημαντικότερες **χώρες προέλευσης** βιολογικών δημητριακών είναι η Ιταλία, Ρωσία, Καζακστάν, Ρουμανία, Σλοβακία. Ελαιούχοι σπόροι εισάγονται κυρίως από Ρουμανία, Ιταλία, Καζακστάν, Αργεντινή, Ινδία, Βραζιλία. Πατάτες εισάγονται από Ισραήλ, Αίγυπτο, Αυστρία. Καρότα, κρεμμύδια και αυγά εισάγονται κυρίως από την Ολλανδία. Φρούτα εισάγονται κυρίως από την Ιταλία και την Ισπανία. Το 1/3 των πωλούμενων βιολογικών μήλων προέρχεται από την Ιταλία.

Η **ευρωπαϊκή αγορά βιολογικών προϊόντων** το 2010 αυξήθηκε κατά 8% και διαμορφώθηκε σε 19,6 δις ευρώ. Η Γερμανία είναι η αγορά με τον υψηλότερο κύκλο πωλήσεων (6,59 δις ευρώ) στην Ευρώπη και ακολουθεί η Γαλλία (3,39 δις ευρώ) και το Ηνωμένο Βασίλειο (1,55 δις ευρώ). Στις Η.Π.Α. ο κύκλος πωλήσεων ανήλθε σε 20,15 δις ευρώ και στην Ιαπωνία σε 0,98 δις ευρώ με τάσεις αύξησης ιδίως μετά το πυρηνικό ατύχημα.

Η **κατά κεφαλή κατανάλωση** βιολογικών προϊόντων στην Ελβετία ήταν 153 ευρώ, στη Δανία 143 ευρώ, στην Αυστρία 118 ευρώ και στη Γερμανία 74 ευρώ. Παρατηρείται πως ενώ η γερμανική κατά κεφαλή κατανάλωση είναι χαμηλή, συνολικά η γερμανική κατανάλωση είναι η υψηλότερη στην Ευρώπη. Η κατά κεφαλή κατανάλωση στις ΗΠΑ ανήλθε σε 64,30 ευρώ και είναι σαφώς υψηλότερη της μέσης ευρωπαϊκής κατά κεφαλή κατανάλωσης (28 ευρώ). Τα στοιχεία για την Ελλάδα αφορούν το 2006 με κατά κεφαλή κατανάλωση 5,1 ευρώ.

Τέλος από έρευνα που πραγματοποιήθηκε στη Βόρεια Ρηνανία Βεστφαλία μεταξύ επιχειρήσεων βιολογικών προϊόντων, προέκυψε ότι η κάλυψη των αναγκών της τοπικής ζήτησης για βιολογικά τρόφιμα θα απαιτήσει τη ένταξη επιπλέον 36.000 εκταρίων γης τα επόμενα χρόνια (εκ των ποίων τα 32.000 για καλλιέργειες και τα 4.000 εκτάρια για βοσκοτόπια). Ιδιαίτερη ζήτηση θα παρουσιαστεί για φρέσκα φρούτα και λαχανικά, πουλερικά, αυγά και χοιρινό κρέας. Για το λόγο αυτό η τοπική



ΓΕΝΙΚΟ ΠΡΟΞΕΝΕΙΟ ΤΗΣ ΕΛΛΑΔΑΣ ΣΤΟ ΜΟΝΑΧΟ
ΓΡΑΦΕΙΟ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΩΝ ΚΑΙ ΕΜΠΟΡΙΚΩΝ ΥΠΟΘΕΣΕΩΝ

κυβέρνηση ξεκίνησε διετές πιλοτικό πρόγραμμα παρακολούθησης της αγοράς βιολογικών προϊόντων με όλους τους εμπλεκόμενους, με στόχο την κατά το δυνατόν εξισορρόπηση της προσφοράς και ζήτησης βιολογικών τροφίμων.

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 το χαρακτηριστικό «Fairness», τη προστασία του περιβάλλοντος, τη φροντισμένη εκτροφή του ζώου, τη γεύση, φρεσκάδα και τη συμβολή του βιολογικού προϊόντος στην υγεία του.

Το 2011 παρατηρήθηκε μεγάλη ζήτηση για βιολογικά προϊόντα εγχώριας παραγωγής, η οποία όμως δεν επαρκεί, αφού η ένταξη νέων εκτάσεων γης για βιολογική παραγωγή γίνεται με αργούς ρυθμούς. Η συνολική ζήτηση για βιολογικά προϊόντα εκτιμάται ότι θα συνεχισθεί και θα καλυφθεί από αυξανόμενες εισαγωγές.

Τα παραπάνω στοιχεία σηματοδοτούν μοναδική ευκαιρία για την Ελλάδα. Τα εκ φύσεως χαρακτηριστικά των ελληνικών βιολογικών προϊόντων είναι ικανά να καλύψουν τις ανάγκες της γερμανικής αγοράς απευθυνόμενα σε καταναλωτές υψηλού διαθέσιμου εισοδήματος, διατεθειμένους να καταβάλλουν υψηλότερο τίμημα.

ΠΡΟΤΑΣΗ

Είναι απαραίτητη κατά την άποψή μας, η άμεση εκπόνηση πιλοτικού επιχειρησιακού σχεδίου προώθησης των ελληνικών βιολογικών προϊόντων στη γερμανική αγορά, σε μικρή καταρχήν κλίμακα.

Σε συζητήσεις μας με την αλυσίδα super market „basic“ (27 καταστήματα super market βιολογικών προϊόντων σε όλη τη Γερμανία), προέκυψε ότι τα ελληνικά βιολογικά προϊόντα έχουν σημαντικές δυνατότητες στην γερμανική αγορά, αντιμετωπίζουν όμως θέματα αποθήκευσης, διανομής, χρόνου παράδοσης, συσκευασίας και δράσεων marketing.

Τα βιολογικά προϊόντα προκειμένου να διατηρήσουν το πλεονέκτημά τους, εκ των πραγμάτων προσφέρονται σε περιορισμένες ποσότητες, γεγονός που με τη σειρά του ενδυναμώνει το χαρακτήρα αποκλειστικότητάς τους και ενισχύει την ταυτότητά τους. Η περιορισμένη ποσότητα δεν μπορεί να αντιμετωπίσει με οικονομικούς όρους το κοστολόγιο αποθήκευσης, διανομής και marketing, το οποίο αδυνατούν να αναλάβουν μεμονωμένοι παραγωγοί – εξαγωγείς των εν λόγω προϊόντων.

Βασικό στοιχείο του πιλοτικού επιχειρησιακού σχεδίου είναι η δημιουργία στη Γερμανία χώρου παραλαβής και διανομής των ελληνικών βιολογικών προϊόντων (οιονεί αποθήκη), λαμβάνοντας υπόψιν και τα στοιχεία περί του τρόπου εφοδιασμού των καταστημάτων λιανεμπορίου. Την εν λόγω υπηρεσία θα μπορούσε να προσφέρει έναντι συμβολαίου μεγάλη υφιστάμενη εταιρεία logistics, το κόστος της οποίας θα μπορούσε να καλυφθεί από το Δημόσιο (μόνο για το αρχικό στάδιο) και από τις ιδιωτικές εταιρείες, οι οποίες θα χρησιμοποιούν την εν λόγω αποθήκη για να διαθέτουν τα προϊόντα τους στους Γερμανούς πελάτες τους. Το προτεινόμενο εγχείρημα θα έπρεπε να συνδυαστεί και με δράσεις marketing των ελληνικών βιολογικών προϊόντων είτε προς τον τελικό καταναλωτή είτε προς τα ενδιάμεσα κανάλια διανομής, ώστε σε μεταγενέστερο στάδιο η δράση να είναι σε θέση να λάβει χαρακτήρα δημιουργίας ελληνικού brand name βιολογικών προϊόντων.

Χριστίνα Στεφανίδου
Σύμβουλος ΟΕΥ Α΄