

La alimentación biológica crecerá de casi 10% por año durante el período 2009-2014

Según un estudio de la empresa Datamonitor, especializada en análisis industrial, el sector de la alimentación biológica (el bio) va a seguir creciendo durante los próximos años. Los productos que cumplen con el sello AB van a proseguir su desarrollo hasta alcanzar un volumen de negocios estimado a 4,2 mil millones de Euros en 2014.

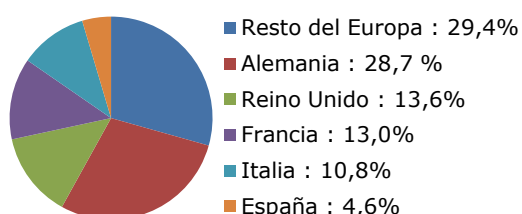
A pesar de un consumo alimenticio global que progresará modestamente (+0,8% en 2012), el crecimiento del bio será de 9,9% cada año durante el período 2009-2014 (ver recuadro más abajo). El sector de la alimentación biológica ha incluso progresado un 12,5% por año durante los últimos años, el volumen negocios estableciéndose así a más de 2,6 mil millones de Euros hoy en día, en comparación con 1,6 mil millones en 2005.

VALOR-PRONÓSTICO DEL MERCADO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS EN FRANCIA

AÑO	€ MIL MILLONES	% CRECIMIENTO
2009	2,6	8,0
2010	2,9	11,6
2011	3,2	10,9
2012	3,5	10,1
2013	3,8	8,6
2014	4,1	8,3
CAGR		9,9

Francia representa el 13% del consumo de productos biológicos europeos. Este porcentaje resulta relativamente muy bajo en comparación con Alemania que representa el 29% del consumo europeo. Francia es desde luego un mercado con un potencial muy importante.

SEGMENTACIÓN DEL MERCADO DE ALIMENTOS ORGÁNICOS EN FRANCIA



Los cuatro factores más importantes en baja de precios: **Concentraciones / desarrollo de marcas genéricas biológicas / Sinergias y centros de compras / aumento de la productividad y de la producción**

Ha llegado el momento de las concentraciones en la distribución especializada de productos biológicos. Por ejemplo, Les Nouveaux Robinson ha comprado en Marzo



2009 su competidor parisino Bio Génération, creando así un grupo de 40 millones de Euros de volumen de negocios. La concentración en el sector de la alimentación biológica fue iniciada en Julio 2008 con la absorción de Naturalia por Monoprix: De esta manera, **el sector se estructura y pasa de ser compuesto de pequeños almacenes para convertirse en verdaderas redes de supermercados**. En efecto, la superficie media de las tiendas bio francesas a pasado de 150m² hace 10 años a 400m² hoy en día. Además, nuevos actores han aparecido, como Naturéo o Biostore, con puntos de venta de 1000m², comparables a supermercados tradicionales!

Esta frenética voluntad de crecimiento prosigue este año con la creación de 30 nuevos puntos de venta por el leader Biocoop, que añade a los 325 que ya posee, y tantos para su competidor La Vie Claire.

En cuanto a los distribuidores, todos adoptan la misma estrategia: crecer en tamaño para negociar un mejor precio con los proveedores. El precio de los productos biológicos permanece efectivamente más elevado que los productos clásicos: 57% más para los productos bio en supermercados y 50% más en las tiendas especializadas, en comparación con los productos bio en súper e hipermercados.

Para disminuir los precios, la grandes distribuidores compran en gran cantidad al extranjero con precios competitivos y han por otro parte **doblado su gama de artículos en**

dos años. Carrefour a pasado de 210 referencias a 590 hoy en día, contra 89 a 280 para Système U.

Para ejercer más presión en precio con los proveedores, las redes especializadas en productos biológicos establecen varias estrategias de compra como las sinergias o el desarrollo de centros de compra. De tal manera, Les Nouveaux Robinson ha racionalizado la centena de proveedores de Bio Génération con los 650 que la empresa ya posee. En cuanto a las centros de compra o cooperativas como Biomonde, permiten a sus miembros beneficiarse de precios mejor negociados, por son comprados en gran cantidad.

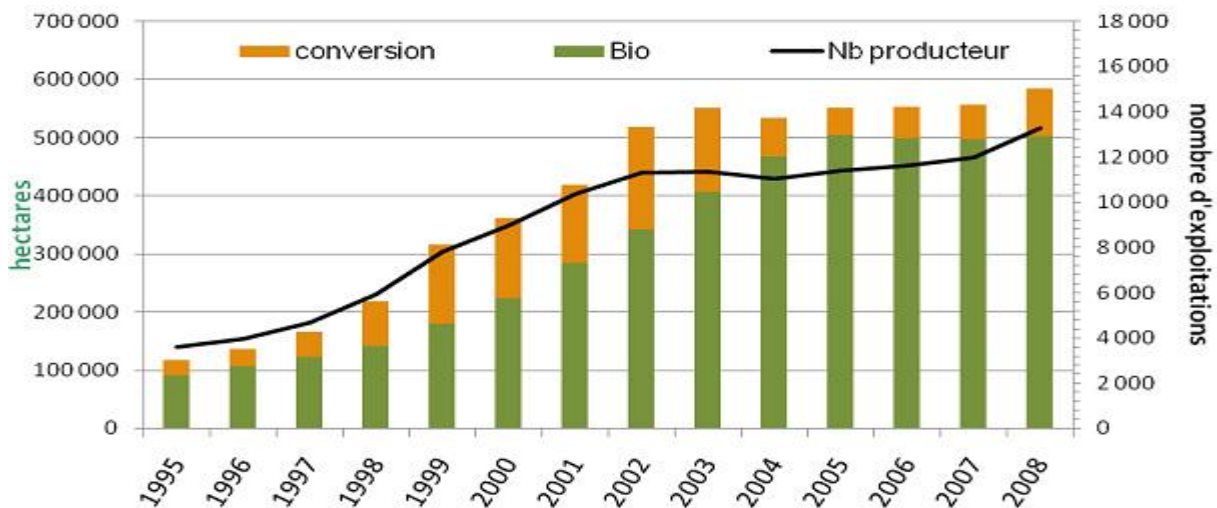
La presión a la baja sobre los precios de los productos biológicos por los distribuidores obliga a los proveedores a bajar sus precios, y en consecuencia a bajar los costes de producción. **Para incrementar la productividad, los proveedores modernizan sus bienes de producción** e intentan desarrollar un sistema « justo a

tiempo » cuyo objetivo es disminuir las pérdidas.

La concentración de los distribuidores y los esfuerzos de los proveedores a incrementar la productividad ya no son las únicas razones de la disminución de los precios: la llegada de los agricultores biológicos va a su vez influenciar los precios. **Durante el año 2009, 300 agricultores por mes se han convertido al bio, incrementado en consecuencia la producción y disminuyendo los precios,** cuya baja está intensificada por el abastecimiento de la gran distribución por el extranjero.

⇒ Con el inicio de la disminución de los precios, el sector alimenticio biológico tiene un porvenir muy prometedor, y esto sobre todo cuando el 61% de los franceses consideran que es anormal de pagar más por un producto biológico. Encima, este crecimiento va a ser políticamente sostenido por los gobiernos y las instituciones. En 2008, la Comisión Europea a lanzado una campaña en favor de la agricultura biológica: « *Lo bio: bueno para la naturaleza, bueno para nosotros.* »

EVOLUCIÓN DE LA SUPERFICIE Y DEL NÚMERO DE LOS OPERADORES COMPROMETIDOS EN EL BIO DESDE 1995 A 2008



Fuente : Agence Bio / OC