

Polska



Rolnictwo ekologiczne i rynek produktów bio we Francji

2016-04-15 09:58:11



Żywność ekologiczna zdobywa we Francji coraz większą popularność. Blisko 88% Francuzów deklaruje okazjonalne spożycie artykułów bio, wśród nich 33% robi ekologiczne zakupy przynajmniej raz w tygodniu, a jeden na dziesięciu Francuzów spożywa produkty ekologiczne codziennie.

Rolnictwo ekologiczne i rynek produktów bio we Francji

Żywność ekologiczna zdobywa we Francji coraz większą popularność. Blisko 88% Francuzów deklaruje okazjonalne spożycie artykułów bio, wśród nich 33% robi ekologiczne zakupy przynajmniej raz w tygodniu, a jeden na dziesięciu Francuzów spożywa produkty ekologiczne codziennie. Najczęściej kupowane są warzywa, owoce oraz produkty mleczne. Znaczny postęp dokonał się w szkolnych stołówkach, z których już 59% oferuje żywność bio – przed rokiem 2006 było to tylko 4%. To właśnie stołówki szkolne, pracownicze i szpitalne będą najsilniej wpływały na rozwój rynku żywności ekologicznej we Francji. Według wstępnych szacunków ocenia się, że wartość produktów bio sprzedanych we Francji w 2015 roku wyniosła 5,5 mld euro, co oznacza wzrost o 10% w porównaniu do roku poprzedniego.

Liczba gospodarstw ekologicznych we Francji stale rośnie, obecnie 4,9% ziem rolnych (1,3 mln hektara) przeznaczonych jest pod uprawy ekologiczne, podczas gdy w 2007 roku było to tylko 2%. W 2015 roku we Francji funkcjonowało 28 725 gospodarstw ekologicznych, co oznacza wzrost o 8,5% w porównaniu do roku poprzedniego.

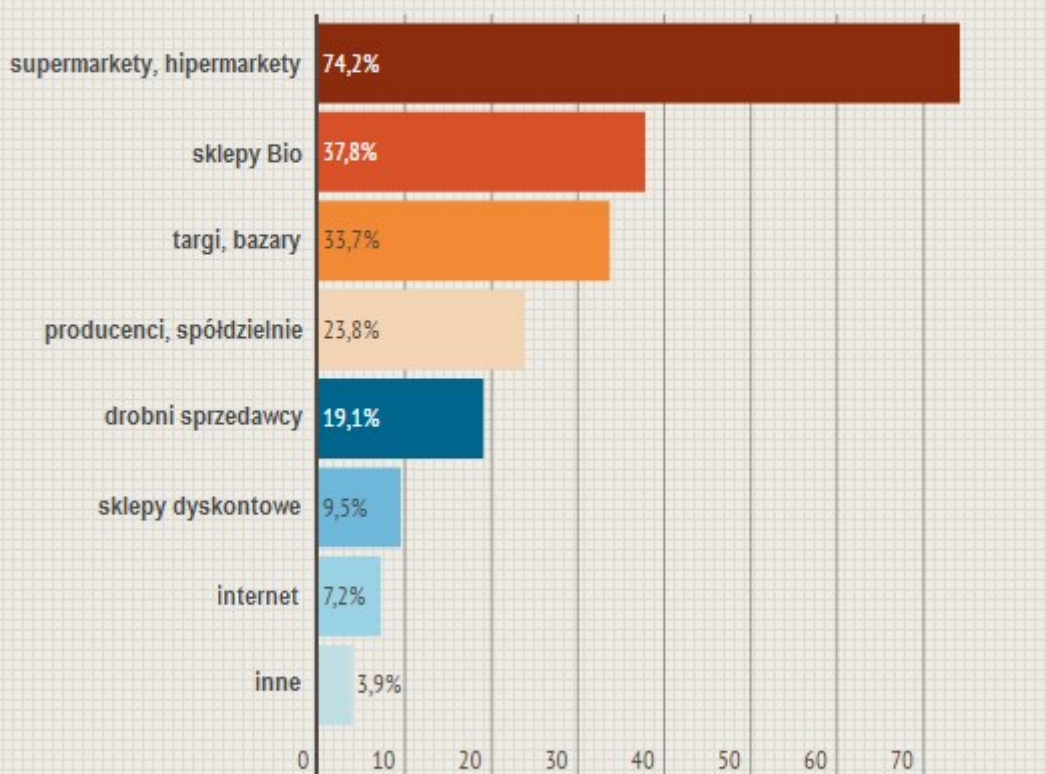
Oferta produktów bio stale rośnie, podobnie jak zainteresowanie konsumentów. Rośnie liczba sklepów specjalistycznych, a sprzedaż certyfikowanych rozwija się także w sklepach ogólnospożywczych i supermarketach. Sprzedaż w sklepach ekologicznych wzrosła w 2015 roku o 15%, a w dużych i średnich sklepach o 7,4%. Francja jest dziś trzecim krajem w Europie pod względem powierzchni upraw ekologicznych, pierwszym jeśli chodzi o przetwórstwo produktów *bio* i drugim, za Niemcami, pod względem liczby konsumentów.

Import żywności ekologicznej do Francji maleje. Francja jest w 76% samowystarczalna jeśli chodzi o produkcję produktów ekologicznych, co oznacza wzrost o 20% w porównaniu do 2009 roku.

Produkty *bio* najczęściej kupowane są w super- i hipermarketach (74,2%), udział wyspecjalizowanych sklepów jest znacznie mniejszy (37,8%) niemniej mają one znacznie słabiej rozwiniętą sieć sprzedaży. Poniżej zaprezentowano najczęściej wybierane przez Francuzów miejsca ekologicznych zakupów.

Rodzaje najpopularniejszych sklepów z produktami ekologicznymi

Gdzie najczęściej kupowane są produkty ekologiczne i Bio?

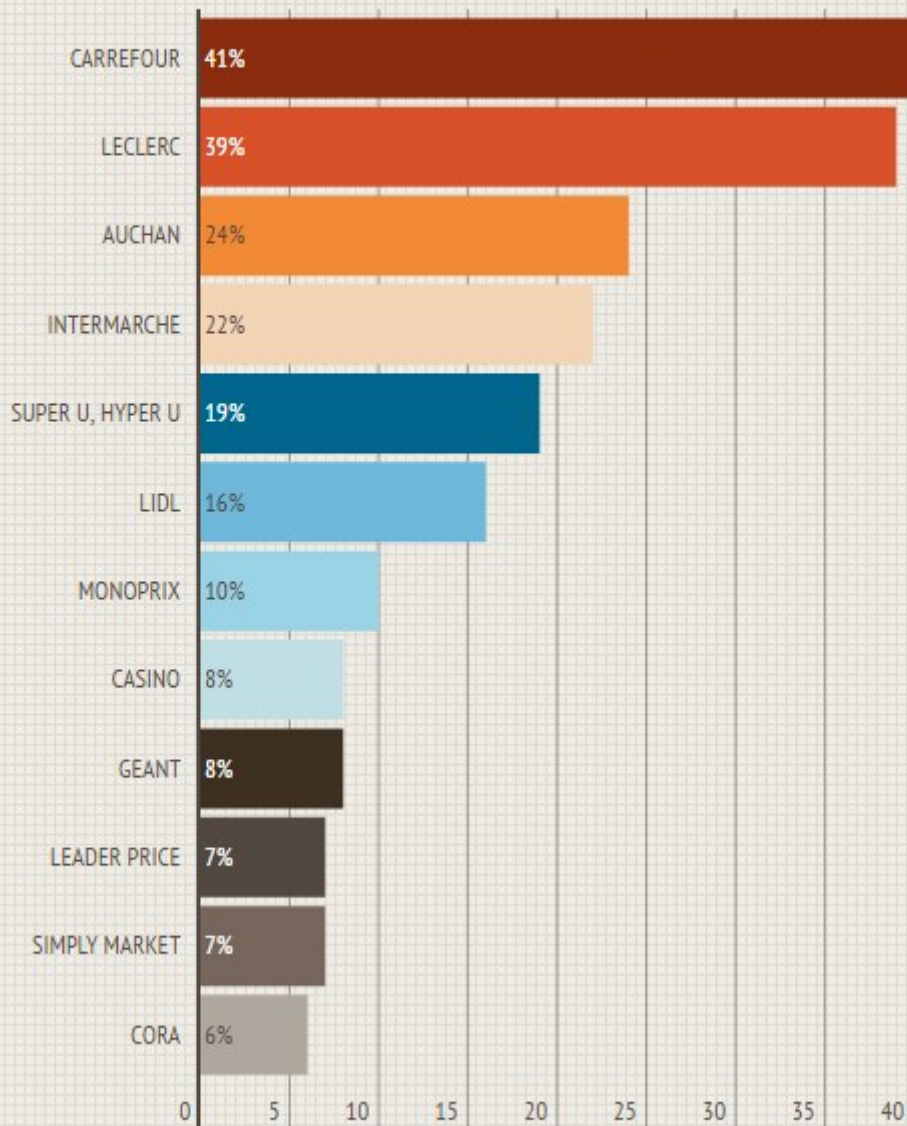


Sondage Toluna/LSA septembre 2015

infogr.am

W kategorii dużych sklepów Carrefour i Leclerc dystansują rywali, przyciągając odpowiednio 41% i 39% konsumentów. Segment sklepów specjalistycznych należy do marki Biocoop, w której zaopatruje się 26% klientów. Na kolejnych miejscach plasują się La Vie Claire (17%) i Naturalia (11%).

Gdzie najczęściej kupowana jest żywność i napoje Bio?

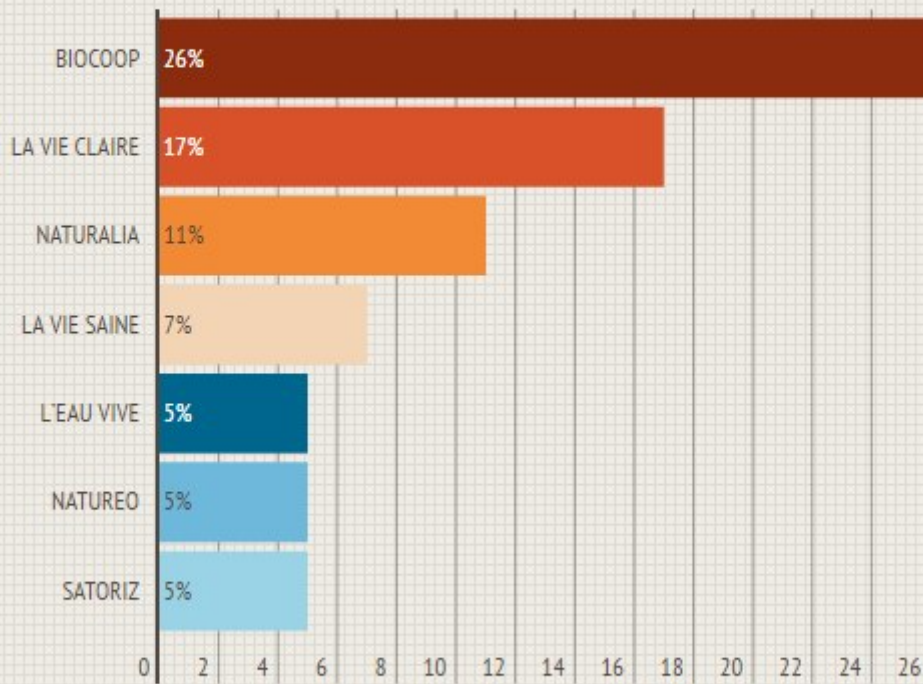


Sondage Toluna/LSA septembre 2015

infogr.am

Najpopularniejsze sklepy specjalistyczne z produktami ekologicznymi

Najpopularniejsze sklepy specjalistyczne z żywnością i napojami Bio



Sondage Toluna/LSA septembre 2015

infogr.am

Na rynku jest miejsce dla wszystkich kanałów dystrybucji, od hipermarketów, poprzez producentów i specjalistów, aż po drobnych sprzedawców. Wszystkie te punkty sprzedaży uzupełniają się wzajemnie i mają pozytywny wpływ na wielkość sprzedaży, czego mogłyby pozazdrościć inne sektory gospodarki.

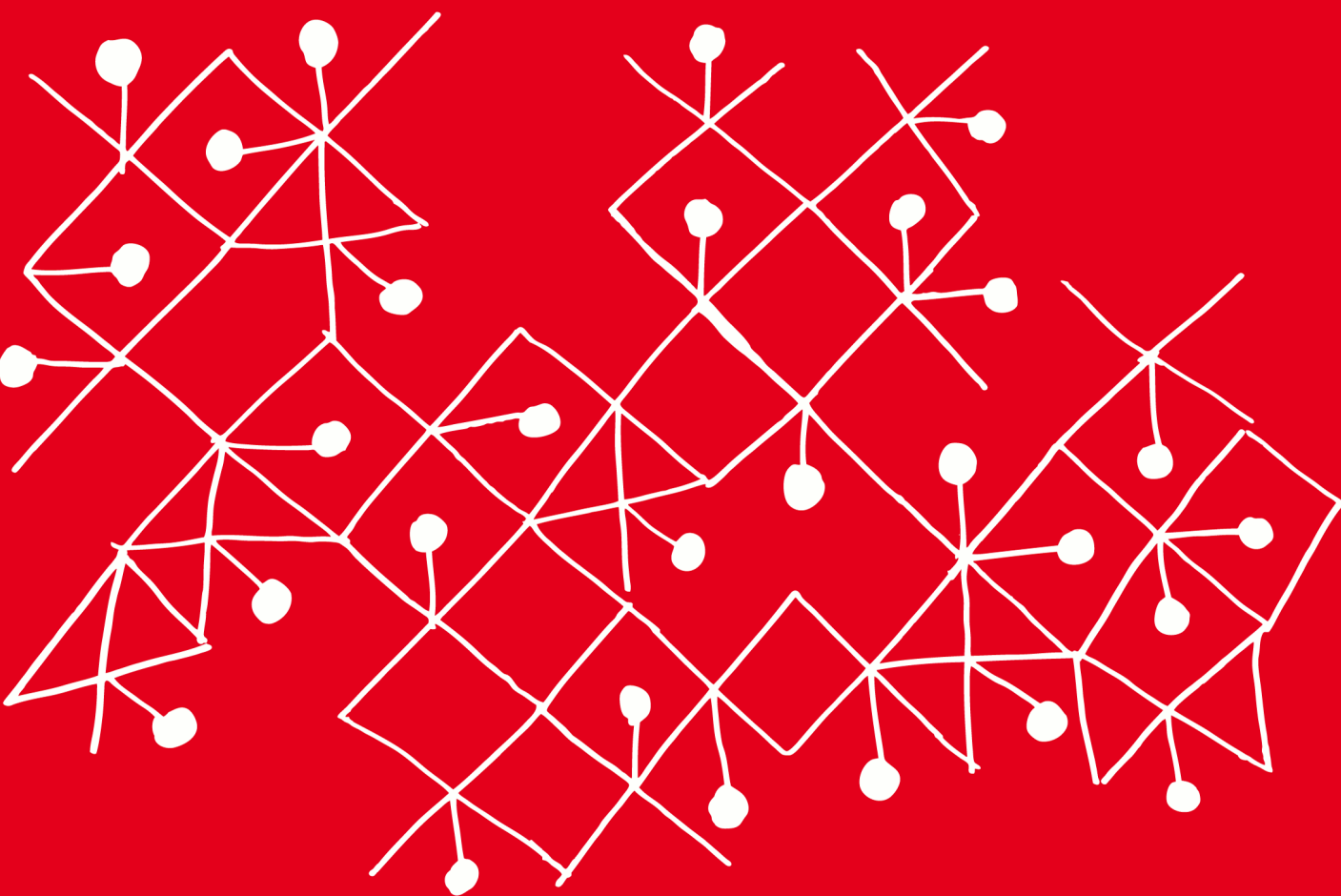
Wartość rynku produktów bio wyniosła w 2015 roku 5,5 mld euro, czego ponad 500 milionów euro wygenerowały trzy grupy produktów: mleko (228,6 mln euro), jajka (201,5 mln) i soki owocowe (116,2 mln). Pozostałe kategorie nie przekraczają 100 milionów przychodów, niemniej notują one dużą dynamikę wzrostu jak np. łosoś wędzony (+18,8%), mięso mielone (+17,6%), produkty zbożowe (+17%) oraz szynka gotowana (+14,8%).

Rodzina produktów	Wartość sprzedaży (w tys.)	Sprzedana ilość (w tys.)	Zmiana w ciągu roku - wartość	Zmiana w ciągu roku - ilość
MLEKO (I)	228 646	95 370	6,40%	3,70%

Rodzina produktów	Wartość sprzedaży (w tys.)	Sprzedana ilość (w tys.)	Zmiana w ciągu roku - wartość	Zmiana w ciągu roku - ilość
JAJKA	201 499	83 239	4,50%	5,20%
SOKI OWOCOWE (l)	116 205	52 744	6,80%	6,60%
JOGURTY (kg)	86 371	52 779	5,30%	4,90%
OLEJE I OLIWY (l)	71 451	16 040	12,70%	13,00%
NAPOJE I ŚMIETANY ROŚLINNE (l)	69 772	38 593	15,40%	16,80%
MASŁO (kg)	45 619	22 802	6,10%	5,40%
KAWA PALONA (kg)	42 461	13 330	-0,10%	-1,20%
RYŻ, KASZA (kg)	40 756	17 575	6,10%	8,90%
PŁATKI, ZBOŻA (kg)	40 133	13 745	17,00%	17,50%
TOSTY, PLACKI, KRAKERSY (kg)	39 511	29 575	9,30%	12,20%
ŁOSOŚ WĘDZONY (kg)	38 552	6 423	18,80%	11,20%
SZYNKA GOTOWANA (kg)	34 639	10 675	14,80%	16,50%

Rodzina produktów	Wartość sprzedaży (w tys.)	Sprzedana ilość (w tys.)	Zmiana w ciągu roku - wartość	Zmiana w ciągu roku - ilość
HERBATY, NAPARY (kg)	34 533	14 352	6,20%	8,10%
TABLICZKI CZEKOLADY (kg)	33 382	19 214	7,10%	8,80%
MIĘSO MIELONE (kg)	32 434	7 646	17,60%	17,40%

Opracowanie: Zespół WPHI na podstawie: *Libre Service Actualités (LSA)*, raportu *Agence Bio* oraz źródeł własnych



INNOWACYJNA GOSPODARKA
NARODOWA STRATEGIA SPÓJNOŚCI



**MINISTERSTWO
ROZWOJU**

UNIA EUROPEJSKA
EUROPEJSKI FUNDUSZ
ROZWOJU REGIONALNEGO



Projekt jest współfinansowany przez Unię Europejską ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego