

# LA AGRICULTURA ECOLOGICA

**GUILLERMO DE DIEGO MORILLO**

**DIRECCION TERRITORIAL DE COMERCIO DE LA RIOJA**

**JUNIO 2003**

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## INDICE

|         |  |    |
|---------|--|----|
| 1.      | Introducción   | 4  |
| 1.1     | Definición del sector  | 4  |
| 1.2     | Normativa  | 4  |
| 2       | El sector en España  | 5  |
| 2.1     | Estructura del sector  | 6  |
| 2.2     | Costes-precios   | 8  |
| 2.3     | Distribución-comercialización  | 9  |
| 2.4     | Exportación  | 10 |
| 2.5     | Conclusiones   | 11 |
| 2.6     | Direcciones y datos de interés   | 11 |
| 2.6.1   | Ferias Nacionales e internacionales                                    | 11 |
| 2.6.2   | Organizaciones Internacionales   | 12 |
| 2.6.3   | Bibliografía   | 13 |
| 3       | Situación del sector en el mundo                                       | 13 |
| 3.1     | Evolución  |    |
| 3.2     | Situación  |    |
| 3.3     | Tendencias generales   | 13 |
| 3.4     | Descripción de Sudamérica, Oceanía (Australia y Nueva Zelanda), Europa | 18 |
| 4       | Análisis de los principales mercados                                   | 26 |
| 4.1     | JAPON  | 26 |
| 4.1.1   | Introducción (categorización de los productos)                         | 26 |
| 4.1.2   | Ventas-consumo   | 27 |
| 4.1.2.1 | Ventas de productos vegetales  | 27 |
| 4.1.3   | Canales de distribución Minorista-Mayorista. Precios nivel Minorista   | 28 |
| 4.1.4   | Actitud del consumidor ante los productos ecológicos                   | 28 |
| 4.1.5   | Restricciones al desarrollo del mercado                                | 29 |
| 4.1.6   | Acceso al mercado: Regulación, Certificación y etiquetado              | 29 |
| 4.1.7   | Importaciones: Precios, Tendencias, Limitaciones                       | 30 |
| 4.1.8   | Conclusiones y oportunidades de negocio                                | 32 |
| 4.2     | ESTADOS UNIDOS   | 32 |
| 4.2.1   | Introducción (datos sobre producción, apoyo estatal)                   | 32 |
| 4.2.2   | Ventas   | 33 |
| 4.2.3   | Consumo  | 34 |
| 4.2.4   | Canales de distribución Minoristas                                     | 35 |
| 4.2.5   | Acceso al mercado: Regulación, Certificación y etiquetado              | 37 |
| 4.2.6   | Importaciones: cifras, limitaciones                                    | 39 |
| 4.2.7   | Conclusiones y oportunidades de negocio                                | 41 |
| 4.3     | CANADA   | 42 |
| 4.4     | MEXICO   | 42 |
| 4.5     | REINO UNIDO  | 43 |
| 4.5.1   | Introducción   | 43 |
| 4.5.2   | Ventas: el mercado ecológico en Reino Unido                            | 43 |
| 4.5.3   | Distribución minorista por tipo de establecimiento                     | 44 |
| 4.5.4   | Posibles obstáculos al desarrollo del mercado                          | 46 |
| 4.5.5   | Acceso al mercado  | 47 |
| 4.5.6   | Importaciones  | 47 |

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

|       |  |    |
|-------|--|----|
| 4.5.7 | Conclusiones y oportunidades de negocio  | 49 |
| 4.6   | FRANCIA  | 49 |
| 4.6.1 | Introducción: Estimación del tamaño del mercado  | 49 |
| 4.6.2 | Consumo  | 50 |
| 4.6.3 | Canales de distribución y comercialización   | 52 |
| 4.6.4 | Frenos al desarrollo del mercado   | 53 |
| 4.6.5 | Importaciones  | 53 |
| 4.7   | ALEMANIA   | 55 |
| 4.7.1 | Introducción: Evolución del mercado alemán en 2002   | 55 |
| 4.7.2 | Distribución Mayorista y minorista   | 56 |
| 4.7.3 | Actitud del consumidor   | 60 |
| 4.7.4 | Importaciones  | 60 |
| 5     | Bibliografía   | 60 |
| 6     | Anexos   | 61 |
| 6.1   | Direcciones y datos de utilidad en España  | 62 |
| 6.2   | Listado de importadores/distribuidores/representantes en los principales destinos de exportación | 78 |

## 1. INTRODUCCION

### 1.1. DEFINICION DEL SECTOR

La agricultura ecológica, también conocida como agricultura biológica u orgánica, se puede definir de manera sencilla como un compendio de técnicas agrarias que excluye normalmente el uso, en la agricultura y ganadería, de productos químicos de síntesis como fertilizantes, plaguicidas, antibióticos, etc., con el objetivo de preservar el medio ambiente, mantener o aumentar la fertilidad del suelo y proporcionar alimentos con todas sus propiedades naturales.

### 1.2. NORMATIVA

La agricultura ecológica se encuentra regulada legalmente en España desde 1989, en que se aprobó el Reglamento de la Denominación Genérica "Agricultura Ecológica" y su Consejo Regulador, que vino aplicándose hasta la entrada en vigor, el 1 de enero de 1993, del Reglamento (CEE) 2092/91 del Consejo, sobre la producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios, fecha a partir de la cual prevalecieron los preceptos de la norma comunitaria.

En este Reglamento, se establecen las normas que regulan la producción, elaboración, control, etiquetado e importación de países terceros de los productos procedentes de la agricultura ecológica, de forma que sólo aquellos operadores controlados que se ajustan a lo establecido en el Reglamento pueden hacer uso en el etiquetado de los productos, de los nombres asignados a este modelo agrario, que en el caso de España se corresponden con los términos "ecológico", "biológico", "orgánico", "biodinámico", "obtenido sin el empleo de productos químicos de síntesis", así como los vocablos "eco" y "bio".

A nivel nacional, el Real Decreto 1852/93, sobre producción agrícola ecológica y su indicación en los productos agrarios y alimenticios, estableció la base legal para que las Comunidades Autónomas asumieran el control de este tipo de producción, de acuerdo con lo establecido en el reglamento comunitario.

Es de destacar asimismo la creación, por el Real Decreto 1852/93, de la Comisión Reguladora de Agricultura Ecológica, configurada como un órgano colegiado adscrito al Ministerio de Agricultura, Pesca y Alimentación, para el asesoramiento en esta materia, en el que participan el sector, los consumidores y las Administraciones General del Estado y de las Comunidades Autónomas. A través de esta Comisión, se realiza la armonización y seguimiento de todos los temas relativos a normativa y control para asegurar la aplicación uniforme, eficaz y correcta de los preceptos del Reglamento (CEE) 2092/91 en todo el territorio nacional así como el Reglamento 1804 /1999 que regula la producción animal

#### **Control**

El Reglamento Comunitario prevé dos sistemas de control, de forma que éste se ejerza, bien por autoridades de control públicas o bien por organismos privados, autorizados y supervisados por la autoridad competente.

En España, hasta el momento, se ha optado por el sistema de autoridades de control públicas, siendo ejercido actualmente el control de la producción agraria ecológica a través de Consejos o Comités de Agricultura Ecológica territoriales, que son organismos dependientes de las Consejerías o Departamentos de Agricultura de las Comunidades Autónomas, o directamente por Direcciones Generales adscritas a las mismas.

Para que el consumidor pueda distinguir en el mercado los productos de la agricultura ecológica, todas las unidades envasadas, además de su propia marca, llevan una etiqueta (o contraetiqueta) numerada y un logotipo o anagrama específico con el nombre y/o el código del organismo de control y la leyenda "Agricultura Ecológica".

Ello significa que la finca o industria donde se ha producido o elaborado el producto, está sometida a los controles e inspecciones correspondientes del Organismo establecido al efecto en la respectiva

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Comunidad Autónoma. Constituye, a su vez, la única garantía fiable para el consumidor de que el producto responde a la calidad y características ofrecidas en el etiquetado. A su vez, las etiquetas utilizadas por los diferentes operadores en la comercialización de sus productos, deben ser autorizadas por la Autoridad de Control designada en la respectiva Comunidad Autónoma.

## Ayudas

El R. D. 5 I/1995, de 20 de enero, establece un régimen de medidas horizontales para fomentar métodos de producción agraria compatibles con las exigencias de la protección y la conservación del espacio natural, en desarrollo de las medidas previstas en el R.(CEE) 2078/92 y se ha establecido una línea de ayudas específica para la producción ecológica, subvencionando a través de una prima anual por Ha, variable según el tipo de cultivo, el periodo de reconversión y los años siguientes, hasta un máximo de cinco años. La gestión de estas ayudas es realizada por las Comunidades Autónomas.

## 2. EL SECTOR EN ESPAÑA

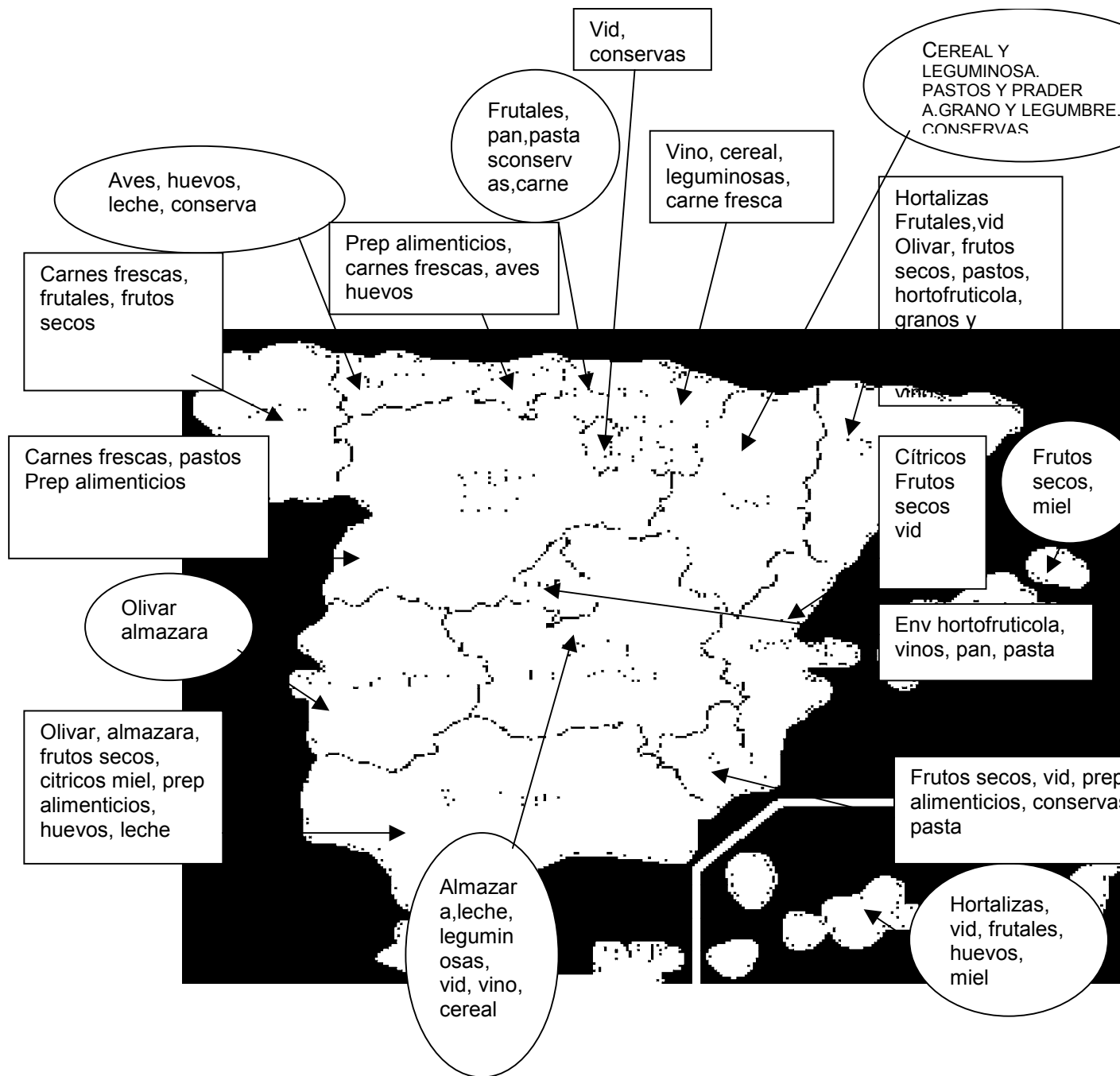
Nuestro país reúne condiciones para el desarrollo de este tipo de agricultura por su favorable climatología y los sistemas extensivos de producción que se aplican en un gran número de cultivos. En lo que respecta a la producción animal, la conservación de un patrimonio genético importante de razas autóctonas, de gran rusticidad en su mayoría y adaptadas al medio, favorece su cría y explotación en régimen extensivo. Todo ello, sin olvidar la tradición y el desarrollo alcanzado por la apicultura, que ha dado lugar a la obtención de productos de gran calidad por la abundancia y variedad de la flora meciera existente en España.

Entre los productos más destacados en cuanto a la superficie destinada a ellos destacan los pastos, praderas, forrajes, pero si además atendemos al valor añadido de los productos que se obtienen, sería el olivar el cultivo más importante, y está centrando en gran medida los esfuerzos de la agricultura ecológica

|           |       | POSICION COMPETITIVA                          |   |   |
|-----------|-------|---|---|---|
|           |       | ALTA  | MEDIA   | BAJA  |
| ACTIVIDAD | ALTO  | Olivar<br>vid                                 | Cítricos<br>Frutales<br>Vino<br>Hortalizas<br>carne   | fresca  |
|           | MEDIO | Frutos secos<br>Envasado frutos secos<br>miel | Cereal<br>Leche<br>Pastas<br>Conservas<br>Pan<br>aves | Envasado grano y legumbres<br>Almazara<br>Prep alimenticios |
|           | BAJO  |   | Pastos, praderas, forrajes                            |   |

En el sector ganadero es la carne fresca, la actividad más generalizada

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA



## 2.1. ESTRUCTURA Y EVOLUCION DEL SECTOR

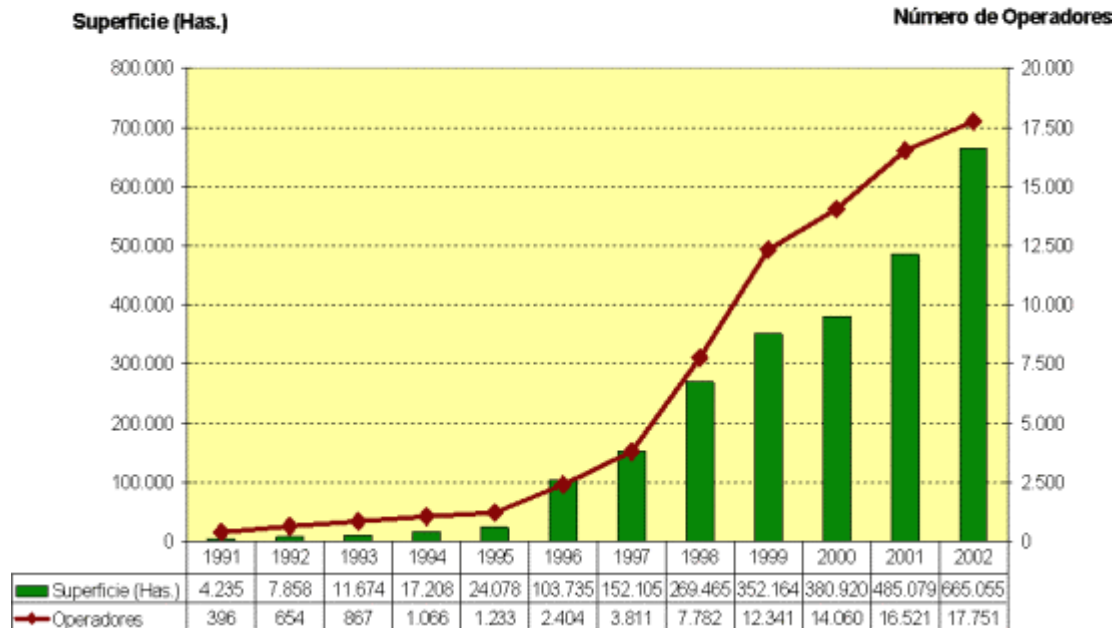
La estructura empresarial está compuesta fundamentalmente por personas físicas, autónomos, y en mucho menor grado, por sociedades o cooperativas

Entre los operadores (productores y elaboradores) que practican agricultura mixta (ecológica y convencional), se da una tendencia al alza a centrarse exclusivamente en las actividades orgánicas, en detrimento de la agricultura convencional

Ante la falta de demanda para este sector, pero observado el potencial, se hace necesario un mayor desarrollo de esta actividad, y gran parte de los operadores coinciden en que para ello debe existir una organización interprofesional del sector. Las principales razones para ello:

- Organizar el mercado y unificar criterios
- Intercambio de información y toma de contacto con el sector
- Más apoyo y subvenciones

## Evolución de la Producción Agrícola Ecológica (1991-2002)



FUENTE: Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación

Se ha registrado un notable **aumento de las ventas** tanto en exportación (estimado en 25%) como en el mercado nacional (estimado en 15%-20% en 2002 y en años venideros), y dicha boyantía exigirá:

- Aumentar la producción y diversificar productos
- Promover la información al consumidor
- Ampliar y mejorar la distribución

Entre los **obstáculos** a los que se enfrenta el desarrollo del sector, habría que citar:

- Baja rentabilidad, altos costes, mucha dedicación
- Falta de un asesoramiento técnico adecuado
- Falta de una distribución adecuada y de un flujo de suministro regular
- Poca demanda y profundo desconocimiento de lo ecológico por parte de la población
- Poco apoyo por parte de la administración

En cuanto a las **acciones** a tomar para procurar esa expansión del sector

- Esfuerzo en publicidad para dar a conocer al público este tipo de productos
- Fomento del asociacionismo
- Creación de un LOGO nacional, el cual aportaría seguridad y confianza al consumidor, y al igual que ha ocurrido previamente en otros países podría ser el motor que impulse la demanda

En cuanto a la **imagen** percibida por los consumidores, los rasgos a destacar serían:

- salubridad
- Calidad alimentaria
- Respetuoso con el medio ambiente

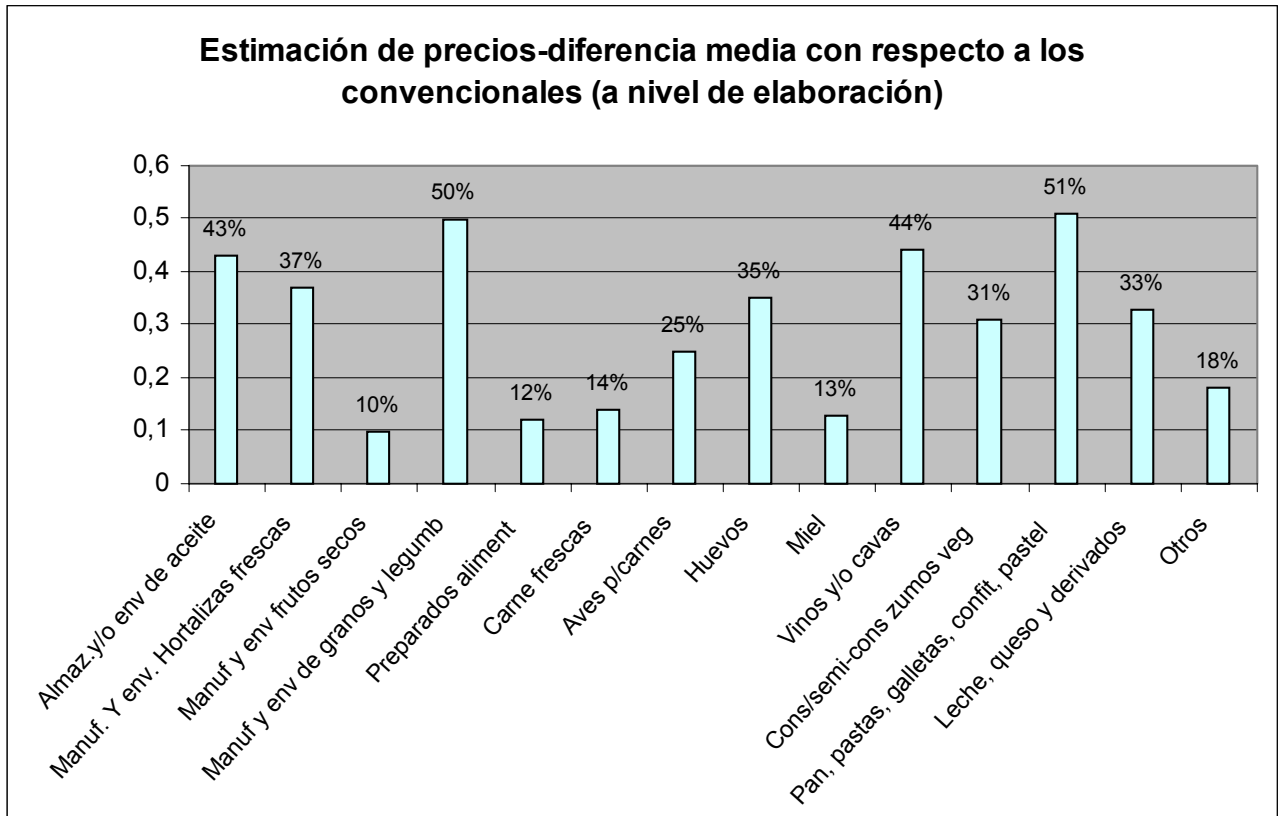
Destacar que la publicidad es la gran ausente en todo proceso de venta del producto, pero dicha ausencia es especialmente acusada a nivel de productor y elaborador. La forma más utilizada suelen ser las ferias y mercadillos

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

## 2.2. COSTES-PRECIOS

Por el lado de los costes, fuentes del sector estiman una media de aproximadamente un 20-25% por encima de la producción convencional, aunque las cifras varían considerablemente de un producto a otro

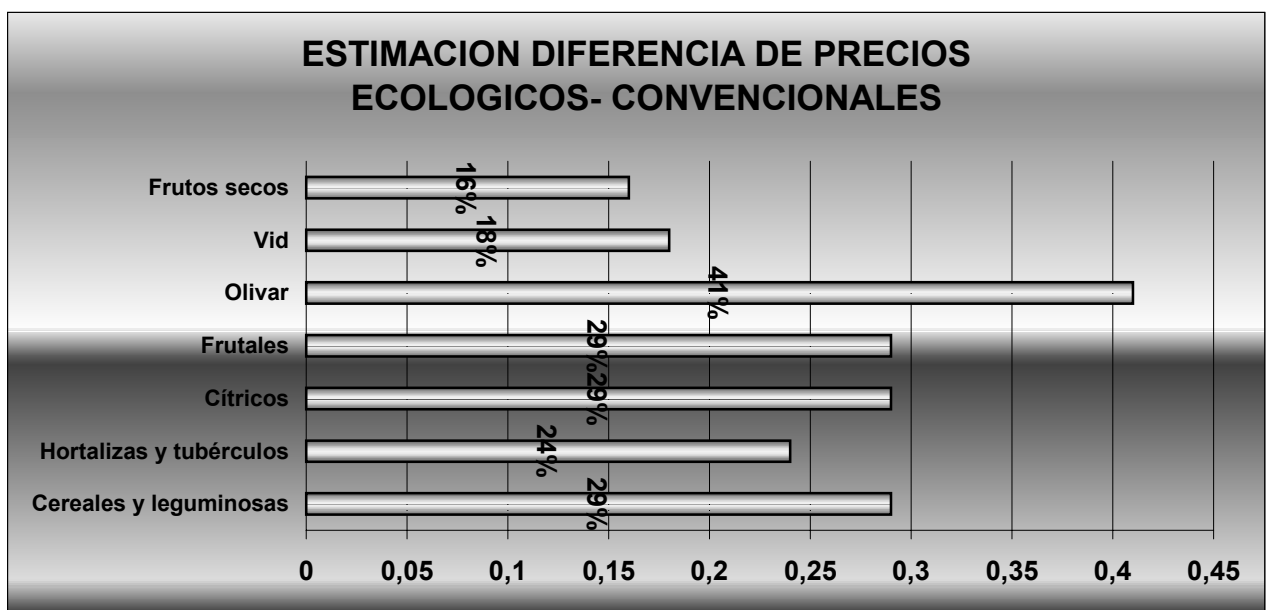
GRAFICO 2



FUENTE: estudio de mercado de DHVMC para el MAPA

Así pues, es normal que los precios que los productores suelen repercutir a distribuidores y comerciantes e incluso en su venta directa supere entre un 25-30% de media a los convencionales

GRAFICO 3



FUENTE: estudio de mercado de DHVMC para el MAPA

## 2.3. DISTRIBUCION-COMERCIALIZACION

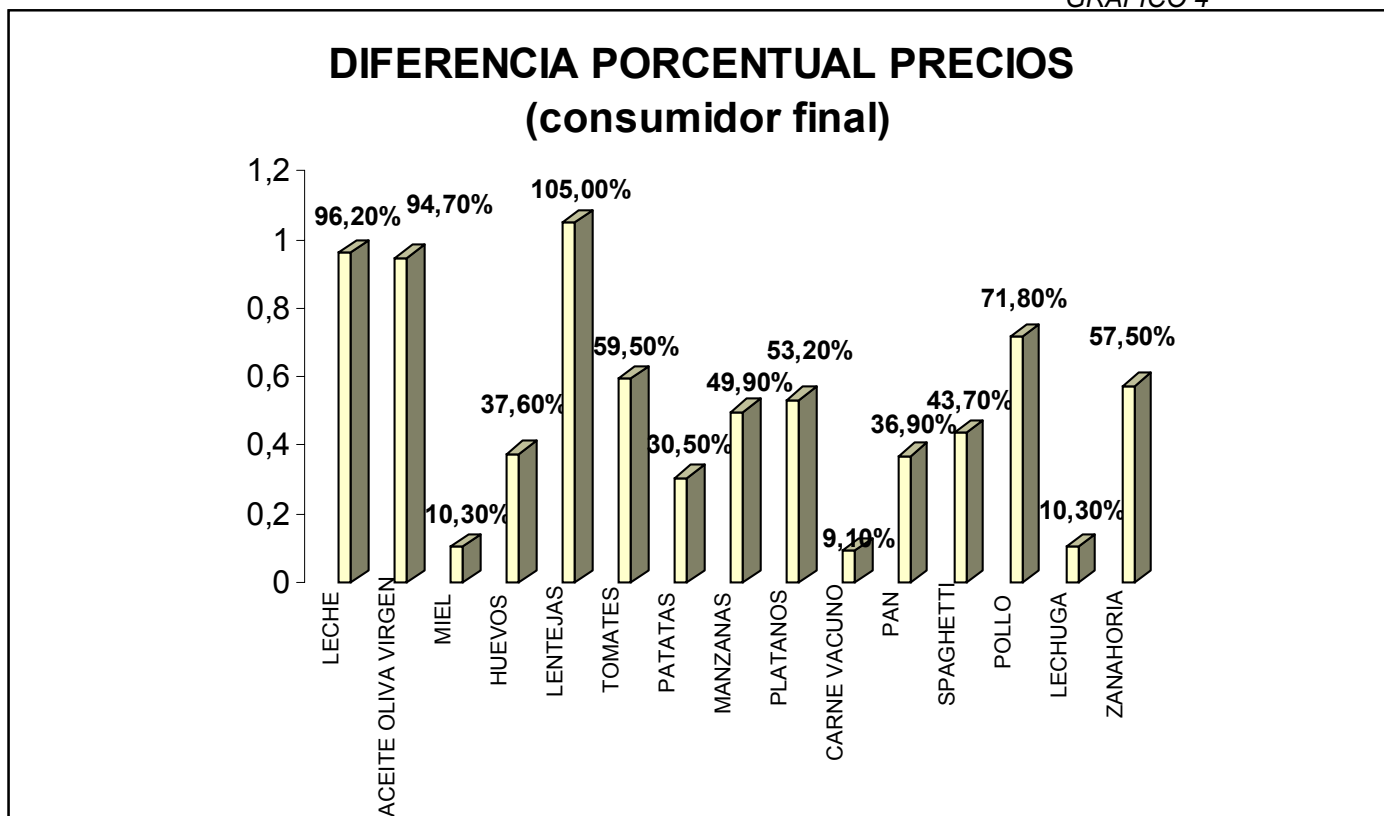
El período en que se produjo un boom en cuanto a la venta de estos productos fue en 1998-2000  
El crecimiento de la facturación viene alcanzando un 20% anual en los últimos 5 años

Estimaciones del MAPA correspondientes al año 2002, sitúan la cifra comercializada de estos productos en **173 millones de euros**

Las ventas se realizan, según fuentes del MAPA o bien a través de los distintos canales de distribución (60-65%), o bien mediante la compra directa a los productores (35-40%)

La diferencia porcentual que se baraja para los precios de productos ecológicos con respecto a los convencionales que se aplican al consumidor final, oscila entre el 45-55%, aunque con diferencias ostensibles en función del producto

GRAFICO 4



FUENTE: Estudio de mercado DHVMC para el MAPA

En aras a mejorar no sólo la imagen, sino a promover activamente el sector, por el lado de la comercialización se aboga por:

- Existencia de una normativa específica y de un sello de certificación
- Fomentar las asociaciones de productores y distribuidores
- Campañas de publicidad conjuntas

Entre los **frenos** que la distribución-comercialización encuentra al desarrollo, se encuentran:

- La baja demanda
- Altos precios
- Desconocimiento por parte del consumidor
- No excesiva rentabilidad
- Abastecimiento difícil en cantidad y periodicidad

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## Principales canales de distribución

**HIPERMERCADOS:** en torno al 20% de este tipo de establecimiento, estaría vendiendo estos productos, todavía los comercializan timidamente, aunque aumentando paulatinamente su gama

**SUPERMERCADOS:** se estima que en torno a un 20-30% de los establecimientos albergan este tipo de productos.

### Motivos para su comercialización:

- Interés comercial por la imagen que aportan al establecimiento
- Complementan la oferta tradicional
- Interés creciente del consumidor en torno a todo lo orgánico
- Interés por registrarse como manipuladores y elaboradores

### Frenos al desarrollo

- Falta de demanda y altos precios
- Apuesta por las marcas propias y/o la agricultura integrada o "controlada"

**TIENDAS ESPECIALIZADAS:** características

- Ofrecen una amplia gama de productos ecológicos
- La fidelización de los clientes es el principal fortaleza de esta forma de distribución
- Las dificultades se centran en falta de demanda y en la estacionalidad de la producción

**PORTALES DE ALIMENTACION:** características

- fidelización de compradores y consumidores
- Gran potencial para futuros clientes
- Presencia universal a través de internet
- Dificultad para crear una masa crítica de clientes (por la desconfianza que genera internet) y garantizar un flujo regular

**CLUBES DE GOURMET:** características

- Productos, muchas veces elaborados, de alta calidad
- Escaso mercado por ir dirigido a un segmento muy específico
- Confusión debida a etiquetado y terminología

**RESTAURANTES:** características

- Escasa oferta por parte de este tipo de establecimientos

## Promoción

Al igual que sucedía entre los productores, una de las carencias que posiblemente más pesan a la hora de no obtener unos resultados en las ventas acordes con el desarrollo alcanzado por el lado de la producción, es la ausencia de promoción. La poca existente se centra fundamentalmente en los puntos de venta, con degustaciones, etc, es ésta una forma que se ha demostrado eficaz. Una segunda fórmula tanto en difusión como en calado entre el público serían los folletos

De cara a mejorar este aspecto básico a la hora de desarrollar el mercado, desde el sector se insiste en la necesidad de un logotipo nacional

## 2.4. EXPORTACION

Conviene aclarar que es imposible definir arancelariamente el sector, puesto que las diferentes partidas y subpartidas no diferencian entre producción ecológica y convencional, sin embargo sí que puede afirmarse sin lugar a dudas que existe un sesgo exportador importante para todos estos productos

Según fuentes del MAPA, se estima un crecimiento anual medio en torno al 25% para los próximos años, cifra de crecimiento paralela a la esperada para la producción

Aproximadamente el porcentaje de exportación ronda el 85- 90%, y va dirigido fundamentalmente a países europeos

Los destinos por excelencia son Alemania, Francia, Reino Unido, a cierta distancia otros países comunitarios, y ya a una distancia considerable se sitúan Japón y EEUU

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## 2.5. CONCLUSIONES

### FORTALEZAS

- Buena imagen de los productos
- Condiciones climáticas favorables
- Contribución al desarrollo rural

### DEBILIDADES

- Bajo nivel de consumo interno
- Falta de:
  - Recursos humanos, técnicos y económicos
  - Conocimiento por parte del consumidor
  - Formación específica en AE
- Períodos de reconversión y tramitación largos y exigentes
- Normativa compleja
- Estructura de comercialización limitada
- Surtido de productos muy escaso y caro
- Insuficiente inversión en AE

### OPORTUNIDADES

- Alto grado de extensificación en la agricultura tradicional
- Grandes expectativas de consumo
- Mayor concienciación de los agricultores
- Vehículo de educación para el medio ambiente
- Menor probabilidad de crisis alimentarias

### AMENAZAS

- Agricultura integrada
- Competencia de terceros países
- Dependencia del comercio exportador
- Intereses de multinacionales de productos fitosanitarios
- Oportunismo comercial
- Información confusa sobre el sistema de producción
- Ayudas no acompañadas de un Plan Estratégico

## 2.6. DIRECCIONES Y DATOS DE INTERES

### 2.6.1. FERIAS NACIONALES E INTERNACIONALES

|                     | LORA                     | DEL                                   |                                 |
|---------------------|--------------------------|---------------------------------------|---------------------------------|
| <b>AGROVEGA</b>     | RIO (Sevilla) España     | Agrícola                              | Del 30 de Enero al 2 de Febrero |
| <b>BIOFACH</b>      | NUREMBERG Alemania       | Salón Mundial de Productos Ecológicos | Del 16 al 19 de Febrero         |
| <b>SEMANA VERDE</b> | MOTRIL (Granada) España  | Agroalimentaria                       | Del 5 al 8 de Marzo             |
| <b>FOODEX</b>       | TOKIO Japón              | Alimentación                          | Del 11 al 14 de Marzo           |
| <b>SALICAL</b>      | LOGROÑO (LOGROÑO) España | Alimentación                          | Del 26 al 29 de Marzo           |
| <b>GOURMET</b>      | MADRID (Madrid) España   | Alimentación                          | Del 31 de Marzo al 3 de Abril   |

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

|                                     |  |  |                                     |
|-------------------------------------|--|--|-------------------------------------|
| <b>FERIA PRODUCTOS ECOLÓGICOS</b>   | <b>DE</b> CÓRDOBA (Córdoba) España     | Productos Ecológicos Certificados                        | Del 10 al 13 de Abril               |
| <b>FERIA DEL VALLE DE PEDROCHES</b> | <b>LOS</b> POZOBLANCO (Córdoba) España | Agroganadera   | Del 24 al 27 de Abril               |
| <b>EXPOLIVA</b>                     | JAEN (Jaen) España                     | Feria monográfica del olivar e industrias                | Del 14 al 17 de Mayo                |
| <b>BIOCULTURA</b>                   | BARCELONA (Barcelona) España           | Productos Naturales                                      | Del 16 al 19 de Mayo                |
| <b>FERIA DEL AJO</b>                | MONTALBAN (Córdoba) España             | Ajo y afines   | JUNIO                               |
| <b>FANCY FOOD</b>                   | NEW YORK EEUU                          | Alimentación   | Del 4 al 7 de Julio                 |
| <b>BIOFACH</b>                      | WASHINGTON EEUU                        | Salón Mundial de los Productos Ecológicos                | Del 4 al 7 de Septiembre            |
| <b>SANA</b>                         | BOLOGNA Italia                         | Salón Internacional de la Salud, Alimentación y Ambiente | Del 11 al 14 de Septiembre          |
| <b>ORGANEX</b>                      | LONDRES Reino Unido                    | Alimentación ecológica                                   | Del 8 al 9 de Octubre               |
| <b>BIOFACH</b>                      | TOKIO Japón                            | Salón Mundial de los Productos Ecológicos                | Del 9 al 11 de Octubre              |
| <b>ANUGA</b>                        | COLONIA Alemania                       | Alimentación   | Del 10 al 15 de Octubre             |
| <b>AGROAXARQUIA</b>                 | ALGARROBO (Málaga) España              | Agroalimentaria  | OCTUBRE                             |
| <b>BIOCULTURA</b>                   | MADRID (Madrid) España                 | Feria de las alternativas y consumo responsable          | Del 31 de Octubre al 3 de Noviembre |
| <b>ECOLOJA</b>                      | LOJA (Granada) España                  | Feria de productos ecológicos                            | POR DEFINIR                         |
| <b>EXPO-AGRO</b>                    | AGUADULCE (Almería) España             | Feria hortofrutícola internacional                       | NOVIEMBRE                           |

FUENTE: Consejo andaluz de Agricultura ecológica (CAAE)

### 2.6.2. ORGANIZACIONES INTERNACIONALES

#### **IFOAM (Federación internacional del movimiento de la agricultura ecológica)**

Bajo el paraguas de esta organización tienen cabida otras muchas organizaciones relacionadas con la AE, reúne alrededor de 750 miembros de 100 países

[www.ifoam.org](http://www.ifoam.org)

#### **FAO (Organización mundial de la agricultura y la alimentación)**

[www.fao.org/organicag/default.htm](http://www.fao.org/organicag/default.htm)

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **SÖL (STIFTUNG ÖKOLOGIE & LANDBAU; FUNDACION ECOLOGIA Y CULTIVOS)**

Esta institución se dedica a fomentar el desarrollo de los cultivos ecológicos  
Sus funciones principales son la coordinación de las acciones y actores así como la obtención y difusión de información sobre cultivos ecológicos y la toma de decisiones, aspectos científicos, técnicas ecológicas, y asesoramiento

[www.soel.de](http://www.soel.de)

## **ORGANIC TRADE ASSOCIATION- OTA- (Asociación de comercio ecológico)**

Organización que representa a la industria ecológica e Canadá, EEUU y Mexico  
Entre sus miembros se incluyen productores, procedadores, comercializadores, certificadores, etc.  
Su principal objetivo es promover los productos ecológicos, y proteger los estándares orgánicos

[www.ota.com](http://www.ota.com)

## **SOIL ASSOCIATION (Asociación del Suelo en Reino Unido)**

[www.soilassociation.org](http://www.soilassociation.org)

### 2.6.3. BIBLIOGRAFIA

-MAPA (Ministerio de Agricultura Pesca y Alimentación)

[www.mapya.es](http://www.mapya.es)

-Estudio de mercado de los productos de la agricultura ecológica  
Autor: DHVMC Consultants, realizado para el MAPA, mayo 2002

**-Anexo estadísticas del sector elaborado por el MAPA**

[www.mapya.es/alimentacion/pags/ecologica/pdf/2002.pdf](http://www.mapya.es/alimentacion/pags/ecologica/pdf/2002.pdf)

-GAIN REPORT (FRANCE) USDA(US Departament of Agriculture)

-FAO Country Reports (Francia, Reino Unido, EEUU, Japón)

-FIBL (Research institute of Organic Agriculture), country reports

[www.organic-europe.net/country\\_reports](http://www.organic-europe.net/country_reports)

-OTA (Organic Trade Association)

## **3. SITUACION DEL SECTOR EN EL MUNDO**

### **3.1. EVOLUCION**

Según el sondeo de SÖL , casi 23 millones de Has están bajo gestión ecológica en todo el mundo.  
Actualmente la mayor parte de concentra en Australia con 10,5 millones Has, 3,2 en Argentina e Italia con 1,2 millones de Has

Aunque conviene aclarar, que de esa cifra, probablemente menos de la mitad se dedique a cultivos, puesto que en Australia y Argentina están destinadas a pastos la mayoría de esas tierras

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Oceanía reúne el 46% de la superficie ecológica, seguido por Europa con el 23% y Latinoamérica con el 21%

En la UE, la conversión a la Agricultura Ecológica(en adelante AE) se ha producido sobre todo durante los años 90, debido principalmente a las ayudas estatales

En muchos otros países la AE se asentó fundamentalmente por la fuerte demanda de sus productos en Europa, Japón y EEUU

Entre la UE y los 12 países aspirantes(recientemente integrados en la UE ), además de Bulgaria, Rumanía, los países de la EFTA así como los países que integraban la antigua Yugoslavia aportan 4,7 millones Has de cultivos ecológicos, lo cual supone casi el 2% de su superficie agrícola total

En Norteamérica, se gestionan ecológicamente 1,5 millones Has, sin embargo las cifras de crecimiento son espectaculares

En la mayoría de los países asiáticos, la superficie dedicada a AE es todavía bajo, aparte de que muchos de estos países no disponen de cifras exactas

El total de superficie en Asia bajo esta modalidad ronda las 600.000 Has, y ninguno de los países supera el 1% con respecto a la superficie total cultivada

En muchos países de Latinoamérica, la superficie alcanza el 0,5%, y teniendo en cuenta que se partía de unos niveles ínfimos, las tasas de crecimiento son extraordinarias. En Argentina, la superficie se ha incrementado en más de 550 veces en menos de 10 años

Por lo que se refiere a África, no hay datos disponibles, pero la feria IFOAM, en 1999, aportó cifras que demostraban que la AE iba en aumento, uno de los factores para el crecimiento en África es el aumento de la demanda en los países industrializados, otra motivación sería el mantenimiento y regeneración de suelo fértil en zonas degradadas o amenazadas por la erosión

## 3.2 SITUACION DEL MERCADO

Dado que no hay estadísticas oficiales de comercio exterior, no se puede ofrecer una visión general, ni en términos globales de comercio, ni por grupos de producto

En muchos países, los productos ecológicos integran un segmento más de la oferta alimenticia, ya que se venden del mismo modo en supermercados, establecimientos especializados, mercados semanales, venta directa en la granja, y "box-schemes" (cesta variada de productos)

Quizá para comprender la magnitud de las cifras, el comercio minorista sea el más apropiado, según las cifras de la UCNTAD(ITC) el comercio minorista de productos ecológicos y bebidas a nivel mundial, experimentó un crecimiento desde 10 millardos de dólares (millardo US\$=1000 millones US\$) en 1997 a 17,5 en 2000

Si bien la cifra de ventas totales de orgánicos es importante, los porcentajes sobre el total son aún pequeños, lo cual pone de manifiesto el enorme potencial que tienen, en particular si se les compara con la mayoría de las categorías de alimentos

De hecho, las tasas de crecimiento esperado a medio plazo, 3-5 años son bastante altas, oscilando entre el 10-15% y el 25-30

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

| Tabla 1: ESTIMACION MUNDIAL DE VENTAS Y PORCENTAJES SECTOR ECOLOGICO (2003) |  |   |                                     | 2005                              |
|---|--|---|-------------------------------------|-----------------------------------|
| MERCADOS DE PRODUCTOS BIOLÓGICOS (2003)                                     |  |   |                                     |                                   |
|   | Estimación del valor total de ventas de productos orgánicos (millones de \$) | Estimación del porcentaje de ventas de orgánicos s/total de ventas de alimentos | CRECIMIENTO ESPERADO DE MEDIO PLAZO | ESTIMACION A VENTA MINORISTA 2005 |
| REINO UNIDO   | 1550-1750  | 1,5-2   | 10-15                               |                                   |
| ALEMANIA  | 2800-3100  | 1,7-2,2   | 5-10                                |                                   |
| ITALIA  | 1250-1400  | 1-1,5   | 5-15                                |                                   |
| FRANCIA   | 1200-1300  | 1-1,5   | 5-10                                |                                   |
| HOLANDA   | 425-475  | 1-1,5   | 5-10                                |                                   |
| BELGICA   | 200-250  | 1-1,5   | 5-10                                |                                   |
| AUSTRIA   | 325-375  | 2-2,5   | 5-10                                |                                   |
| SUIZA   | 725-775  | 3,2-3,7   | 5-15                                |                                   |
| DINAMARCA   | 325-375  | 2,5 – 3   | 15-15                               |                                   |
| SUECIA  | 350-400  | 1,5-2   | 10-15                               |                                   |
| USA   | 11000-13000  | 2-2,5   |                                     |                                   |
| RESTO EUROPA  | 750-850  | <0,5  |                                     |                                   |
| JAPON   | 350-450(***)   | <0,5  |                                     |                                   |
| TOTAL EUROPA  | 10000-11000  |   |                                     |                                   |
| EEUU  | 11000-13000  |   |                                     |                                   |
| CANADA  | 850-1000   | 1,5-2,0   |                                     |                                   |
| JAPON   | 350-450  |   |                                     |                                   |
| OCEANIA   | 75-100   | <0,5  |                                     |                                   |
| TOTAL   | 23000-25000  |   |                                     | 29000-31000                       |

(\*) Estimaciones basadas en un tipo de cambio 1\$=1 euro

(\*\*) 2.5 Billones de \$ (2.500 millones \$) para los "green labelled products", "productos verdes"  
 FUENTE: ITC (International Trade Centre), WTO (World Trade Organisation)

Se estima que para 2008 la demanda sea de 80.000 millones de \$

Una de las más poderosas razones para este crecimiento de las expectativas, estriba en la cada vez mayor concienciación de la población en cuestiones de salud, y en cuanto a asuntos medioambientales, incluyendo una tenaz resistencia y recelo hacia los Alimentos Modificados Genéticamente (GMO)

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Otro factor de importancia, es el cada vez más agresivo y ambicioso marketing (en términos de alcance poblacional) puesto en práctica por una parte del comercio minorista, lo que obliga a sus principales competidores a introducirse en el comercio orgánico

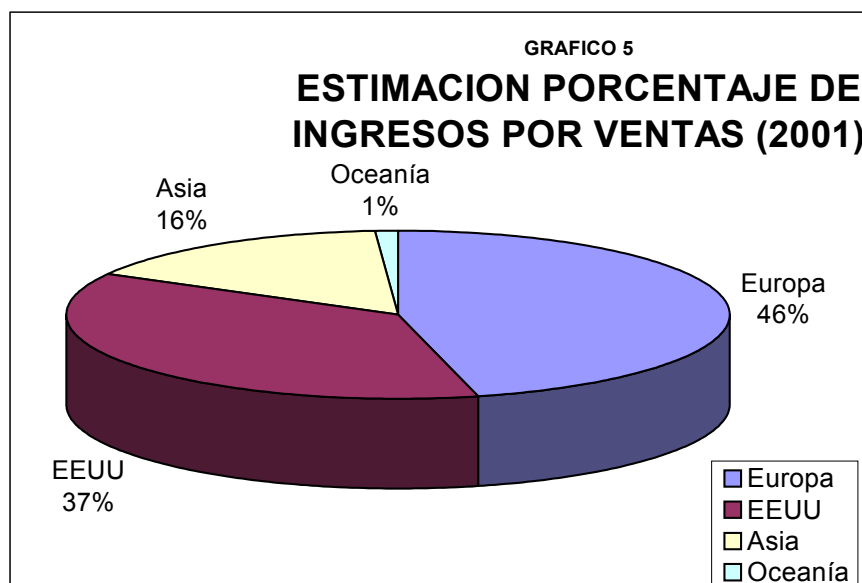
Algo similar es probable que ocurra con la gran industria agroalimentaria, la cual empieza a desarrollar grandes líneas de productos biológicos; este es el caso de los EEUU según una investigación de la ITC (WTO-Organización Mundial del Comercio)

Pero a pesar de lo halagüeño de las perspectivas, ciertos factores pueden ensombrecer el panorama:  
-Un exceso de oferta para un producto puede traer consigo consecuencias negativas, como la reducción de la prima entre el precio de los productos convencionales y los biológicos, lo que no asegura una rentabilidad suficiente para el esfuerzo que supone, sobre todo para los productores, y en menor grado para los intermediarios

-Labrarse una imagen desfavorable, sin ir más lejos, por fraudes que han sido detectados recientemente en el ámbito de la AE, y otros casos de alimentos contaminados y no saludables, es un factor a tener en cuenta

Aún en el más que probable caso de que estas previsiones sean realistas, las tasas de crecimiento tenderán poco a poco a descender a un ritmo similar al que ya ha tenido lugar en algunos países de Europa (Dinamarca, Suiza) tras años registrando intensos crecimientos.

Lo que sí que parece claro, es que la demanda es aún mayor que la oferta, aunque distinguiendo entre productos o grupos de producto



### 3.3 TENDENCIAS GENERALES OBSERVADAS

A continuación se exponen algunas de las tendencias en el comportamiento de los mercados

#### -LA DEMANDA SIGUE SUPERANDO A LA OFERTA

Al esperarse que la demanda de productos orgánicos frescos continúe superando con creces la producción en los países desarrollados, tendrán que ser las importaciones las que cubran ese exceso de demanda; en la medida en que los países en desarrollo sean capaces de cumplir tal objetivo dependerá de una serie de factores a tener en cuenta:

#### **-Los consumidores tienen preferencia por los productos de su región o país.**

En prácticamente todos los países, las encuestas afirman que los consumidores de productos orgánicos tienen una clara desconfianza acerca de la autenticidad de los productos orgánicos

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

certificados. Además, a la hora de importar hay una tendencia a hacerlo desde los países más próximos, puesto que la confianza suele descender a medida que aumenta la distancia geográfica. Muchas veces, aquellos provenientes de países lejanos, son apreciados, sólo si se trata de productos fuera de temporada o que no se cultivan en el país

Para vencer esta natural resistencia, hay que poner el énfasis en el ámbito del marketing y la comercialización, a lo cual contribuirán los esfuerzos que realicen tanto el importador como mayorista y minorista, pe. el uso de la misma etiqueta de identificación en el país de destino, ayudaría a que los consumidores se familiarizaran con productos orgánicos importados, asimilando poco a poco la equivalencia de esos productos basados en los mismos estándares

-Reino Unido y Bélgica constituyen dos ejemplos, en los que la diferencia de confianza entre los productos propios y los importados es mínima. Esto probablemente se explica por el hecho de que su producción está muy lejos de alcanzar la imponente demanda

### **-Los precios varían fuertemente en función del lugar, tiempo y grupo de producto**

Una de las tendencias más acusadas es la falta de series completas de datos, existen, sin embargo, muestras de precios (a nivel minorista, pero no a precios fob, cif o a precios de productor)

La dificultad estriba en que, desde que el sector biológico viene siendo dominado en muchos países por un pequeño número de intermediarios, la disposición a dar cifras es, obviamente limitada, lo cual contribuye poco a la transparencia del mercado

El continuo crecimiento de las ventas de orgánicos en los mercados desarrollados y una progresión hacia una mayor transparencia, barruntan una reducción de los márgenes entre los productos orgánicos y los convencionales

### **-Los márgenes o primas observados oscilan entre el 20% y el 40%**

Los precios varían fuertemente a lo largo del tiempo, debido a las tendencias estacionales en la producción (y el consumo), pero también de un punto de venta a otro dentro de un mismo país. Desde diversos estudios se sugiere que los márgenes oscilan, de media entre un 20-40% por encima de los precios convencionales. Parte de esa prima es atribuible a diferencias en la producción o en los costes de distribución

-Estas cifras hay que interpretarlas con cierta cautela, puesto que pueden ser clave a la hora de decidir si pasar a ser una explotación que se rija por criterios ecológicos, especialmente teniendo en cuenta que el período medio de conversión suele exceder de los 3 años. Es por ello que a la hora de dar un paso adelante, la decisión ha de estar respaldada por datos más consistentes

### **-Rango de márgenes para los orgánicos y comportamiento del consumidor**

Fuentes del mercado sugieren que aquellos consumidores que compran productos orgánicos en los canales minoristas convencionales difieren algo de otros consumidores de orgánicos, en el sentido de que las consideraciones medioambientales no juegan para ellos (los primeros) un papel tan importante a la hora de comprar, lo cual confiere cierta credibilidad a una tendencia bajista de los precios en los próximos años

### **-Algunas de las tendencias observadas en la comercialización en los mercados de productos biológicos**

Supermercados Orgánicos: se observa la introducción de pequeños supermercados, que se dedican a la venta exclusiva de estos productos

Invasado biodegradable, con la intención de suministrar orgánicos que a su vez estén envasados de un modo respetuoso con el medio ambiente

Platos preparados orgánicos (convenience food), al igual que ocurriera en su momento con los platos preparados convencionales (que alcanzó altas tasas de crecimiento), se espera una cada vez mayor presencia en la versión orgánica de aquellos, p.e. ensaladas frescas envasadas

Ventas a través de internet, a menudo en combinación con box-schemes aumentan su importancia

Alimentos orgánicos en establecimientos públicos de hostelería y a través del catering

Otras tendencias que comienzan a perfilarse y que son dignas de mención:

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

- El impulso que están experimentando, ciertos países en desarrollo, p.e. Brasil, Argentina, Chile, Egipto, India, Malasia, Filipinas, Sudáfrica, sus mercados domésticos (a veces impulsado por grandes minoristas europeos, p.e Carrefour), con independencia de sus exportaciones
- Rápida expansión de la acuicultura ecológica
- Hoteles y restaurantes ecológicos siguen expandiéndose
- Fuerte desarrollo de productos ecológicos no alimentarios, p.e. textiles y árboles de navidad
- Apoyo creciente que está recabando por parte de los gobiernos, organizaciones internacionales, organizaciones no gubernamentales, en cuanto a promoción

## **Planificación necesaria**

A la hora de decidir el integrarse en la producción ecológica hay que plantearse con anterioridad las diferencias en cuanto a producción y métodos de gestión. El tiempo de 3 años requerido para tal conversión, hace indispensable una planificación a largo plazo. Para lo cual un cuidadoso análisis Coste-Beneficio debería llevarse a cabo, ya que el alcance de una hipotética reducción de precios no está claro, así como tampoco lo está la dimensión de la caída en los rendimientos durante la conversión y posiblemente más tarde. Se aconseja por tanto, una valoración previa del potencial del producto en el mercado objetivo, así como identificar la posible competencia.

Actualmente, con la introducción de normas en dos de los mayores mercados de orgánicos, EEUU y Japón, el marco legal aportará más información, que logrará reducir el grado de incertidumbre que rodea a las decisiones de exportación

## **Mención de las oportunidades para los países en desarrollo**

Los países en desarrollo están penetrando en los mercados desarrollados, cada vez con más fuerza, incluso van conformando sus propios mercados domésticos en esta parcela del mercado agroalimentario

Para estos países, es una muy buena oportunidad por la pujanza de estos mercados para abrirse camino en ellos antes de que la competencia se intensifique.

Las preferencias de los países desarrollados por la producción local o regional, implica que las mejores oportunidades están en los productos no de temporada que provienen de zonas templadas o más cálidas (tengase en cuenta que para muchos países sudamericanos, al estar en el hemisferio sur, la temporada de cosecha se invierte, además de otras variedades de frutas exóticas de esos países, y que no se obtienen en países nórdicos, ni siquiera mediterráneos)

Aunque, por ejemplo, para la UE, las producciones mediterráneas tendrán una clara ventaja, el panorama no está exento de oportunidades para países terceros, éstas estriban en la demanda no satisfecha.

Para salvar la natural desconfianza hacia los productos importados, especialmente en el área de la alimentación, amén de cumplir con las exigencias y normas fitosanitarias y aportar al menos la misma calidad que los productos convencionales, estos países deberán centrar sus esfuerzos en lograr una imagen de marca “verde” o de “producto fresco”, como ya vienen ensayando con cierto éxito Chile y Costa Rica

## **3.2. DESCRIPCIÓN A NIVEL CONTINENTAL**

### **SUDAMERICA**

Latinoamérica es una de las reservas de mayor biodiversidad de La Tierra y empieza a ser consciente de sus posibilidades. Cuenta entre sus activos, la tradición de la tierra, fuertemente arraigada por ser un continente aún eminentemente agrícola en muchas zonas. Además gracias a sus fértiles tierras y la variedad climática existente permite la producción de casi todo de una forma ecológica

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Casi todos los países en Latinoamérica, tienen un sector orgánico, aunque el nivel de desarrollo varía. Los países en Latinoamérica con los mayores porcentajes de superficie biológica son Argentina, Brasil, Uruguay, Chile, Perú

Tabla 2 Superficie ecológica y número de explotaciones

| País                 | Fecha | Explotaciones<br>agrícolas | Hectáreas<br>ecológicas | % s/total |
|----------------------|-------|----------------------------|-------------------------|-----------|
| Argentina            | 2001  | 1900                       | 3.192.000               | 1,89      |
| Belize               | 2000  | 200                        | 1810                    | 1,3       |
| Bolivia              | 2001  | 5240                       | 19634                   | 0,06      |
| Brasil               | 2001  | 14866                      | 275576                  | 0,08      |
| Chile                | 2001  | 300                        | 273000                  | 1,5       |
| Colombia             | 2000  | 4000                       | 30000                   | 0,24      |
| Costa Rica           | 2000  | 3569                       | 8974                    | 2         |
| Cuba                 | 2000  |                            | 8495                    | 0,13      |
| República Dominicana | 2001  | 12000                      | 14963                   | 0,4       |
| Ecuador              | 2001  | 2500                       | 60000                   | 0,74      |
| El Salvador          | 2000  | 1000                       | 4900                    | 0,31      |
| Guatemala            | 2000  | 2830                       | 14746                   | 0,33      |
| Honduras             | 2001  | 3000                       | 1769                    |           |
| Nicaragua            | 2001  |                            | 7000                    | 0,09      |
| Paraguay             | 2001  | 2542                       | 61566                   | 0,26      |
| Peru                 | 2001  | 19685                      | 84908                   | 0,27      |
| Trinidad y Tobago    | 1999  | 0                          | 0                       |           |
| Surinam              | 1998  |                            | 250                     | 0,28      |
| Uruguay              | 2001  | 334                        | 678481                  | 4         |
|                      |       | 75.799                     | 4.743.813               |           |

FUENTE: SOEL SURVEY, FEBRUARY 2002

### COMERCIALIZACION-MARKETING

En algunos países de Latinoamérica se ha desarrollado un mercado a nivel interno de productos orgánicos, este es el caso de Brasil, en el que algunas **asociaciones de productores** como CAE-IPE en los estados del sur recogen los vegetales, verduras y frutas de sus socios una vez a la semana y los llevan en sus propios camiones a los mercados en las grandes ciudades, y los venden en los mercados de granja o en supermercados, bajo el nombre del granjero, agricultor o bien bajo la marca de la asociación

En Argentina, la producción biológica se suministra a docenas de **supermercados** por cultivadores que se agrupan para ofrecer una mayor variedad.

Productos biológicos pueden encontrarse en supermercados en Uruguay, Costa Rica, Honduras, Perú, Brasil y Argentina. Normalmente hay una gran variedad de productos, aunque generalmente las cantidades son pequeñas, debido a la dificultad de adquirir cantidades suficientemente grandes para ser procesadas

Algunas cadenas de supermercados han desarrollado su propia marca, y se han posicionado en un segmento orgánico claramente definido

Muchos de estos países cuentan además con **tiendas especializadas** o tiendas de comida saludable, en donde los productores de orgánicos pueden vender sus productos a una clientela informada

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Pero seguramente, la forma más popular de comercio biológico es el **mercado de agricultores**. Muchos gobiernos locales subvencionan este tipo de comercio, proporcionando a los agricultores los puestos y dando cierta publicidad. Aunque el alcance económico de estos mercados es muy pequeño, son muy importantes para los pequeños productores y representan un porcentaje significativo en el mercado orgánico en todo el continente

**Box-scheme** y reparto a domicilio(home delivery)

En las grandes ciudades, otro sistema importante de comercio orgánico es el **box-scheme**, por el cual muchos productores organizan una ruta semanal de entrega a domicilio con cajas que contienen verduras, frutas y a veces leche, productos lácteos y huevos que traen granjeros

En muchos casos, estos box-scheme han sido el punto de partida para otras formas de venta y han derivado en asociaciones de productores o tiendas especializadas, por ejemplo, en Argentina (probablemente el mayor mercado interno del continente) se ha ido creando una base de clientes que ha permitido a los productores entrar en el más lucrativo segmento de las ventas en supermercado

Otro sistema, que va cobrando fuerza, sobre todo en ciertas regiones del sur de Brasil y en los alrededores de Lima (Perú), inspirado en el americano Community Supported Agriculture (agricultura sustentada en la comunidad), por el cual grupos de unas 40 personas se agrupan con un agricultor/productor y hacen un planificación para todo el año. Deciden qué sembrar, presentan un plan con las necesidades y el presupuesto. Se comparten así, riesgos y tienen cierta capacidad para fijar precios

PRECIOS

A diferencia de lo que ocurre en los países desarrollados, muchos productores equiparan sus precios a los de los productos convencionales, en aras a que sus productos lleguen no sólo a los segmentos más ricos

## Exportación

A pesar de que la demanda crece, la principal salida a los productos sigue siendo la exportación, la mayoría de los productos biológicos está orientada al exterior.

Esta tendencia es sobre todo propia de los países del sur, cuyos mercados nacionales no están lo suficientemente desarrollados. El aspecto más negativo, es que esos productos se exportan con apenas valor añadido, puesto que el procesamiento suele realizarse en los países desarrollados

Resulta muy difícil para los productores latinoamericanos cumplir con los estándares de calidad y regulación que desde los exigentes mercados internacionales se les impone, debido bien a la falta de información o de apoyo por parte del gobierno tanto a productores como a intermediarios de cara a capacitarse en cuanto a control de calidad

## Apoyo estatal

Ningun país en Latinoamérica da apoyo económico directo para producción orgánica, es más frecuente el apoyo indirecto (fondos oficiales para investigación, asistencia a ferias internacionales, publicidad y promoción)

En cuanto a quien promueve la agricultura ecológica, unas veces la iniciativa parte, como ya se ha dicho del estado, a través de ese apoyo indirecto, quien impulsa muchos de los proyectos que se desarrollan en el área, como es el caso de Costa Rica, o bien el caso de Honduras, lugar tradicional de asentamiento de las grandes multinacionales norteamericanas, en donde son éstas últimas quienes compran terreno para cultivo, destinado casi exclusivamente a la exportación

## Tipos de cultivo

FRUTA FRESCA

Cosechas enteras de fruta típicamente tropical, y otras más convencionales se venden a Europa o a EEUU. Destacan en América Central la piña y las bananas destinados en gran parte a la producción de alimentación infantil en Europa y EEUU

VERDURAS, HORTALIZAS-OTROS VEGETALES

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## CEREALES Y LEGUMBRE

Argentina y Paraguay son junto con Brasil grandes productores de soja; Brasil además produce y exporta trigo. En el sur del continente, los productores de grano orgánico, tienen serios problemas con las plantas genéticamente modificadas(soja y maíz)que han copado el mercado

## CAFÉ Y CACAO

En México, se difunden con rapidez sistemas de gestión forestal medioambiental, para el cultivo de café "a la sombra", los cuales crean una alternativa a la deforestación. También en Perú, en donde la producción biológica de café alcanza el 30%

La mayoría de los países productores de café cultiva también cacao, el cual suele exportarse, y se procesa en Europa para chocolate

## CARNE

Argentina es el mayor exportador de carne orgánica, con más de 1 millón de Has certificadas para pastos. También participa en la producción avícola. Así como su exportación, destaca su mercado interno de carne orgánica

## Certificación

Salvo Argentina, que tiene estatus de país tercero ante la UE, el resto necesita una re-certificación por parte de una empresa europea para entrar. El comprador suele exigir la certificación OCIA (Organic Crop Improvement Association)

Sin embargo, ya hay organismos de certificación propios en esos países, que han acercado u homologado sus estándares a los europeos y estadounidenses, por ejemplo Argencert, OIA en Argentina, Instituto Biodinámico en Brasil,etc

## OCEANIA

La región de Oceanía incluye Australia, Nueva Zelanda, Papua-Nueva Guinea, otros pequeños países como Islas Fidji, etc.

Sólo en Australia se gestionan 10.5 millones de Has ecológicamente, pero en gran parte dedicadas al pastoreo d baja intensidad, por lo que por su baja productividad, 1 ha orgánica en Australia no es comparable a una ha por ejemplo en Dinamarca

**Tabla 3: Explotaciones y superficie bajo gestión ecológica 2000**

| <b>País</b>        | <b>Fecha</b> | <b>Explotaciones</b> | <b>% s/total</b> | <b>Hectáreas</b>  | <b>% s/total</b> |
|--------------------|--------------|----------------------|------------------|-------------------|------------------|
|                    |              | <b>agrícolas</b>     |                  | <b>ecológicas</b> |                  |
| Australia          | 2001         | 1300                 | 1,4              | 10.500.000        | 2,31             |
| Fidji              | 2000         | 10                   |                  | 200               |                  |
| Nueva Zelanda      | 2001         | 983                  |                  | 46000             | 0,28             |
| Papua-Nueva Guinea | 1995         |                      |                  | 4265              | 0,56             |
|                    |              | 2373                 |                  | 10.567.903        |                  |

FUENTE: SOEL Survey, FEBRUARY 2002

## Mercado

La creciente demanda en Europa, EEUU y Japón están en la base del crecimiento de la región en comercio orgánico. La oportunidad de exportar productos a esos mercados ha llevado a un apoyo

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

gubernamental. Muestra de la importancia adquirida es la aparición de 2 organismos certificadores(NASSA en Australia y BIO-GRIO en Nueva Zelanda) acreditados por IFOAM

A pesar de que atesora más de la mitad de la superficie cultivada, su mercado interno minorista, con apenas 260 millones de \$ sólo alcanza el 1% del mercado mundial, porque la mayoría de la producción se exporta. Aún así, el recelo que provocan los organismos modificados genéticamente, y la preocupación por una alimentación más sana, está incrementando notablemente la demanda, especialmente en frutas y verduras

## AUSTRALIA

El mercado doméstico australiano de orgánicos, se ha más que doblado en los últimos 5 años, y en comparación con 1990, su tamaño se ha multiplicado por 7, desde los 19,2 millones de \$ hasta los 137 en 1999, aproximadamente a una tasa del 25% anual acumulativo

El surtido abarca desde fruta fresca y verduras hasta grano, lácteos y carne. La mayoría de extensión ecológica, se dedica a pastoreo extensivo para ganado vacuno y oveja, cuya carne se exporta particularmente a Europa

### **Mercado**

En el mercado australiano, la mayoría de los orgánicos se venden en tiendas especializadas.

El porcentaje de ventas de productos ecológicos sobre el total de alimentos alcanza aprox el 1%

El marketing directo, tiene un papel secundario, seguramente debido a las enormes distancias dentro del país

### **Exportaciones**

Los principales mercados para los productos australianos son, UK, Alemania y Japón; aquí , los productores australianos aprovechan la inversión de los ciclos de cosechas de Europa, para abastecer ese mercado de fruta fresca y verduras. También surte a Nueva Zelanda y a Singapur

Australia, posee regulación específica para los orgánicos desde 1992, y es uno de los 6 países terceros en la lista de la UE

### **Importaciones**

A pesar de disponer de la mayor superficie, la oferta no es suficiente, y tiene que importar principalmente zumo de frutas, aceite de oliva y alimentos para bebés

### **Márgenes en los precios**

La prima pagada por estos productos se sitúa en torno al 20-40%, aunque para algunos productos de escasa oferta puede alcanzar el 100-200%

## NUEVA ZELANDA

### **Mercado**

De unas diminutas ventas en 1990, con tan solo 650.000\$ de ventas detallistas, llegó a la cifra de 32 millones \$ en 1999, con previsiones de hasta 60 millones \$ en 2000, lo que se correspondería con el 1% de todo el mercado alimentario en N.Zelanda

Son la fruta y las verduras, los productos más vendidos, ascienden a un 70% del total de ventas, otro 10% de las ventas se centra en grano, leche y huevos.

El principal canal de comercialización lo conforman las "Health shops"(tiendas de salud),aunque no sean sólo productos biológicos lo que comercializan

El mercado doméstico alcanzó en 1999, los 19 millones \$, situándose la tasa de crecimiento anual en torno al 50%

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **Exportaciones**

En 1999 N.Z. exportó el 60% de su producción, el otro 40% lo absorbió el mercado doméstico. Los destinos más frecuentes fueron Japón, Europa, EEUU y Australia, pasando de aprox 4,7 millones \$ en 1996 al triple en 1998, y previendo unos 35 millones \$ para 2000. Los productos por excelencia son: kiwis, manzanas, verduras frescas y congeladas y miel. También son a destacar las exportaciones de carne y lana, que ascendieron hasta el 7%.

En cuanto al tipo de empresa exportadora, son: por un lado pymes especializadas, las que están comenzando a exportar a pequeños nichos de mercado, mientras que por otro lado, un cierto número de grandes cadenas de supermercados en UK y otros países, tales como Tesco y Waitrose demandan productos de N.Z.

## **Importaciones**

Se estima que las importaciones en 2000, rondaron los 23 millones \$.

El principal producto de importación fueron los frutos secos desde EEUU, Turquía y Sudamérica, nueces de La India y EEUU, y arroz de Australia, Indonesia e India, otros productos son mermelada, café y te.

## **Márgenes**

Los consumidores pagaron una media de un 30% por encima de los precios de productos convencionales por productos vegetales, mientras que el margen podía subir hasta el 40% para la carne. Fuentes del mercado, indicaban que los productores obtenían hasta un 50% de prima.

## **Apoyo estatal**

El sector orgánico en N.Z. no recibió ningún apoyo de la administración en forma de subvención para la conversión a agricultura ecológica, sino más bien en orden a organizar el sector de la exportación, y a mejorar la infraestructura del sector.

## **EUROPA**

En Europa el año 2001 pasará a la historia de la agricultura ecológica, como el nacimiento de una nueva era para ésta, la cual surgió como resultado de la pan-europea crisis de las vacas locas (BSE crisis) que recorrió Europa en los meses siguientes a Noviembre de 2000. A raíz de estos hechos, el interés por dicha forma de agricultura aumentó como nunca lo había hecho antes.

Por primera vez se discutió entre los responsables de agricultura de la UE un plan de acción europeo para la agricultura ecológica.

A principios de 2001 en los 15 países pertenecientes a la UE, casi 3,8 millones de Has eran gestionadas de forma ecológica por aproximadamente 130.000 explotaciones, lo cual supone alrededor del 2,9% del total de superficie agrícola.

Si se incluyen las cifras correspondientes a los países aspirantes, y los de la EFTA, la cifra de explotaciones se incrementa hasta las 175.000, para un total de 5,15 millones de Has.

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

**Tabla 4: Explotaciones y superficie bajo gestión ecológica-EUROPA-31-12-2000**

| País          | Fecha | Explotaciones agrícolas | % S/TOTAL | Has ecológicas | %S/TOTAL |
|---------------|-------|-------------------------|-----------|----------------|----------|
| Alemania      | 2001  | 14703                   | 3,28      | 632165         | 3,7      |
| Austria       | 2001  | 18292                   | 9,3       | 285500         | 11,3     |
| Bélgica       | 2001  | 694                     | 1,03      | 22410          | 1,61     |
| Bulgaria      | 2001  | 50                      |           | 500            |          |
| Croacia       | 1998  | 18                      |           | 120            | 0        |
| Chequia       | 2001  | 654                     | 2,37      | 218114         | 5,09     |
| Chipre        | 2001  | 15                      |           | 52             | 0,04     |
| Dinamarca     | 2001  | 3525                    | 5,58      | 174600         | 6,51     |
| Eslovaquia    | 2001  | 82                      |           | 58706          | 2,4      |
| Eslovenia     | 2001  | 620                     |           | 5200           | 0,66     |
| España        | 2001  | 15607                   | 1,29      | 485079         | 1,66     |
| Estonia       | 2001  | 369                     | 0,2       | 20141          | 2        |
| Finlandia     | 2001  | 4983                    | 6,4       | 147923         | 6,6      |
| Francia       | 2001  | 10364                   | 1,55      | 419750         | 1,4      |
| Grecia        | 2001  | 6680                    | 0,81      | 31118          | 0,6      |
| Holanda       | 2001  | 1528                    | 1,42      | 38000          | 1,94     |
| Hungría       | 2001  | 1040                    |           | 105000         | 1,8      |
| Irlanda       | 2001  | 997                     | 0,69      | 30070          | 0,68     |
| Islandia      | 2001  | 27                      | 0,8       | 5466           | 0,6      |
| Italia        | 2001  | 56440                   | 2,44      | 1230000        | 7,94     |
| Letonia       | 2001  | 225                     |           | 20000          | 0,79     |
| Liechtenstein | 2001  | 35                      | 15,79     | 690            | 17       |
| Lituania      | 2001  | 430                     |           | 6769           | 0,19     |
| Luxemburgo    | 2001  | 48                      | 1,6       | 2141           | 1,71     |
| Noruega       | 2001  | 2099                    | 3,09      | 26673          | 2,62     |
| Polonia       | 2001  | 1787                    | 0,07      | 44886          | 0,3      |
| Portugal      | 2001  | 917                     | 0,18      | 70857          | 1,8      |
| Reino Unido   | 2001  | 3981                    | 1,71      | 679631         | 3,96     |
| Rumania       | 2001  | 1200                    |           | 18690          | 0,2      |
| Suecia        | 2001  | 3589                    | 4,01      | 193611         | 6,3      |
| Suiza         | 2001  | 6169                    | 10,2      | 102999         | 9,7      |
| Turquía       | 2001  | 18385                   | 0,09      | 57000          | 0,14     |
| Yugoslavia    | 2001  | 1000                    |           | 18800          | 0,3      |
|               |       | 175816                  |           | 5149162        |          |

FUENTE: SOEL Survey, February 2002

El interés y el apoyo del estado aparece en muchos países a comienzos de los 90. La regulación 2092/91 de la UE sobre el etiquetado de productos ecológicos entró en vigor en 1993. En 1994, fueron puestos en marcha programas agro-medioambientales.

### Situación del mercado

En Europa, la evolución del sector hay que contemplarla mercado a mercado, puesto que hay países que se encuentran en las primeras fases de desarrollo.

Por ejemplo, el mercado danés, fuertemente estancado en 2001, acusa en 2002 un cierto decaimiento, al igual que el mercado alemán (durante los 2 últimos años, al menos en alguno de los productos, mientras que en otros, se ha producido un crecimiento), en este último caso debido a nuevos escándalos alimenticios, cuyo efecto se traslado a otros países vecinos

Ese pequeño desgaste se ha repetido en varios países más, aunque no es extensible a toda Europa, p.e en UK se estima que hubo un crecimiento del 33% para el año 2000/01 y de más del 15% para 2001/02

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Mientras Holanda registró un crecimiento de más del 20% en 2001, en 2002 el crecimiento se retrajo.

Las previsiones cifran el volumen de ventas en 10.000-11.000 millones \$ para 2003, frente a los aprox 9000 millones de 2001

### Comercialización-Marketing

En muchos países, el mercado de los productos biológicos es aún pequeño, sin embargo el crecimiento es constante, y para 2005 se espera posea entre 5-10% de la cuota de mercado

En términos absolutos, Alemania sigue siendo el mayor mercado, aunque los mayores porcentajes sobre el total del mercado se registran en Dinamarca y en Suiza, y las mayores tasas de crecimiento del mercado se encuentran en UK

**Se ha de recalcar el papel positivo, que la reforma intermedia de la PAC, tendrá sobre el crecimiento de este mercado y por consiguiente sobre el desarrollo de todo el sector orgánico.**

La importancia de los distintos canales difiere según los países, como a continuación muestra la siguiente tabla

Tabla 5

" Importancia de los canales de comercialización 1997/1998 por países"

FUENTE: Hamm, Ulrich und Johannes Michelsen: Die Vermarktung von Öko-Lebensmitteln

in Europa, Ökologie & Landbau, Heft 113, 2000

Para Alemania, Suiza, Austria y Holanda datos correspondientes a 2002

| CANAL DE         | COMERCIO   | TIENDAS        | MARKETING  | OTROS      |
|------------------|------------|----------------|------------|------------|
| COMERCIALIZACION | MINORISTA  | ESPECIALIZADAS | DIRECTO    |            |
| <b>ALEMANIA</b>  | <b>33%</b> | <b>38%</b>     | <b>17%</b> | <b>12%</b> |
| <b>AUSTRIA</b>   | <b>75%</b> | <b>10%</b>     | <b>10%</b> | <b>5%</b>  |
| BELGICA          | 23%        | 55%            | 17%        | 5%         |
| CHEQUIA          | 15%        | 0%             | 3%         | 82%        |
| DINAMARCA        | 90%        | 2%             | 8%         | 0%         |
| ESPAÑA           | 29%        | 49%            | 22%        | 0%         |
| FINLANDIA        | 89%        | 5%             | 5%         | 1%         |
| FRANCIA          | 38%        | 46%            | 16%        | 0%         |
| GRECIA           | 5%         | 65%            | 30%        | 0%         |
| <b>HOLANDA</b>   | <b>44%</b> | <b>38%</b>     | <b>1%</b>  | <b>17%</b> |
| IRLANDA          |            |                |            |            |
| ITALIA           | 23%        | 60%            | 17%        | 0%         |
| LUXEMBURGO       | 40%        | 28%            | 28%        | 4%         |
| NORUEGA          | 56%        | 19%            | 21%        | 4%         |
| PORTUGAL         | 91%        | 1%             | 3%         | 5%         |
| REINO UNIDO      | 74%        | 15%            | 6%         | 5%         |
| SUECIA           | 91%        | 0%             | 7%         | 2%         |
| <b>SUIZA</b>     | <b>69%</b> | <b>19%</b>     | <b>7%</b>  | <b>5%</b>  |

Hamm y Michelsen (2000) llega a la conclusión de que en aquellos países en los que son los supermercados, los que principalmente comercializan productos orgánicos, el crecimiento y la cuota de mercado son más altos que en aquellos otros países en los que las tiendas especializadas son la principal vía. Según estos autores, el segundo factor en importancia que condiciona la cuota de mercado, sería la existencia de un logotipo a nivel nacional a para estos productos.

Si relacionamos el total de ventas, con la población total de un país, Dinamarca ocuparía el primer lugar en cuanto a gasto por persona en

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

productos orgánicos con 113\$, seguido de Suiza con 95\$. Los mayores incrementos en el gasto destinado a productos ecológicos, se encuentran sin embargo en Suecia, aprox del 262%

## **Marco legal**

Con la regulación de la UE de la producción orgánica, se logró una notable protección tanto para consumidores como para productores.

En diciembre de 1999 la Comisión Europea decidió la adopción de un logotipo a utilizar para los productos orgánicos producidos de acuerdo a la regulación 2092/91

Igualmente, en otros países fuera de la UE, o bien ya se ha protegido legalmente dichos productos, o la regulación está en camino (Noruega, Suiza, Hungría, Eslovenia, Polonia, Chequia)

Algunos países de la UE (en algunos casos, muy anteriormente a la propia UE), desarrollaron sus propias regulaciones y logotipos. En muchos de esos países (Dinamarca, Austria), esos logos otorgan una mucho mayor confianza, y han sido, como ya se ha señalado anteriormente, el motor para el boom experimentado

Esto viene a demostrar, que a pesar de la protección que la regulación 2090/91 trajo consigo, hay que estimular la confianza del consumidor con otro tipo de medidas

Puede concluirse, que a pesar de la creciente integración de los mercados en la UE, y la existencia de una regulación común, no parece haber un mercado uniforme en la UE para estos productos. Es por ello, que los potenciales exportadores, han de tener en cuenta las disparidades entre países, en cuanto a población objetivo, tendencias, perfil del consumidor, canales de distribución, etc

## **Apoyo estatal**

En todos los países de la UE, los agricultores reciben ayuda acogiéndose a programas medioambientales, que se enmarcan en la regulación de desarrollo rural, bajo la Agenda 2000

También los países del este de Europa, así como los pertenecientes a la EFTA reciben ayuda

Ciertos países, no sólo conceden ayudas basadas en la superficie de cultivo, sino que procuran igualmente apoyo a la investigación, al marketing y al procesamiento, la formación/preparación

## **Plan de acción**

Se ha demostrado, que el subsidio por sí solo, no es suficiente incentivo para la conversión, y además no garantiza el mantenimiento de los métodos orgánicos a largo plazo. Es por ello, que algunos gobiernos han desarrollado programas de acción para la promoción de la AE, en cuyo alcance se incluyen, el marketing de los productos, servicios de asesoramiento y también información al consumidor

En los años 2002 y 2003 el Plan de Acción Europeo, establecido en Noviembre de 2001 a instancias de la Declaración de Copenhague debería:

- Analizar las barreras a un potencial desarrollo de la producción orgánica
- Presentar una estrategia orientada al mercado
- Dar cobertura a todos los aspectos relacionados con el desarrollo de la AE
- Analizar la relación entre la PAC y el desarrollo de la AE

Se resalta también la importancia del seguimiento y la supervisión del proceso de conversión, lo cual incluye la identificación de barreras y la

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

búsqueda de soluciones a las mismas, y advierte de que una experiencia asentada y la competencia del sector privado serán claves a la hora del desarrollo de la AE

## 4. ANALISIS DE LOS PRINCIPALES MERCADOS

### 4.1.

### JAPON

#### 4.1.1. INTRODUCCION (CATEGORIZACION DE PRODUCTOS)

Un adecuado análisis del mercado ecológico japonés, se enfrenta al hecho de que hasta hace poco (por encontrarse el mercado biológico japonés en sus primeras etapas), no existía una definición clara de lo que era un "producto ecológico". Además, las directrices del **Ministerio Japonés de Agricultura y Pesca (MAFF)** aplicada hasta el año 2000, no exigían una certificación ecológica independiente

"Alimento orgánico o ecológico" se traduce al japonés como "Yuki Shokunin", que viene a ser un producto con bajo nivel de elementos químicos en el proceso de crecimiento y producción, y que se puede subdividir en las siguientes categorías:

- 1- Orgánicos: no se han utilizado elementos químicos (fertilizantes, etc) en más de 3 años
- 2- Orgánicos en transición: no se han utilizado elementos químicos en un período entre 6 meses y los 3 años
- 3- No pesticidas: no se han utilizado pesticidas químicos
- 4- Pesticidas reducidos: el uso de éstos se reduce a menos del 50% de la media de uso de los mismos
- 5- Crecimiento sin abono (fertilizante): productos cultivados sin abonos químicos
- 6- Crecimiento con uso limitado de abono: la utilización de abonos químicos se reduce a menos del 50% de media

Esta amalgama de nombres provocaba una tremenda confusión respecto a los estándares de AE y producto orgánico, tal como se definía en muchos otros países

Por ello, en Abril de 2000, se puso en marcha la una nueva legislación (JAS-Japanese Agricultural Standards) para la AE. Dicha legislación se adoptó para proteger al consumidor de los muchos productos que aparecían en Japón bajo el inexacto nombre de "orgánicos". Sólo ahora, hay una clara definición y control (y por tanto datos) de lo verdaderamente orgánico

La regulación de JAS propició tanto el mecanismo como la exigencia de reunir los datos de productos ecológicos certificados a partir de abril de 2001. Se estima que el efecto del JAS en 2000 derivaría en un incumplimiento de dichas condiciones, en más del 90% de los casos de los productos que aparecían como orgánicos

A efectos de los datos que a continuación se mostrarán, los "green products" recogen todos aquellos productos que se contemplan en las categorías 2 a 6 mencionadas anteriormente

#### 4.1.2 VENTAS

El JETRO (Japanese External Trade Organisation) estima que las ventas minoristas pasaron de 1000 a 2500 millones de \$ entre 1995 y 1997 (en estas cifras están incluidos los "green products").

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

La cifra estimada de “productos orgánicos certificados” sería de unos 350 millones de \$ (1% del total de ventas de alimentos en Japón)

En el año 2000, las estimaciones situaban las ventas en torno a 3700-4500 millones \$, y de unas predicciones de crecimiento anual rondando el 15%

Los productos más vendidos en Japón son:

-Verduras: cebollas, zanahorias, patatas, pimienta, verduras para ensalada, brocoli, repollo, espárragos, patata dulce, alubias verdes

-Frutas: mandarinas, kiwis, fresas, naranjas, bananas y otras frutas tropicales

## 4.1.2.1. VENTAS DE PRODUCTOS VEGETALES

Se estima que estos productos responden al 63% de las ventas totales de productos ecológicos

Predominan las ventas de arroz (12,5% del total de ventas), productos derivados del trigo, soja y un amplio surtido de productos procesados. Verduras y frutas, tanto frescas como congeladas absorben menos del 5% del mercado total de orgánicos

Aunque se espera un crecimiento del mercado en su conjunto, no es muy probable que las ventas de fruta fresca y de verduras vayan a incrementar su cuota de mercado, debido en gran parte a la barrera que representa la fumigación aleatoria en puerto, de todos los productos frescos alimenticios que entran en Japón. Bajo el JAS, un producto fresco que haya sido fumigado, no puede portar la etiqueta orgánica. Fuentes del mercado aseguran que la fumigación se lleva a cabo hasta en el 70% de un cargamento.

## 4.1.3 CANALES DE DISTRIBUCION

Como en la mayor parte del mundo, el mercado minorista está cada vez más copado por los grandes minoristas, a expensas de los pequeños establecimientos. Mientras que los productos importados encontrarán sus mejores oportunidades a través de los supermercados, los productos de producción nacional tendrán una mayor salida por medio de las cooperativas

-Sistema TEIKEI

-Supermercados

-Reparto a domicilio

-Sistema TEIKEI(caja), en los primeros tiempos del mercado orgánico, casi todas las ventas se realizaron bajo el sistema Teikei, que promueve la distribución directa desde la granja al consumidor, y se basa en el sistema del “apretón de manos” y del mutuo apoyo. A veces las ventas son coordinadas por un distribuidor que trabaja en nombre de los productores, mientras que en otras ocasiones, son los agricultores quienes venden por correo o directamente sus productos.

Las cooperativas de consumidores (p.e. KOBE Cooperatives) tradicionalmente, han vendido productos orgánicos. Agrupan, a nivel nacional a 18 millones de personas, lo cual representa aprox un 15% de la población

En cuanto a los supermercados, la presencia de orgánicos en sus lineales es relativamente nueva. Aunque los productos certificados como orgánicos han ido ganando fuerza, aquellos etiquetados como verdes se han consolidado como dominantes en este canal de venta.

Empresas, como Dole Japan y JUSCO, y grandes cooperativas, como ZEN-NOH (Federación Nacional de Cooperativas Agrarias) han desarrollado sofisticadas estrategias de promoción del producto y etiquetado verde, junto a programas de seguimiento a la producción de las empresas dirigidos mayoritariamente a aquellos productores de orgánicos en pequeños volúmenes, en orden a asegurar los márgenes de precios para los productos de calidad, puesto que los supermercados, en general no ofrecen los rendimientos que se consiguen a través de las tiendas especializadas

Se estima que:

-Hasta un 25% de toda la producción orgánica se venda a través de organizaciones **de distribución especializadas** en alimentos orgánicos

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

- El 55% o más se vende a través de **sistemas de reparto a domicilio especializados**, como el Teikei
- Mayoristas y almacenistas se reparten alrededor del 5%
- Procesadores y productores se hacen con el 10%

## **Precios a nivel minorista**

El margen para los productos orgánicos varía, pero generalmente oscila entre el 20 y el 30% por encima de los precios convencionales, alcanzando en ocasiones el 100%

### **4.1.4 ACTITUD DEL CONSUMIDOR ANTE LOS PRODUCTOS ECOLOGICOS**

Tanto los distribuidores como los detallistas entrevistados sugieren que la gran mayoría de los consumidores no son conscientes de la diferencia entre los productos orgánicos y los etiquetados como verdes.

Otras fuentes apuntan a que el consumidor tipo japonés es una ama de casa de clase media-alta de entre 30-40 años. Estas mujeres suelen tener educación universitaria, y se preocupan más por la salud, que por los beneficios medioambientales que se derivan de los productos ecológicos

Los consumidores japoneses se inclinan más por los productos cultivados en el propio país. La forma y el color perfecto, son importantes, pero no el factor decisivo. La seguridad alimentaria le ha tomado el relevo a esos aspectos, junto con la trazabilidad del producto. Otros aspectos a reseñar son:

- La producción local se percibe como más fresca que la importada
- La preservación de la agricultura japonesa es un asunto importante
- Los productos alimenticios del propio país, se perciben como algo bueno

### **4.1.5 RESTRICCIONES AL DESARROLLO DEL MERCADO**

-Hasta ahora, entre los mayores escollos al desarrollo del mercado había que citar, lo irregular del suministro, a pesar de que, en los últimos tiempos, la mejora en los canales de distribución y en las técnicas productivas ha sido notable

-Otro de los principales condicionantes para el desarrollo del mercado, es la dificultad para hacer que el consumidor diferencie entre "orgánico" y "verde", ya que durante mucho tiempo, los productos verdes fueron promocionados como libres de componentes químicos, respetuosos con el medio ambiente, etc,

-Otra restricción a destacar es el alto margen que se aplica a dichos productos. Los consumidores están dispuestos a pagar una prima del 10-20%, pero en muchos casos el margen supera esa cota. Aparte de ello, el surtido es pequeño y las marcas más afamadas no están presentes (por no contar con un suministro regular)

-En último lugar, citar que la información al consumidor del nuevo logotipo del JAS ha sido insuficiente, y es posible que la confusión entre los diferentes logotipos existentes durante el primer año lleve a una falta tanto de interés como de confianza por parte del consumidor

### **4.1.6 ACCESO AL MERCADO :REGULACION, CERTIFICACION Y CONDICIONES PARA EL ETIQUETADO**

Según la legislación japonesa(Abril 2001) todos los productos han de estar certificados por un **RCO (Agencia de Certificación Orgánica)**, y deben mostrar el logo del JAS, así como el nombre del RCO. Aunque se admite a organismos extranjeros como certificadores, por el momento todos son japoneses(2001)

Para los exportadores extranjeros a Japón, hay 3 maneras para obtener permiso de uso del logotipo  
(1)Estatus de país autorizado: concedido a países con un sistema de certificación equivalente al japonés.

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

El procedimiento de aprobación lo lleva a cabo el MAFF . Los organismos de certificación de un país autorizado necesitan registrarse en el MAFF. Una vez hecho esto, al productor le está permitido poner el logo de JAS en el envase/envoltorio del producto con destino a Japón

(2)Al igual que en el caso anterior, la condición “sine qua non”, es que el país esté autorizado como equivalente a la ley japonesa sobre orgánicos. Se diferencia, en que el organismo de certificación extranjero (el cual no tiene que estar registrado en el MAFF) certifique que el producto es “conforme a los estándares nacionales”. El producto se puede exportar a Japón con el logo del país de origen. El logo del JAS lo pondrá el importador, antes de que el producto llegue al mercado

(3)Cuando el sistema de certificación de un país no ha sido aprobado por el MAFF, dicha certificación se puede lograr bien por una RCO radicada en Japón y acreditada por el MAFF, que lleve a cabo auditorías de producción y en la explotación en el país de origen o a través de una agencia de certificación local que tenga un acuerdo de reciprocidad con una RCO registrada en el MAFF

Se recomienda, en la producción y preparación de los orgánicos para el mercado japonés, trabajar estrechamente con los importadores, para cumplir con los requisitos de etiquetado y envasado. Se recomienda igualmente, investigación del mercado previa, por ejemplo para evitar darle a la marca un nombre inadecuado,etc

Todos los productos exportados a Japón han de venir acompañados de una serie de documentos relativos al embarque/transporte (se recomiendan los servicios de un agente de aduanas u otro) entre los que se cuentan:

-Factura comercial (commercial invoice): sirve como factura para el comprador, y debe acompañar a cada cargamento a Japón . Debe ir firmada por el exportador. Ha de ser comprobada a conciencia, ya que cualquier error u omisión puede ocasionar retrasos e incluso la confiscación de la mercancía

-Solicitud de declaración de exportación (formulario B-13): para aquellos cargamentos cuyo valor supere los 2000 \$. Normalmente suelen cumplimentarlo los agentes, intermediarios e incluso transportistas, aunque quien es verdaderamente responsable es el exportador

-Lista de paquetes (packing list): cuando los paquetes sean múltiples, con indicaciones de peso volumen, etc tanto para cada tipo de fardo/paquete como para el total del cargamento

-Factura de carga (bill of lading): es la prueba para el remitente (exportador) de recepción de la mercancía

-Certificado de origen: certifica el origen de la mercancía y que está sujeto a los aranceles e impuestos que gravan dichos productos

-Empaquetado y etiquetado: a tener en cuenta en Japón es que el tamaño de los envases tienden a ser pequeños, ya que tanto el espacio en el establecimiento como en el lineal suele ser pequeño. Los productos envasados/empaquetados han de mostrar la siguiente información:

- Nombre del producto
- Descripción
- Fecha caducidad y exigencias de almacenaje
- País de origen
- Contenido en alcohol (volumen), cuando proceda
- Información nutricional
- Lista de ingredientes y pesos en unidades métricas
- Lista de aditivos, colorantes, conservantes
- Lote del fabricante o número de serie (batch number)

Las exigencias fitosanitarias (se pueden obtener en la pag web del MAFF cultivo a cultivo), El cumplimiento de tales requisitos, no garantiza que el producto no vaya a ser fumigado, a pesar de que le hayan sido aplicados tratamientos de aire caliente, y los productos hayan pasado la cuarentena en el país de origen

## 4.1.7 IMPORTACION

La cifra de importaciones totales de fruta fresca y hortalizas que se podrían calificar bajo certificación orgánica es desconocida, pero estimaciones del mercado la sitúan en torno a los 65 millones de

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

\$(1999), mientras que otras fuentes (Sogo market research) la estimaban un volumen de 90 millones de \$(1999)

### Precios de importación

Hay varios factores a considerar a la hora de fijar los precios (pérdidas por fumigación, calidad, volumen, estacionalidad, promoción requerida, almacenamiento, costes locales de certificación, costes de transporte), por ello, tanto exportadores como importadores y distribuidores son reacios a pronunciarse sobre los precios pagados. Resulta más fácil establecer un porcentaje sobre los precios que se pagan por los productos convencionales. Lo normal, es alrededor de un 20-30% de margen.

### IMPORTACIONES DE FRUTA Y HORTALIZAS Y PAISES DE ORIGEN

| Frutas   | Import 2000 | % Organicos | Import 1999 | Hortalizas | Import 2000 | % Organicos | Import 1999 |
|----------|-------------|-------------|-------------|------------|-------------|-------------|-------------|
| Mango    | 9 606       | <1          | 8 829       | Broccoli   | 80 365      | 0           | 96 029      |
| Papaya   | 5 671       | 0           | 5 005       | Pimienta   | 8 543       | 0           |             |
| Piña     | 10 015      | 0           | 8 8608      | Apio       | 6 567       | 0           | 6 490       |
| Aguacate | 14 237      | <1          | 7 158       | Tomate     | 14 141      | 0           | 6 173       |
| Naranja  | 13 1596     | <1          | 91 267      | Espárragos | 24 492      | <1          | 24 710      |
| Lima     | 72          | 0           | 20          | Cebolla    | 260 999     | <.01        | 163 629     |
| Uvas     | 268 954     | <1          | 265 567     | Lechuga    | 2 060       | 0           | 3 217       |
| Kiwi     | 42 159      | 5           | 41 840      | Calabaza   | 143 401     | 2           | 144 360     |
| Moras    | 5 518       | 0           | 4 733       | Ajo        | 28 646      | 0           | 25 624      |
| Cereza   | 16 727      | 0           | 18 198      | Zanahoria  | 38 827      | <1          | 59 162      |
| Melones  | 34 632      | 0           | 36 427      | Repollo    | 18 943      | 0           | 71 207      |
| Banana   | 1 100 115   | 8 000*      | 947 841     |            |             |             |             |

<1% es una aproximación a partir de conversaciones con distribuidores.  
\*Importaciones de banana estimadas en 8000 toneladas

| Frutas       | Volumen en toneladas | Hortalizas   | Volumen en toneladas |
|--------------|----------------------|--------------|----------------------|
| Mango        | 10                   | Espárragos   | 100                  |
| Aguacate     | 50                   | Cebolla      | 200                  |
| Naranja      | 135                  | Calabaza     | 2 000                |
| Uva          | 300                  | Zanahoria    | 400                  |
| Kiwi         | 2 300                | Jenjibre     | 50                   |
| Banana       | 11 000               |              |                      |
| <b>Total</b> | <b>13 795</b>        | <b>Total</b> | <b>2 750</b>         |

**Fuente: basado en entrevistas a fuentes del mercado (FAO Country reports)**

### TENDENCIAS

Para reducir los riesgos comerciales, algunas compañías exportan productos certificados orgánicos, pero los venden como "verdes" (Green) en vez de con etiqueta de orgánico. El etiquetado verde es parte de una estrategia de Marketing desarrollada por muchas empresas japonesas, las cuales han desarrollado su propias prácticas de producción alimentaria no reguladas, y sus criterios de gestión

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

medioambiental que persiguen minimizar el uso de los pesticidas y extender el cuidado del medioambiente entre las agricultores. Dichas empresas realizan un seguimiento de la actividad de los agricultores, para asegurarse de que se cumple con esas prácticas.

Los procedimientos de producción para los etiquetados como “verdes” no cumplen los requisitos del JAS.

La gran ventaja de estos productos, es que si son fumigados en el puerto de origen, no se les exige ser reetiquetados. Muchos de esos “verdes” son importados de los EEUU, Corea y China.

### LIMITACIONES AL CRECIMIENTO DE LA IMPORTACION

Para los productos hortofrutícolas frescos:

1-Los altos estándares de calidad y fitosanitarios que se requieren. También la fumigación aleatoria actúa como un serio desincentivo, puesto que hace perder al producto ecológico su condición como tal, y por tanto, no se puede vender con el margen correspondiente, de ahí que hasta que se desarrollen tratamientos más sofisticados que sean compatibles con la legislación del JAS, una gran parte del potencial mercado seguirá sin cubrirse

2-Los potenciales exportadores, deber acometer investigación de mercado antes de introducirse en él. Un requisito previo casi imprescindible para el acceso al mercado, es ganarse la confianza del importador y del distribuidor

3-Se espera que pase mucho tiempo antes de acostumbrar la mente del consumidor a diferenciar entre producto ecológico y “verde” o saludable, hasta entonces será difícil vender un producto ecológico a un precio superior al de un “verde”

### 4.1.8 CONCLUSIONES Y OPORTUNIDADES DE MERCADO

Japón se ve como un mercado muy apetitoso para la exportación. Su población, más de 126 millones de personas, tiene un ingreso medio alto, del cual aprox el 20% se dedica a alimentación. La población envejece rápidamente, y las preocupaciones acerca de la salud han levantado una amplia atención y demanda de los productos “sanos” y “limpios”.

A esto se añade que la producción doméstica es baja, debido a la dificultad de crecimiento de los cultivos sin química durante su estación húmeda, y aunque se espera que dicha producción siga creciendo en años venideros, hay que dejar la puerta abierta al incremento de las importaciones

La lista a continuación pretende dar una visión general acerca de las oportunidades en Japón:

-Fruta orgánica fresca y zumo de fruta: los zumos de fruta fresca estaban de moda en los últimos años. A pesar de que la popularidad de dichos zumos estaba menguando por razón de los temores alimenticios, este mercado mantiene todavía un tamaño importante

-Aguacate: cada vez más conocido y popular en Japón, y otros productos como el aceite de oliva con un fuerte potencial

-Pulpa de fruta procesada: para muy variados productos, entre ellos, la comida para bebés. Los más extendidos son la banana y el mango

-Hortalizas, verduras frescas: demanda en aumento para las del tipo congelado, sobre todo “mixes” de verdura

-Platos preparados: ensaladas envasadas, y otras hortalizas que se venden de esa forma

-Otros productos con potencial podrían ser la miel y el té de hierbas

La mayor ventaja de los productos congelados y procesados, es que no necesitan ser fumigados

Salvando el tema de la fumigación, se abre un abanico de posibilidades muy amplio para gran número de productos. A este respecto, una alternativa a la fumigación podría ser el tratamiento con aire caliente, que p.e. se practica en países como Australia, Hawaii, Fidji, etc

Sin embargo, los exportadores extranjeros, van a encontrar una durísima competencia en los países cercanos a Japón, p.e. China y Corea, los cuales, a unos costes de producción por lo general bajos añaden el factor de la proximidad, decisivo, en cuanto a asegurar la frescura de los productos. Aparte de ello, la percepción por parte del público japonés de una gestión más orientada al medioambiente, ayudan a la consolidación de estos 2 países en el mercado japonés

## 4.2 ESTADOS UNIDOS

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

### 4.2.1 INTRODUCCION (PRODUCCION, APOYO ESTATAL)

EEUU es tanto un gran exportador como importador de productos agrícolas, lo cual tiene su reflejo especialmente en el apartado de productos frescos

El sector ecológico ha registrado crecimientos del 44% en superficie certificada como tal de 1992 a 1997, y la superficie dedicada a cultivos creció en un 111% anual. El crecimiento en superficie ecológica se centró en los cultivos, mientras que la dedicada a pastos no terminaba de despegar, debido a la tardanza en la llegada de una ley sobre la Agricultura Ecológica, y a la prohibición que existía hasta Febrero de 1999, de etiquetar productos cárnicos como "ecológicos". Como resultado del levantamiento de esta restricción, en muchas zonas del país afloró en 2001 un importante volumen de ganado ecológico

|                               | 1992    | 1993    | 1994    | 1995    | 1996 | 1997      | VARIACION (%) | 2001 (estimaciones) |
|-------------------------------|---------|---------|---------|---------|------|-----------|---------------|---------------------|
| Total                         | 935 450 | 955 650 | 991 453 | 917 894 | -    | 1 346 558 | 44%           | 2.300.000           |
| Pastos y superficie forestal  | 532 050 | 490 850 | 434 703 | 279 394 | -    | 496 385   | -7%           |                     |
| Cultivos                      | 403 400 | 464 800 | 556 750 | 638 500 | -    | 850 173   | 111           |                     |
| Total operadores certificados | 3 587   | 3 536   | 4 060   | 4 856   | -    | 5 021     | 40            |                     |

**Fuente:** informe sobre la AE, actualizado en Abril de 2000

|  | Acres(4047 m2) | %s/total |
|--|----------------|----------|
| Pastos y alimentación animal                   | 623 182        | 46.28    |
| Grano  | 291 012        | 21.61    |
| Semillas para aceite                           | 113 577        | 8.43     |
| Alubias, judías                                | 14 040         | 1.04     |
| Hierbas  | 90 775         | 6.74     |
| Hortalizas(lechuga, patata, tomate, zanahoria) | 52 561         | 3.90     |
| Frutas(uva, manzana, limón)                    | 49 413         | 3.67     |
| Otros cultivos no clasificados                 | 111 998        | 8.32     |
| Total  | 1 346 558      | 100.00   |

**Fuente:** informe sobre AE , Abril 2000

Los agricultores en 48 estados dedicaron en 2001 2,3 millones de acres (un acre=4047 m<sup>2</sup>) de terreno de cultivo y pastos a la producción ecológica. Alrededor de 1,3 millones fueron utilizados para cultivos. California, Dakota del Norte, Minnesota, Wisconsin, Montana y Colorado son los estados con mayor superficie de cultivo, mientras que Texas y Montana, son las que dedicaron mayor superficie a los pastos

Mientras que la adopción de sistemas de AE mostró importantes logros entre 1992 y 2001, y sigue manteniendo altas tasas de crecimiento, el nivel general de acogida a dichas formas de producción es todavía bajo (alrededor del 0,3% de toda la superficie de cultivo de todo EEUU, y el 0,2% de superficie de pastos). Los principales obstáculos a la hora de dar el salto, son los costes de gestión y los riesgos del cambio a una nueva forma de agricultura, una limitada concienciación de los sistemas de agricultura ecológica, falta de marketing e infraestructura específicas. Todavía, muchos

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

productores se acogen a la AE para reducir los costes de los inputs, para preservar recursos no renovables, hacerse un hueco en mercados de alto valor, e impulsar los ingresos de la explotación

**APOYO ESTATAL**  
Los esfuerzos del gobierno por impulsar la AE se han centrado en desarrollar una legislación de certificación para asegurar a los consumidores la calidad del producto y para dinamizar el comercio interestatal. Además varios estados han comenzado a subvencionar la conversión a AE, como un modo de capturar los beneficios medioambientales de estos sistemas.

### 4.2.2 VENTAS

Las ventas minoristas de alimentos y bebidas ecológicas, que han crecido aprox entre 20-24% anual durante los 12 años precedentes, se estima que han alcanzado algo más de 11.000 millones \$ en 2002, representando alrededor del 2% de todo el mercado de alimentación en EEUU

Las previsiones de ventas para 2003 oscilan entre los 11.000-13.000 millones \$, con unas tasas en torno al 10-15% de crecimiento, EEUU se configura como el mercado de más vigoroso crecimiento. Los supermercados convencionales, se han abierto camino en la venta de productos ecológicos frescos, y ya detentan el 42% de las ventas.

Muchas de las grandes compañías de alimentación se están introduciendo en el mercado ecológico, a través de la compra de marcas existentes, la inversión en algunas de ellas, o la introducción directa con marcas de nueva implantación

En EEUU existen alrededor de 12.000 establecimientos especializados en productos orgánicos, pero a la vez tiendas detallistas tradicionales ofrecen productos ecológicos en sus lineales, con lo que la cifra llega hasta los 120.000 establecimientos minoristas

### MERCADO ESTADOUNIDENSE DE PRODUCTOS ECOLOGICOS FRESCOS

Actualmente las frutas y hortalizas es la categoría orgánica que mayores ventas registra, en torno al 42% del total

El sector que mayores crecimientos ha registrado en los últimos años es el lácteo

El sector de las tiendas de comida natural, junto con las formas de comercio tradicional venden productos ecológicos frescos a diferentes niveles. El primero se centra en los orgánicos, complementando a veces su oferta con otros productos tradicionales, mientras que en los establecimientos tradicionales, son los productos ecológicos los que complementan la oferta de los convencionales

### 4.2.3 CONSUMO

No se conocen los niveles de consumo de orgánicos, pero se piensa que siguen la senda de los productos convencionales

En EEUU, los consumidores han sido animados a través de distintas iniciativas a llevar una alimentación más sana, por ejemplo con "5 A DAY", consistente en tomar al menos 5 piezas de fruta al día para preservar la salud

|                         | 1989         | 1998         | 1989-98 variación (%) |
|-------------------------|--------------|--------------|-----------------------|
| <b>Total frutas</b>     | <b>278.0</b> | <b>281.4</b> | <b>1.2</b>            |
| Fruta fresca            | 122.9        | 131.8        | 7.2                   |
| Fruta enlatada          | 21.2         | 17.3         | -18.4                 |
| Frutos secos            | 13.2         | 12.8         | -3.0                  |
| Fruta congelada         | 4.1          | 4.2          | 2.4                   |
| Avellanas               | 2.2          | 2.3          | 4.5                   |
| <b>Total Hortalizas</b> | <b>378.0</b> | <b>418.1</b> | <b>10.6</b>           |
| Frescos                 | 172.2        | 186.5        | 8.3                   |
| Enlatados               | 102.4        | 108.0        | 5.5                   |

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

|               |      |      |      |
|---------------|------|------|------|
| Congelados    | 67.4 | 82.3 | 22.1 |
| Deshidratados | 29.8 | 32.9 | 10.4 |
| Legumbres     | 6.3  | 8.4  | 33.3 |

**fuelle** Agricultural Outlook, September 2000(USDA)

### ACTITUDES DEL CONSUMIDOR ACERCA DE LOS PRODUCTOS FRESCOS

Los productos frescos representan el 8,8% de las ventas de las tiendas de productos naturales, y el 9,7% de los supermercados

A continuación citamos los factores de decisión de los consumidores, que ponen de relieve oportunidades de negocio en el sector de los productos ecológicos:

En primer lugar, según la encuesta "fresh trend 2001, profile of fresh produce consumer" la expectativa de sabor, aunque igualmente importantes son, el aspecto y la percepción de limpieza. También los valores nutricionales ocupan un lugar destacado

Citar la importancia creciente que se da a mantenerse en forma, y a una mejor nutrición, con lo que eso conlleva de iniciación de dietas, regímenes adelgazantes, postura ésta en la que coinciden un 24% de encuestados, que afirma haber comenzado o aumentado el consumo de productos frescos a consecuencia de una dieta o por motivos de salud

En cuanto a los GMO (Alimentos Modificados Genéticamente), el 55% declaran probable el consumirlos, el 38% que no es probable

#### 4.2.4 CANALES DE DISTRIBUCION MINORISTAS

La mayoría de los importadores, distribuidores se centran en mercados regionales.

Los importadores, distribuidores son responsables de la importación, almacenamiento y distribución del producto. Algunos importadores actuarán a la vez como importador y distribuidor en una región y venderán sus productos frescos a otros mayoristas para abastecer otros mercados

#### MINORISTAS DEL SECTOR DE LA ALIMENTACION

Hay que considerar los EEUU mercado a mercado, y no como una unidad. Muy pocas compañías lanzan productos a nivel de todo el país, sino que se concentran en mercados clave, para más tarde quizá expandirse a nivel nacional

El mercado del comercio minorista de la alimentación para productos orgánicos frescos, está segmentado fundamentalmente en 2 sectores.

| Estado       | No. De establecimientos |
|--------------|-------------------------|
| California   | 1 937                   |
| Florida      | 853                     |
| Texas        | 785                     |
| New York     | 715                     |
| Illinois     | 518                     |
| Pennsylvania | 465                     |
| Ohio         | 414                     |
| Washington   | 390                     |
| New Jersey   | 356                     |
| Michigan     | 353                     |

**Fuente: NATIONAL BUSINESS LIST**

Las tiendas de comida natural son más de 12.000. Las 2 cadenas de implantación nacional dominantes; Whole Foods Markets y Wild Oats tienen aprox 220 tiendas. Reseñar que este mercado

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

lo conforman mayoritariamente tiendas minoristas independientes. Entre los 10 primeros estados, acaparan más del 50% del total de establecimientos, con 6786 de ellos.

Las características de las grandes cadenas de comida natural son:

- Compran grandes cantidades, y son muy exigentes con respecto a los precios a los que compran
- Aparte de las normas de calidad del NOP, tienen sus propios estándares de calidad
- Sus ventas crecen a mayor ritmo que las de los supermercados tradicionales

Las tiendas minoristas tradicionales (supermercados y otros) reúnen 120.000 establecimientos individuales. Dentro de este segmento ha habido fusiones, que han resultado en una concentración de las cadenas detallistas. Los 4 principales minoristas ostentan una cuota del 28,8% (1998), alcanzando entre las 20 primeras el 48,2%

En los grandes mercados, la concentración es mayor, repartiéndose hasta el 85% entre las 8 más destacadas

-Más de la mitad de las ventas se realiza ya en supermercados

Algunos de los supermercados más importantes son:

KROGER & CO, ALBERTSON, SAFEWAY, AHOLD

Por último reseñar una tercera salida minorista del producto, y que es el **“sector de la restauración” (Food Service)**, un sector extremadamente importante en EEUU, en el que los consumidores gastan incluso más que a nivel minorista, aunque sólo un pequeñísimo porcentaje de dichas ventas corresponderían a orgánicos, a pesar de que existen restaurantes especializados por todo el país que utilizan productos ecológicos para sus platos p.e. “Nora” ([www.noras.com](http://www.noras.com))

Este sector de servicios alimentarios se abastece por medio de distribuidores especializados

### ANÁLISIS DE LAS TIENDAS MINORISTAS DE PRODUCTOS NATURALES

En las tiendas de productos naturales, los productos convencionales se almacenan para surtir de productos frescos cuando los ecológicos no están disponibles

Este tipo de tiendas se define por el hecho de que al menos el 40% de las ventas, lo son de productos naturales (incluye orgánicos)

Las ventas de alimentos ecológicos representan el 29% del total de ventas de estas tiendas, la mitad que la cifra total de ventas de alimentos

| Producto  | 1999 ventas totales | % s/ventas totales | Ventas de orgánicos | %ventas orgánicos de s/total |
|---|---------------------|--------------------|---------------------|------------------------------|
| Congelados/refrigerados                         | 795                 | 5.8                | 323                 | 40.60                        |
| Perecederos                                     | 440                 | 3.20               | 171                 | 38.70                        |
| Bebidas no perecederas                          | 272                 | 2.00               | 157                 | 57.80                        |
| A granel  | 836                 | 6.10               | 437                 | 52.20                        |
| Productos frescos (fruta, hortalizas)           | 1 201               | 8.80               | 833                 | 69.40                        |
| Panadería                                       | 303                 | 2.20               | 98                  | 32.50                        |
| Ultramarinos,comestibles envasados              | 1 956               | 14.30              | 692                 | 35.40                        |
| Carne/ pescado fresco                           | 349                 | 2.60               | 35                  | 10.10                        |
| Home meal replacement (HMR) Reparto a domicilio | 196                 | 1.40               | 58                  | 29.40                        |
| Cerveza/vino                                    | 106                 | 0.80               | 6                   | 5.30                         |
| Cafe/te   | 209                 | 1.50               | 78                  | 37.50                        |
| Otras bebidas                                   | 224                 | 1.60               | 68                  | 30.50                        |

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

|  |        |        |       |       |
|--|--------|--------|-------|-------|
| Restauración, servicio de comidas<br>Restaurante, deli, juice(zumo) bar) | 487    | 3.60   | 127   | 26.10 |
| Snacks   | 297    | 2.20   | 89    | 30.10 |
| Ventas totales de comida   | 7 671  |        | 3 172 | 58.65 |
| Total ventas de NO comida  | 5 999  |        |       |       |
| 1999 ventas totales  | 13 670 | 100.00 | 4 002 | 29.30 |
| 1998 ventas totales  | 12 342 | 100.00 | 4 280 | 26.60 |

**fuente:** Natural Foods Merchandiser, Junio 2000

### EL MARGEN DE LOS ORGANICOS

Puede variar desde el 11 hasta el 121% en las tiendas convencionales, y entre el 50-167% para las tiendas especializadas de productos naturales (márgenes con respecto a los productos convencionales)

A groso modo pueden establecerse los siguientes márgenes (sobre el precio de adquisición del producto) aproximados para las distintas partes intervinientes en la cadena de distribución

Importador, en torno al 30-40%

Distribuidor, en torno al 20-30%

Minoristas, en torno al 30-50%

### 4.2.5 ACCESO AL MERCADO

#### CUMPLIMIENTO DEL PROGRAMA NACIONAL SOBRE ORGANICOS (NOP) DE LOS EEUU

La legislación norteamericana sobre productos ecológicos exige la certificación obligatoria por parte de un agente de certificación acreditado por el USDA para aquellos productos etiquetados como:

-“**100% ecológicos**”: productos obtenidos exclusivamente a partir de métodos ecológicos

-“**Ecológicos**”: al menos el 95% de los ingredientes(por peso, excluyendo agua y sal) de un producto procesado se han obtenido ecológicamente. El resto de los ingredientes podrá ser natural o sintéticas, de acuerdo a la Lista Nacional

-“**Hechos con ecológicos**”: porcentaje de orgánicos entre 70-95%

Cualquiera que anuncie un producto ecológico sin la pertinente certificación, será multado con 10.000\$ o un año en prisión, salvo los pequeños productores( menos de 5000\$ en ventas) que estarán exentos de la obligación de ser certificados por el estado o por una agencia privada autorizada por el USDA

-Agentes certificadores de países extranjeros, pueden solicitar la acreditación del USDA.

Estos solicitantes extranjeros serán evaluados en base a los mismos criterios que los nacionales

Para la certificación de los productos a exportar a EEUU, el exportador tiene 3 opciones

En lugar de una certificación como orgánico por parte de un agente de certificación acreditado por el USDA, los orgánicos importados pueden ser vendidos en EEUU si han sido certificados y reconocidos a través de:

1- “Valoración de conformidad” (conformity assessment) del USDA

2- “Acuerdo de equivalencia “ (equivalency determination)

Bajo la primera opción (valoración de conformidad) , los productos ecológicos se pueden vender etiquetar o presentar como producidos ecológicamente, si el producto está producido de acuerdo al NOS (National Organic Standards) y certificado por un un agente de certificación acreditado, reconocido por el USDA a tal efecto.

Dicho reconocimiento a los agentes de certificación será determinado por el USDA, en base a la petición de un gobierno extranjero, en el que afirme la capacidad de dicho gobierno para valorar y

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

acreditar que las empresas de certificación cumplen las exigencias del NOP (National Organic Program)

El USDA trabaja actualmente con los siguientes gobiernos para la concesión de una “valoración de conformidad”:

- Canadá
- Dinamarca
- Israel
- Nueva Zelanda
- Quebec
- España**
- Reino Unido

Bajo la segunda opción “Acuerdo de equivalencia”, los productos importados pueden ser igualmente vendidos etiquetados y presentados como ecológicos cuando el USDA haya determinado un programa de certificación de orgánicos de un gobierno extranjero como equivalente al del NOP. Equivalente, significa que el USDA establece que el sistema de requerimientos técnicos y de valoración de conformidad de un gobierno extranjero, cumple adecuadamente los objetivos del Organic Food Production Act (ley de producción de alimentos orgánicos) y su regulación. Estos acuerdos de equivalencia son los tipos de acuerdo de importación más complejos y pesados, en cuanto a tiempo

Actualmente el USDA está trabajando con los siguientes gobiernos extranjeros para determinar si sus programas de certificación de orgánicos son equivalentes

- India
- Japón
- Australia
- UE

3- Los cuerpos de certificación de EEUU con presencia en el exterior, pueden certificar en cualquier lugar, siempre que estén autorizados por el USDA para realizar dichas tareas

Mas información en [www.ams.usda/nop](http://www.ams.usda/nop)

Las solicitudes y otros aspectos importantes para la IMPORTACION se encuentran en : [www.ams.usda.gov/nop](http://www.ams.usda.gov/nop); igualmente en dicha página se encontrarán en detalle bajo el título “ Program Standards” los aspectos concernientes a :

- Etiquetado
- Certificación
- Acreditación
- Administración

Los productos alimenticios, tanto importados como de producción doméstica (tanto la convencional como la ecológica) está regulada por distintas agencias estatales

- The Food and Drug Administration (FDA - <http://www.fda.gov>)
- The US Department of Agriculture (USDA) - <http://www.usda.gov>
- Centers for Disease Control and Prevention (Centro de control y prevención de plagas) (CDC) - <http://www.cdc.gov>
- Environmental Protection Agency ( Agencia de protección al medioambiente) (EPA) - <http://www.epa.gov>
- US Customs Service (Servicio de Aduanas) - <http://www.customs.ustreas.gov>

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

- Federal Trade Commission (Comisión federal de comercio) (FTC)  
- <http://www.ftc.gov>

Gracias al establecimiento de la US National Organic Standards (Ley Nacional sobre la Agricultura Ecológica), los importadores de productos ecológicos frescos, pueden acogerse a dicha ley para los productos importados y etiquetar esos productos como USDA ORGANIC cuando éstos se comercialicen en EEUU

Cualquier tipo de fruta u hortaliza etiquetada como orgánica requerirá certificación por parte de un certificador registrado según establece la US National Organic Standards. Por tanto, las importaciones son generalmente realizadas por un importador de EEUU, en cooperación con un cuerpo de certificación de EEUU

En conexión con la Ley sobre Productos Ecológicos/orgánicos, cualquier producto ecológico fresco embarcado hacia los EEUU debe cumplir con la regulación vigente establecida por el USDA para los productos frescos convencionales. Estas directrices y regulaciones están cambiando constantemente. En caso de querer exportar a EEUU, es recomendable contactar con el USDA, a través de la embajada norteamericana en el país productor, para conocer las actuales normas para fletar un cargamento de productos frescos a EEUU.

REQUISITOS DE IMPORTACION PARA TODOS LOS PRODUCTOS FRESCOS (incluye los ecológicos)

## Certificación fitosanitaria

Los requisitos de importación dependen tanto del producto como del país de origen. Un certificado fitosanitario emitido por alguna institución oficial del país de origen debe acompañar a todos los cargamentos de frutas y hortalizas hacia EEUU. El control de este requisito debe realizarse con el APHIS( Servicio de Inspección de la Salud de plantas y Animales)

Pesticidas y otros contaminantes:

La EPA (Agencia de Protección del Medioambiente) establece unos estándares en cuanto a la tolerancia a pesticidas, herbicidas, fungicidas de uso para productos agrícolas de consumo humano y animal.

El organismo de control de estas disposiciones de la EPA, es el FDA

## Disposiciones sobre grado de cumplimiento y calidad

Determinadas mercancías exportadas a EEUU deben cumplir requisitos relativos a tamaño, grado cualidad y madurez. Se emitirá un certificado por parte del USDA que indique el cumplimiento o no de los requisitos. Los productos importados han de cumplir los mismos requisitos que los productos norteamericanos

## Autorización de la importación

El servicio de Aduanas de EEUU es el responsable final de la aprobación y autorización a la importación de todos los productos. Revisa toda la documentación, y no permite la entrada al mercado interior hasta que todas las condiciones se cumplen

## Supervisión del proceso de importación

Los papeles de entrada pueden presentarse con antelación a la llegada de las mercancías, para agilizar los trámites

En EEUU existen brokers (intermediarios) facultados por el Servicio de Aduanas, que actúan como agentes del importador para la preparación del papeleo para la entrada de bienes

El importador tiene 30 días para remitir la documentación de importación, tras ese plazo los bienes son enviados a un almacén, ante cuyos costes el importador será responsable, y los bienes se venderán si no son reclamados en un año

## Documentación para la entrada de mercancía

-Formulario de entrada 3461

-Evidencia de derecho de entrada, p.e. factura de carga

-Factura comercial o factura pro-forma si una factura comercial no es posible

Otros documentos necesarios para determinar la accesibilidad de la mercancía

-Certificado fitosanitario

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

-Fianza impuesta por Aduanas, para cubrir obligaciones potenciales, tasas e infracciones tras la liberación de la carga

### Tasas para la importación de productos frescos

Varían según producto y país de origen, aunque se aplican las mismas con independencia de que sean orgánicos o convencionales.

Para mayor información, la página del Departamento del Tesoro [www.dataweb.usitc.gov](http://www.dataweb.usitc.gov)

### 4.2.6 IMPORTACIONES

#### IMPORTACION DE FRUTA Y HORTALIZAS Y POTENCIAL DE LOS PRODUCTOS ECOLOGICOS

Aunque EEUU es un exportador muy importante de productos ecológicos, y produce una amplia variedad de los mismos, está lejos de poder satisfacer su mercado doméstico

Los EEUU importan alrededor de 6000 millones \$ en frutas y hortalizas cada año. No hay un registro de qué porcentaje del total viene representado por los orgánicos

Destacar como nicho de mercado potencial, la demanda durante los meses de invierno, aquel suministrador que sea capaz de mantenerla en este período, tendrá una gran recepción, puesto que muchos consumidores pagarán por tener un suministro constante de ese producto a lo largo del año

|   | <b>1999<br/>(miles de \$)</b> | <b>2000<br/>(miles de \$)</b> | <b>Variación<br/>en 2000(%)</b> | <b>Potencial orgánicos<br/>(miles de \$)</b> |
|---|-------------------------------|-------------------------------|---------------------------------|--|
| Nueces                                  | 759 609                       | 771 398                       | 1.60                            | 15 428                                       |
| Tomates                                 | 689 322                       | 640 281                       | -7.10                           | 12 806                                       |
| Uvas                                    | 538 926                       | 552 054                       | 2.40                            | 11 041                                       |
| Anacardo                                | 447 775                       | 456 764                       | 2.00                            | 9 135  |
| Pimiento                                | 328 342                       | 455 687                       | 38.80                           | 9 114  |
| Patatas frescas o congeladas            | 382 105                       | 435 865                       | 14.10                           | 8 717  |
| Otras hortalizas frescas o congeladas   | 275 272                       | 305 762                       | 11.10                           | 6 115  |
| Melones                                 | 291 626                       | 260 989                       | -10.50                          | 5 220  |
| Limón                                   | 250 248                       | 224 151                       | -10.40                          | 4 483  |
| Pepino                                  | 141 873                       | 177 200                       | 24.90                           | 3 544  |
| Coliflor y broccoli, fresco y congelado | 169 619                       | 161 683                       | -4.70                           | 3 234  |
| Mangos                                  | 150 977                       | 144 927                       | -4.00                           | 2 899  |
| Cebollas                                | 144 311                       | 137 464                       | -4.70                           | 2 749  |
| Piñas frescas o congeladas              | 125 263                       | 133 993                       | 7.00                            | 2 680  |
| Moras y otras similares                 | 114 015                       | 133 265                       | 16.90                           | 2 665  |
| Otras frutas frescas o congeladas       | 104 774                       | 121 647                       | 16.10                           | 2 433  |
| Espárragos frescos o congelados         | 114 271                       | 119 979                       | 5.00                            | 2 400  |
| Zumos                                   | 99 827                        | 112 392                       | 12.60                           | 2 248  |
| Aguacates                               | 72 428                        | 107 913                       | 49.00                           | 2 158  |
| Manzanas frescas                        | 111 746                       | 92 310                        | -17.40                          | 1 846  |
| Fresas frescas o congeladas             | 100 433                       | 83 893                        | -16.50                          | 1 678  |

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

|                                  |           |           |        |       |
|----------------------------------|-----------|-----------|--------|-------|
| Peras                            | 78 183    | 80 652    | 3.20   | 1 613 |
| Otras nueces                     | 74 802    | 72 749    | -2.70  | 1 455 |
| Alubias frescas<br>congeladas    | 39 703    | 42 998    | 8.30   | 860   |
| Melocotones                      | 42 943    | 39 716    | -7.50  | 794   |
| Guisantes                        | 47 935    | 37 318    | -22.10 | 746   |
| Nueces de Macadamia              | 32 447    | 36 327    | 12.00  | 727   |
| Kiwi                             | 39 396    | 36 134    | -8.30  | 723   |
| Nueces de Brasil                 | 21 269    | 27 499    | 29.30  | 550   |
| Ajo                              | 45 840    | 27 447    | -40.10 | 549   |
| Zanahorias frescas<br>congeladas | 26 925    | 23 127    | -14.10 | 463   |
| Lechuga                          | 14 107    | 20 247    | 43.50  | 405   |
| Repollo                          | 9 470     | 10 504    | 10.90  | 210   |
| Endivia fresca                   | 5 678     | 4 146     | -27.00 | 83    |
| Pistacho                         | 2 356     | 2 060     | -12.60 | 41    |
| Total                            | 6 124 025 | 6 319 783 | 6.3    |       |

**fuente:** USDA Economic Research Service Organic Projection by author.

### LIMITACIONES AL CRECIMIENTO DE LA IMPORTACION

En general, y salvo ciertas excepciones, la demanda de importación es previsible que se centre en productos ecológicos frescos (frutas y hortalizas) y en materias primas **a granel** (en EEUU es muy importante la venta a granel para determinados productos) o en ingredientes para un posterior procesamiento y empaquetado

El mayor potencial del mercado se encuentra en llenar el hueco de la demanda invernal(\*). Fuentes del mercado indican que la producción ecológica ofrece un gran potencial, siempre que cumplan con los requisitos de calidad, precio y sabor que el mercado espera. Aunque otros nichos de mercado podrían ser los que siguen:

-Productos tropicales: no se producen en EEUU, o en muy pequeñas cantidades (café, te, coco, etc)

-Productos de temporada: frutas y verduras, que sí se producen en EEUU, pero que acusan una fuerte escasez por la cada vez mayor demanda. Podría ser otra posibilidad para los países en desarrollo

-Productos novedosos o especialidades: p.e. vinos ecológicos de alta calidad, ciertos alimentos étnicos. En este segmento podrían ocupar un lugar destacado los países europeos, aunque también parecen estar tomando posiciones los llamados "productores de vino del Nuevo Mundo", Argentina, Sudáfrica, Chile, Australia, Nueva Zelanda

-Igualmente se espera que tengan un gran crecimiento los productos congelados, confitería, bebidas y productos preparados, es decir aquellos que reúnan un mayor valor añadido, y por tanto margen. Aunque también existe una cierta reticencia por parte de los consumidores a los productos foráneos, sobre todo desde que estados como California, Florida, etc con estaciones de crecimiento y cosecha más largas consiguen colocar sus productos en época invernal

Tras abril de 2002 sólo los certificadores reconocidos como tal por el USDA podrán clasificar sus productos frescos como orgánicos para el mercado de EEUU

EEUU es un gran exportador de productos frescos, y está desarrollando un sector exportador importante para su producción ecológica, lo cual implica una feroz competencia con aquellos países cuyos períodos de cosecha coincidan con los de EEUU. Para aquellos productos en que las fechas de cosecha coincidan, su acceso al mercado será realmente complicado

(\*) Señalar que el grupo de publicaciones de comercio de la industria de EEUU, "THE PACKER", publica un informe anual "Fresh produce availability & Merchandising Guide" el cual aporta informes

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

de disponibilidad de hasta 70 frutas y hortalizas diferentes, medias de producción de EEUU y también fuentes primarias de importación, así como meses de embarque a los EEUU

### 4.2.7. CONCLUSIONES Y OPORTUNIDADES PARA LOS PAISES EN DESARROLLO

Fuentes del mercado indican que las grandes compañías de alimentación de EEUU están preparando líneas enteras de productos ecológicos que cubran todo el espectro de la demanda. Su acompañamiento con campañas de marketing adecuadas, hará que los productos ecológicos tengan una gran difusión.

Los EEUU ofrecen oportunidades de mercado para frutas y hortalizas ,exóticas, tales como nueces, tomates, uvas, pimiento y patata, etc

## 4.3 CANADA

También en este país se ha producido un crecimiento importante debido a la creciente demanda. Las Has. bajo gestión ecológica totalizan aprox 430.000, repartidas en 3200 explotaciones.

A su vez, hay acreditados 45 certificadores, y el número de procesadores asciende a 320

Se considera a Canada como un país especialmente apto para el desarrollo de los cultivos ecológicos, debido a la variedad y amplitud de tierras.

La mayor parte de la producción canadiense se exporta, principalmente a EEUU, aunque también a la UE y a Japón.

El grano ecológico es el producto que se exporta en mayor cantidad

Se estima que un 5% de las frutas y hortalizas se producen mediante técnicas orgánicas.

Las ventas estimadas oscilan entre 460-660 millones \$ (año 2001), y se espera que crezcan hasta los 2000 millones \$ en 2005, lo cual supone un mercado para la exportación muy importante. El mercado se centra principalmente en British Columbia, Alberta, Quebec, Ontario

Fuentes del mercado estiman que el 85-90% de las ventas minoristas son productos importados, principalmente de EEUU. Conviene señalar que, aunque con diferencia EEUU es el mayor exportador a Canada, la mayoría de estos productos provienen de Latinoamérica, y también es comida empaquetada de Europa, siendo reexportados por compañías americanas

La plena puesta en marcha de los U.S. Organic National Standards, se espera que afecte a los exportadores canadienses, aunque el efecto a corto plazo es incierto, podría suponer un duro golpe para el sector ecológico canadiense (hasta ahora ha disfrutado de crecimientos en torno al 15-20% anual), si sus estándares no son de aceptación por parte de EEUU

El USDA permite durante un período transitorio de un año, los productos ecológicos canadienses, por lo que los productos posteriores a la cosecha de 2002, deberán reunir los requisitos que EEUU imponga

Durante 2002, el Canadian General Standards Board intentó una aproximación a los estándares internacionales, así como unificar los de su propio país

## 4.4 MEXICO

En los últimos años la agricultura ecológica ha pasado de 25.000 a más de 100.000 has, con exportaciones a Japón, EEUU, Europa hasta los 100 millones \$ al año.

México lidera la producción de café ecológico, y destaca en otros como aguacates, mangos, bananas, piña, papaya,etc

Los destinos, serían Alemania, Holanda, Suiza, Italia, Francia, UK , España, Japón, EEUU y Canada

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

| Tabla 14      |      | Superficie ecológica en Norteamérica |   |                            |         |      |
|---------------|------|--------------------------------------|---|----------------------------|---------|------|
|               |      | Nº Explotaciones                     | % | Has bajo gestión ecológica | %       |      |
| <b>Canada</b> | 2001 | 3236                                 |   | 1,3                        | 430.600 | 0,58 |
| <b>Mexico</b> | 2001 | 34862                                |   |                            | 143154* | 0,13 |
| <b>EEUU</b>   | 2001 | 6949                                 |   |                            | 950.000 | 0,23 |
|               |      | 45047                                |   |                            | 1523754 |      |

(\*) De ellas 65.000 son en conversión

FUENTE: SOEL SURVEY, February 2002

## 4.5 REINO UNIDO

### 4.5.1 INTRODUCCION

En UK el ritmo de la producción no ha ido a la par que el del consumo. A pesar de que la producción ha registrado un muy importante crecimiento, no ha podido igualar la demanda, con lo que hasta un 75% de los productos consumidos se importa

En abril de 2000, la superficie total registrada como ecológica fue de 416000 ha, equivalente al 2,3% del total. De ello, aprox el 35% es terreno convertido en orgánico, mientras que el resto, es terreno en conversión. Del terreno convertido, la mayoría es terreno dedicado a pastos (75%), y aunque el incremento en la superficie dedicada a cultivos aumenta a buen ritmo, lo hace más rápido aún la dedicada a pastos

Una descomposición de la producción ecológica de frutas y de hortalizas muestra que:

-La producción de hortalizas ecológicas domina, contando con el 90% del valor total de ventas a pie/puerta de la granja

-Las principales hortalizas son patatas, cultivos protegidos (tomate, pepino), y repollo

-Frutas: peras, manzanas

-Hay una confianza en aumento hacia los productos importados

- Toda la producción de frutas y hortalizas ecológicas se vende en el mercado doméstico

### 4.5.2. VENTAS: El mercado ecológico

El tamaño del mercado minorista de UK ha experimentado un importante crecimiento, pasando de aproximadamente unas ventas de 400 en 1997 a 505-560 millones de euros en 1999. Se estima ha sido entre 870-1010 millones euros en 2000, y rondando los 1200-1300 millones de euros en 2001

En UK, el mercado acapara alrededor del 1% de media de todo el mercado alimentario, esta tasa varía según sectores (más alto p.e. en el sector de comida para bebés, después las frutas y hortalizas y en último lugar para los productos cárnicos y ganaderos en general). En particular en 1999, el sector de las frutas y hortalizas alcanzó los 240 millones euros (venta minorista), lo cual representa el 40% del total de ese año

En 1999 el mercado de la fruta y hortalizas ecológicos en UK estaba valorado en 240 millones euros, aunque se espera que crezca significativamente hasta finales de 2000.

Los productos ecológicos acaparan el 1% del total del gasto en comida y bebida en UK. Se estima, sin embargo que frutas y hortalizas ecológicas, cuentan con entre 5-10% del consumo total de frutas y verduras

#### Puntos clave

-La gama y disponibilidad de productos se ha ampliado considerablemente en los últimos años, y la mayoría de los supermercados vende un amplio surtido de línea "principal" de productos "tradicionales" complementada por un cada vez más productos exóticos

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

-Fuentes del mercado indican que los minoristas son reacios a que un mismo producto en su versión convencional y orgánica (de los cuales la facturación es limitada) ocupen espacio a la vez en los lineales

-Los productos de mayor consumo son: frutas, manzanas, plátanos, peras, etc

Hortalizas: patatas, zanahorias, tomates, etc

-Fuentes del mercado sugieren que aunque la tasa de crecimiento para frutas y hortalizas se ha mantenido alta en los últimos años, hay signos de que se ha desacelerado en la última mitad de 2000.

Algunos de los nuevos productos exóticos en los supermercados, luchan por generar suficientes ventas para justificar su presencia. Se ha advertido igualmente, un exceso de oferta para determinados productos ecológicos (zanahorias, y leche vendidos a través de canales de suministro convencionales "no ecológicos"). Esto resulta en una presión a la baja de los precios y en la erosión del los márgenes

| <b>Categoría de producto</b>        | <b>Valor total (millones euros)</b> | <b>% productos ecológicos s/total</b>   |
|-------------------------------------|-------------------------------------|---|
| <b>Total productos frescos</b>      | 6233                                | 5-10%   |
| <b>Total fruta fresca</b>           | 2850                                | 5-10%   |
| <b>Fruta tropical</b>               | 203 (233 en 2000)                   | 2-3%  |
| - mangos                            | 16.6                                | 5%  |
| - kiwi                              | 37.3                                | 2%  |
| - piña                              | 19 (23.5 en 2000)                   | 3%  |
| <b>Limón</b>                        | 490 (470 en 2000)                   | 2-3%  |
| <b>Fruta suave</b>                  | 717 (732 en 2000)                   | 2-4%  |
| <b>Total hortalizas y ensaladas</b> | 3385                                | 5-15% (principales subsectores son zanahorias 15%, tomates 12%, cebollas 11%) |
| <b>Legumbres</b>                    | 142                                 | 6%  |

**fuentes:** Taylor Nelson Sofres SuperPanel data

El mercado de alimentos procesados ha progresado rápidamente durante el año pasado, y apunta a ser el de más rápido crecimiento en los próximos dos años, así lo demuestra el interés de algunos de los grandes grupos procesadores como p.e. Heinz, y Crosse & Blackwell por la producción carne ecológica enlatada.

Al igual que ocurre con los productos vegetales, una gran parte de este mercado se abastece de importaciones especializadas, p.e. fruta congelada, frutos secos, sopas, comidas preparadas (pizzas), comida para bebés, yogur, zumos de fruta

### 4.5.3. DISTRIBUCION MINORISTA POR TIPO DE ESTABLECIMIENTO

UK se diferencia de algunos de los países europeos en cuanto a la distribución, puesto que ésta se inclina más por los supermercados y por los "box-schemes" que por las tiendas de comida natural/saludable. Los supermercados se abastecen con productos preenvasados, con sus propias etiquetas, por medio de 351 cadenas con redes de distribución a nivel nacional, especialistas en envasado. Como resultado de ello, la especificaciones del producto son rigurosas y la variedad

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

disponible ha favorecido aquellos productos en los que el margen es menor, p.e. patatas, zanahorias, repollo

Los supermercados dominaban alrededor del 80% de las ventas totales (2001). Dicha participación ha ido aumentando en los últimos años. La otra vía de salida, son las ventas directas de minoristas independientes y tiendas de comida sana que contaron con el 11% de las ventas. Por otro lado están los "box-schemes" de granja (abril 2001) y puestos en los mercados (incluye mercados de granjas) los cuales acaparaban el 9% de las ventas. A pesar de que las ventas totales de estos 2 últimos tipos de establecimiento han crecido sistemáticamente, a la vez hay que decir que no han dejado de perder cuota de mercado frente a los supermercados

TABLA 16 **Ventas minoristas en UK por canal de distribución (millones de€)**

| TIPO ESTABLECIMIENTO  | 96/97      |     | 98/99      |     | 99/00      |     | 00/01       |     |
|---|------------|-----|------------|-----|------------|-----|-------------|-----|
|   | millones € | %   | millones € | %   | millones € | %   | millones €  | %   |
| Supermercado  | 180        | 60% | 402        | 70% | 726        | 74% | 961         | 80% |
| Ventas directas y locales<br>(granjas y box-schemes)        | 60         | 20% | 93         | 17% | 114        | 13% | 107         | 9%  |
| Establecimientos independientes<br>y tiendas comida natural | 60         | 20% | 75         | 13% | 117        | 13% | 135         | 11% |
| <b>TOTAL</b>  | <b>300</b> |     | <b>570</b> |     | <b>957</b> |     | <b>1203</b> |     |

FUENTE: MINTEL, organic food and drink, market intelligence, Nov 1999. Soil Association Organic Food and Farming reports

Entre los minoristas dentro de los supermercados, destacan TESCO y SAINBURYS, cada uno con el 30% de la cuota de mercado. Otros supermercados son Waitrose, Safeway, ASDA, y Marks & Spencer, que juntos tienen aprox el 20%, lo cual deja el otro 20% en manos de Iceland, tiendas especializadas ventas a puerta de granja, etc

### **Características de todos los segmentos de venta minorista**

Los supermercados han evolucionado hasta posiciones de gran poder, controlando la variedad y la calidad de la oferta, así como el nivel de disponibilidad para los consumidores. Han extendido su influencia a los productores, con independencia de donde sean éstos, y hoy en día no sólo imponen las especificaciones del producto en cuanto a calidad, sino también acerca de los períodos de la siembra, cosecha, envasado, transporte y entrega del producto. Además el alto grado de competencia entre ellos ha aumentado las exigencias y el rigor de sus productos, en muchos casos obligando a los productores a la adopción de métodos casi industriales de producción de alimentos

Los importadores mayoritarios de orgánicos, p.e. Organic Farm Foods of Wales y The Organic Marketing Company for Fresh, abastecen a supermercados, box-schemes, tiendas de comida natural, etc en UK e incluso a otros países europeos de productos ecológicos frescos y procesados. Algunos supermercados están buscando importar de sus proveedores habituales. Estos están familiarizados con el negocio de los supermercados, y cumplen con los estándares de eficiencia requeridos

Pueden distinguirse hasta 3 modos diferentes de presentar los productos:

- Algunos minoristas, mayoritariamente los pequeños, con un pequeño surtido de productos típicos vegetales junto con un alternativo orgánico
- Un cierto número de minoristas que ofertan una mayor variedad de orgánicos alternativos a los convencionales. Suele presentarse en una sección claramente diferenciada dentro del espacio dedicado a los vegetales
- Un pequeño número de minoristas, especialmente Waitrose, combina convencionales con orgánicos, pero por el contrario, ciertos productos sólo están disponibles en su versión ecológica

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

La parte más extrema, la representa sin embargo Iceland, la cual decidió centrarse en los orgánicos, que aunque de marca ajena, con la etiqueta propia en sus tiendas. Posteriormente cambió esta política, restando énfasis a los orgánicos

## **Tiendas de productos naturales/saludables**

Mientras que en algunos países europeos, las tiendas de comida natural han llevado la producción de orgánicos a sus establecimientos, desarrollando una red local entre productores y distribuidores, en UK en general, los agricultores se han visto obligados a vender directamente al público (tiendas de granja, y los cada vez más populares mercados de agricultores) o han estrechado vínculos con un pequeño número de mayoristas y de cadenas de supermercados. Normalmente, las tiendas de comida saludable no tienen capacidad de tratar la producción fresca, aunque algunos han empezado a almacenarla

La categoría “independiente” de venta de orgánicos, puede considerarse más importante, puesto que abarca un mayor número de actividades, y en muchos casos estos minoristas, se dedican específicamente a productos orgánicos

## **Ventas a través de internet**

Un acontecimiento reciente, es la aparición de minoristas de productos ecológicos por internet. Esto incluye especialistas de varios tipos, desde Simply Organic, que únicamente opera a través de internet con un amplísimo surtido de productos, y las divisiones de internet de las cadenas de supermercados (Waitrose Organic Direct)

## **Box-schemes y mercados de agricultores**

Los miembros de este scheme pagan un precio fijo por una caja de frutas y hortalizas de temporada, aceptando la mezcla de variedad, calidad y cantidad. Es un intento de estrechar lazos entre productores y consumidores. Dichas cajas se pueden adquirir en la misma tienda de la granja, en puntos de reparto, o servidos a domicilio, o por correo. Se estima que hacia el año 2000 había 200 box-scheme en funcionamiento

En esta modalidad de venta, si bien se observó entre 1994-1997 un crecimiento notable, ha ido a menos. Los consumidores son ahora más conscientes del despilfarro que suponen aquellos productos incluidos en el lote, y que no tienen aceptación, por lo que el lote pierde atractivo, y por ende el sistema también

Otras formas de venta serían, las tiendas en la granja, las cuales surgen en un momento en el que las cadenas de comida natural no comercializaban productos frescos y los supermercados eran reticentes a hacerse cargo de un surtido tan amplio, o exigían unas especificaciones del producto imposibles de cumplir. Estas tiendas, venden mayoritariamente producción local.

Entre las 3 formas de venta (tiendas en granja, puestos de granjeros y box-schemes) atesoraban el 12% de las ventas (año 2000)

## **4.5.4. POSIBLES OBSTACULOS AL DESARROLLO DEL MERCADO**

Está previsto que el mercado ecológico en UK alcance entre el 5-15% del total de ventas minoristas de frutas y hortalizas en 2005

Existe una serie de factores que pueden influir en la marcha del comercio de ecológicos:

- Actualmente el mercado de orgánicos se reduce a un nicho de mercado, dirigido principalmente a los grupos de mayor ingreso medio. Para que este sector mantenga un ritmo de crecimiento sostenido como hasta ahora, estos productos tendrán que hacerse extensibles al un mercado más amplio, en el que un porcentaje significativo de las ventas provengan de los segmentos de ingresos más bajos. Para ello será necesario una concienciación de ese segmento de población de los beneficios en cuanto a seguridad alimentaria y también por cuestiones medioambientales. Se espera por ello que los márgenes caigan, y con ello el interés que en los productores pudiera despertar.
- Se estima que la media de márgenes a aplicar no habrá de superar el 15-20%, para que se antoje atractivo a los ojos del consumidor

Principales impedimentos:

- Autenticidad del producto: Al ser en el caso británico, la mayoría de los productos importados, es más difícil asegurar las cualidades que el consumidor busca, además el margen de estos productos invita en muchas ocasiones al engaño por parte de productores, etc, que hacen pasar

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

productos convencionales como si fueran orgánicos. Por último, las diferencias de enfoque entre los cuerpos de certificación pueden llevar a confusiones al consumidor

- Alta dependencia de la percepción de beneficio para el consumidor: No hay una evidencia demasiado clara de que los productos ecológicos sean más sanos que los convencionales, y al igual que ocurre con la percepción de seguridad, ambas podrían caer rápidamente si surgiera un “terror alimenticio” que viniera provocado por nuevos escándalos, como ya se han dado en el ámbito de lo ecológico
- Es también objeto de debate hasta que punto, el impulso experimentado por los orgánicos, se debe a la repulsa hacia los GMO (alimentos modificados genéticamente), y de deberse a ello, en que medida se podrá mantener la actual tendencia
- El tiempo necesitado para la fase de conversión (aprox 3 años)
- Una más que posible reducción de márgenes cuando la oferta alcance la demanda

La necesaria reducción de márgenes para que este mercado sea mayoritario, conllevará que ésta se repercuta a toda la cadena de suministro, siendo previsiblemente los más perjudicados, los productores, los cuales ante márgenes similares entre convencionales y orgánicos optarían en muchos casos por abandonar los productos ecológicos

### 4.5.5. ACCESO AL MERCADO

-Cumplir con las especificaciones de las cadenas de supermercados (que en muchos casos son las que establecen los criterios de entrada al mercado) éstas se centran fundamentalmente en criterios de calidad (basada sobre todo en el aspecto, tamaño, forma, color) en un suministro constante, y a un precio competitivo

-Desarrollar una relación con un importador de fruta fresca y hortalizas que tenga una amplia experiencia a sus espaldas al servir a las cadenas de supermercados. Sólo mediante el establecimiento de este tipo de relación, se puede esperar colocar sus productos en UK

-La obtención de certificación ecológica de aceptación por parte de los compradores es vital para el mercado en UK. La última palabra para las importaciones de terceros países la tiene el Ministerio de Agricultura. En general para terceros países, salvo p.e. Argentina y Australia, se requiere certificación para sus productos por parte de una institución que esté reconocida por IFOAM (International Federation of Organic Agricultural Movement), y acreditación por parte de algún cuerpo de certificación británico como SOIL Association

### 4.5.6. IMPORTACIONES

Estas suponen entre el **75-80% de todo el consumo** de orgánicos actual en UK

| Producto                   | Volumen (toneladas) |
|----------------------------|---------------------|
| Patatas                    | 30 000-40 000       |
| Zanahorias                 | 5 000-6 000         |
| Cebollas                   | 6 000-7 000         |
| Legumbres                  | 1 800-2 000         |
| Judías                     | 1 400-1 500         |
| Esparragos                 | 80-100              |
| Calabacín                  | 920-1 000           |
|                            |                     |
| Patata dulce               | 300-320             |
| Bananas                    | 20 000              |
| Piña(incluida la desecada) | 1 000-1 200         |
|                            |                     |
| mangos                     | 800-1 000           |

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

|             |               |
|-------------|---------------|
| Naranjas    | 13 000-13 500 |
| Clementinas | 3 500-3 800   |
| Satsumas    | 1 500-2 000   |
| Mandarinas  | 500-550       |
| Tangerinas  | 100-120       |
| Limon       | 2 800-2 900   |
| Lima        | 450-470       |
| papayas     | 150-200       |
| Fresa       | 860-900       |
|             |               |

**Fuente:** basada en estimaciones fuentes del mercado (FAO Country reports UK)

**Nota:** no incluye importaciones de productos de temporada tales como peras, manzanas, etc

Esta tabla pone de relieve lo siguiente:

-Los países de la UE, dominan los mercados del limón y tomate (p.e el 60% proviene de España/Islands Canarias) y calabacín, otros países no pertenecientes a la UE tienen una pequeña parte del mercado, para éstos países es más difícil penetrar, puesto que no tienen abierto el camino anteriormente con productos convencionales

-Países no pertenecientes a la UE, acaparan el mercado de las legumbres y espárragos. Se estima que el porcentaje de orgánicos dentro de las legumbres asciende al 5-6%

-Otros países no pertenecientes acaparan también el mercado de bananas, piña, mango, naranjas, mandarinas (Marruecos, Caribe, América Central, Sudáfrica)

-En general, la demanda de los productos exóticos ha tendido a incrementarse a un ritmo superior que el de los productos tradicionales

| Categoría          | 1999<br>% Importado | 2000<br>% importado | 2001<br>% importado |
|--------------------|---------------------|---------------------|---------------------|
| Fruta y hortalizas | 82%                 | 85%                 | 85%                 |
| Cereales           | 70%                 | 75%                 | 80%                 |
| Lácteos            | 40%                 | 40%                 | 35%                 |
| Carne              | 5%                  | 30%                 | 45%                 |
| Huevos             | 0%                  | 0%                  | 10%                 |
| Comida para niños  | 70%                 | 65%                 | 50%                 |
| Multi-ingredientes | 80%                 | 80%                 | 80%                 |
| Bebidas            | 90%                 | 85%                 | 80%                 |

FUENTE: Soil Association

La importación de cereales para consumo humano se sitúa alrededor del 50%. Sin embargo, con el crecimiento de la producción ganadera en UK, se ha incrementado la necesidad de importar comida para los animales, y se espera que aumente aún más

### Precios

| Producto           | Precio producto ecológico | Precio producto convencional | Margen (%) |
|--------------------|---------------------------|------------------------------|------------|
| Remolacha y azúcar | 9.27/kg                   | 6.45/kg                      | 44         |

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

|                             |                |                |       |
|-----------------------------|----------------|----------------|-------|
| Alubias verdes              | 9.27/kg        | 6.95/kg        | 33    |
| Calabacines                 | 2.49/kg        | 1.69/kg        | 47    |
| Patatas dulces              | 3.78/kg        | 1.89/kg        | 100   |
| Tomates de parra            | 1.89 por 8     | 1.49 por 8     | 27    |
| Tomates                     | 1.39 por 6     | 0.99 por 6     | 40    |
| Cherry tomates              | 6.76/kg        | 3.42/kg        | 98    |
| Maiz para bebés             | 11.12/kg       | 7.92/kg        | 40    |
| Naranjas                    | 1.99/kg        | 1.44/kg        | 38    |
| Clementinas                 | 1.99/kg        | 1.69/kg        | 18    |
| Frambuesa                   | 2.89/125gramos | 1.99/125gramos | 45    |
| Limonos                     | 0.27/unidad    | 0.25/unidad    | 16    |
| Lima                        | 0.59/unidad    | 0.19/unidad    | 155   |
| Bananas                     | 1.4/kg         | 0.99/kg        | 41    |
| Piña                        | 1.99unidad     | 0.99/unidad    | 100   |
| Mango                       | 1.69unidad     | 0.99/unidad    | 71    |
| <b>Productos procesados</b> |                |                |       |
| Sopas                       |                |                | 85    |
| Pizzas                      |                |                | 12    |
| Frutos secos                |                |                | 20    |
| Compotas                    |                |                | 15    |
|                             |                |                |       |
| Zumos de frutas             |                |                | 35-60 |

**Fuente:** sacado de los sitios de internet de las grandes cadenas de supermercados (FAO country reports UK)

### 4.5.7. CONCLUSIONES Y OPORTUNIDADES DE NEGOCIO

Productos que ni UK ni otros países de la UE producen, o lo hacen en muy pequeñas cantidades, y que suelen ser frutas exóticas o tropicales (papaya, banana, piña, mango, etc). Estos productos están sujetos a arancel cero o a muy bajos niveles del mismo, y no se enfrentan a la competencia local -Productos fuera de temporada, de extendido cultivo y disponibilidad en la UE durante los meses de Junio a Diciembre de cada año. De especial importancia aquí son, los cítricos, alubias verdes y tomates, durante el período de Enero a Mayo de cada año

**Las perspectivas de suministro son buenas tanto para los productos convencionales como para los ecológicos,** dada la dependencia de UK de los mismos

## 4.6. FRANCIA

Con unas ventas estimadas de 850 millones \$ en 1999, Francia se situó en el año 2000 como 4º país por detrás de Alemania, Gran Bretaña e Italia. Aunque la demanda de estos productos se mantuvo débil a mediados de los 90, parece haber cogido tono en los últimos años

La producción estimada de frutas y hortalizas fue en 1999 de unas 70.000 toneladas

### 4.6.1. INTRODUCCION: Estimacion del tamaño del mercado

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Las ventas en el mercado francés supusieron el 10% del total de ventas en toda la UE. El gasto per cápita, está por debajo de la media europea, y supone menos del 1% del gasto doméstico en alimentos

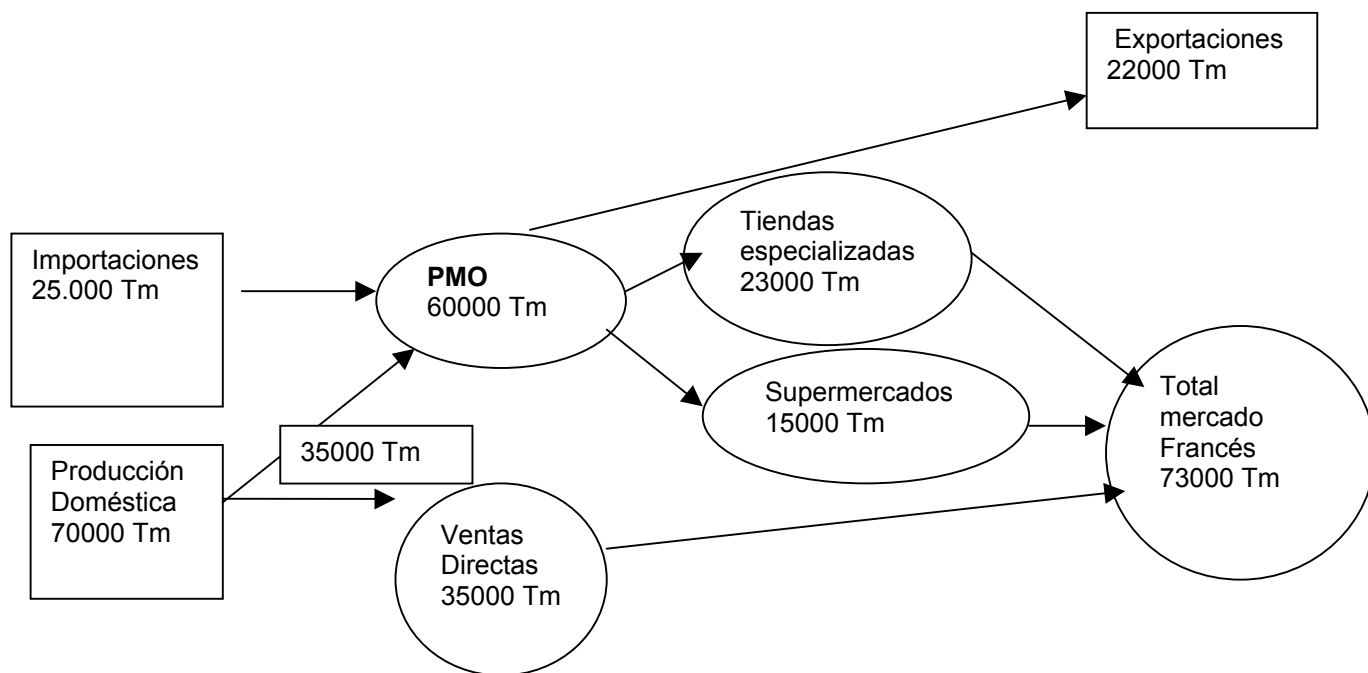
De 1990 a 1997, las ventas crecieron el 12% anual de media, mientras que en otros países ha sido del 25%

La mitad de la producción es vendida directamente por los agricultores, mientras que la otra mitad, es comercializada por “operadores del mercado primario” (PMO, aquellos que compran de productores franceses, o de proveedores extranjeros y que venden a mayoristas y minoristas)

Una parte sustancial de la producción (30-35%) de fruta y hortaliza se exporta a UK, Escandinavia, Alemania, y Suiza en donde los precios son más generosos que en el mercado nacional. Sin embargo, ultimamente la tendencia está cambiando, y el porcentaje exportado ha caído, debido a una demanda interna en expansión. En **1999** se estima que las exportaciones fueron del orden de las 22.000 toneladas.

Las importaciones de frutas y hortalizas, se cifran en unas 25.000 toneladas

El volumen total de ventas en Francia se estima en unas 73.000 toneladas (producción doméstica+importaciones-exportaciones)



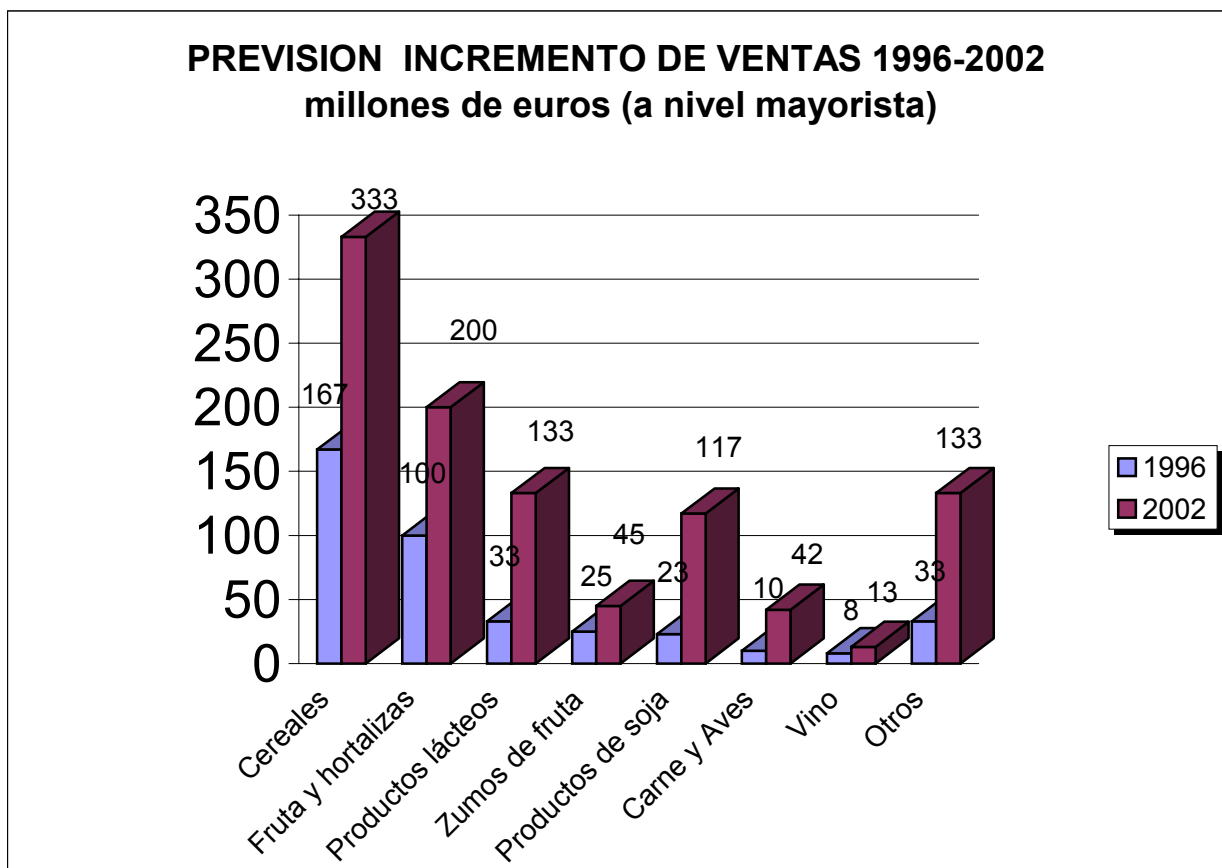
### 4.6.2. CONSUMO

El consumo de orgánicos ha crecido continuamente en los últimos años.

Aunque las ventas de frutas y hortalizas están creciendo, es el segmento de los productos procesados el que mayor crecimiento experimenta. Productos basados en la leche o en la soja, viven un gran incremento en sus ventas

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

GRAFICO 6



FUENTE: Bio Convergence, basado en entrevistas con fuentes del sector

Productos derivados de la soja: actualmente están de moda, y disfrutan de un robusto crecimiento en cuota de mercado.

Productos lácteos: uno de los segmentos de mayor crecimiento del mercado de alimentos orgánicos. Una gama cada vez mayor de quesos orgánicos, mantequilla, yogurts, etc está disponible en la mayoría de establecimientos minoristas

Otros productos: incluyendo aquellos de alto valor añadido tales como platos preparados

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Carne y Productos avícolas: un sector de alto crecimiento. La demanda supera generosamente a la oferta y muchos minoristas se ven desbordados y se quedan sin suministro

Cereales y otros productos procesados: absorben la mayor parte del mercado de orgánicos. La mayoría de los productores se dedican a cereales y harina. También se aprecia un movimiento entre las fabricantes de pan y galletas a trasladar parte de su producción a la manera orgánica

Frutas y hortalizas: ocupan el segundo puesto en importancia. Estos productos están ganando tanto en distribución como en disponibilidad.

Aunque los supermercados tradicionales han copado buena parte de la distribución de orgánicos en general, la situación difiere en el caso de las frutas y las hortalizas, las cuales son producidas en su mayoría por agricultores a pequeña escala, los cuales venden sus productos directamente a los consumidores o a través de cooperativas

En el sector de la restauración, a destacar son productos innovadores como cocktails, y comida para bebés

Reseñar que el segmento de zumos orgánicos se nutre fundamentalmente a partir de las importaciones

Vinos orgánicos: el desarrollo de los mismos está limitado por la ley, como por los propios consumidores que dudan que el vino orgánico sea un producto verdaderamente orgánico

El sector de la comida para bebés es otro sector en boga. El mercado incorpora productos innovadores que incluyen cereales para el desayuno, comida deshidratada, frutos secos, etc

Dentro del segmento de frutas y hortalizas, los productos más consumidos son los tomates, las lechugas, zanahorias, manzanas y peras, calabacines, puerros, fresas, melocotones y albaricoques, uvas, melones y kiwis.

## 4.6.3. CANALES DE DISTRIBUCION Y COMERCIALIZACION

El número de tiendas especializadas de comida natural se estima en 1500 (año 2000). Un tercio de esas tiendas pertenece a cadenas minoristas. Algunas de estas cadenas operan a nivel nacional (Biocoop, La Vie Claire), mientras que otras (Satoriz, Naturalia, Dame Nature) tienen un alcance regional. Desde principios de los 90, los supermercados se han involucrado cada vez más en la comercialización de esos productos, hasta llegar ser la principal vía minorista de ventas. Se estima que ya se han hecho con el 50% del total de ventas. A consecuencia de ello, las tiendas de comida natural, han respondido incrementando el tamaño medio de sus establecimientos, creando "supermercados ecológicos" (Superettes)

Con alrededor de 170 supermercados ecológicos (año 2000), de más de 200 m<sup>2</sup>, Francia es el líder europeo.

**Las ventas de productos orgánicos** se distribuyen a nivel minorista del modo que sigue (año 2001):

-Comercio especializado: tanto las tiendas de comida natural, como las cooperativas de productos orgánicos dan cuenta de aproximadamente 40-45% de las ventas

-Mercados al aire libre, 20-25%

-Grandes superficies y supermercados, esta forma de ventas es la que experimenta mayor crecimiento, especialmente en el apartado de frutas y hortalizas,. Su participación es de 25-30%

-Pequeño comercio minorista: por el momento, exceptuando las panaderías, los pequeños establecimientos minoristas (tiendas de fruta y hortalizas, delicatessen, carnicerías, etc )tienen una gama reducida

## Precios

De media se estima que el sobreprecio que se paga por los orgánicos es aproximadamente de entre 25-35%. Las tiendas especializadas tienden a fijar precios superiores a sus productos, que los supermercados

Parece ser que las diferencias con los productos tradicionales se acentúan para las frutas y hortalizas, por ser éstos eminentemente perecederos. Debido a que no siempre hay una fuente regular de suministro, los precios pueden variar considerablemente de una semana a otra, al igual

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

que en la misma región. Dicha diferencia en los precios se puede explicar en parte a una falta de eficiencia en la distribución y también a la imperfecta transmisión de la información

## **Perspectivas de mercado**

Durante buena parte de los 90, creció a tasas del 12%, mientras que en los últimos 3 años lo hizo al 20%, probablemente, con el detonante de la crisis de las vacas locas. Estimaciones del mercado afirman que se ha llegado a crecimientos de incluso el 30% (año 2000)

El futuro del mercado de fruta y hortalizas parece depender, en gran medida, de las cadenas de supermercados. Aunque muchos de esos productos se venden actualmente en mercados locales al aire libre, es previsible que los supermercados, por su capacidad financiera, organizativa y publicitaria, acaben acaparando el desarrollo (y las ventas) del mercado

Entre los propios supermercados, las posturas son diversas, aunque la mayoría reconoce la imagen positiva que el comercializar esos productos implica, pocas son las empresas que ofrecen una gran variedad, lo cual se explica entre otros factores por una falta de abastecimiento, entregas irregulares, proveedores de pequeño tamaño, y la naturaleza perecedera de la mercancía

Esta actitud poco decidida de los minoristas a gran escala, ha supuesto un importante freno a la expansión de las frutas y hortalizas ecológicas, a diferencia de lo ocurrido en otros países de la UE, en donde han sido los supermercados quienes han canalizado el desarrollo del sector

La consolidación del mercado llegará mientras el mercado siga creciendo. Se pronostican fusiones de proveedores, y también la integración vertical. Esto debería llevar a economías de escala y a mayores vínculos entre supermercados y proveedores, y por tanto a ser más eficiente en la distribución

## **4.6.4. FRENOS AL DESARROLLO DEL MERCADO**

-La falta de información en general acerca de este tipo de producto

-La creencia entre los consumidores de que no hay diferencia apreciable entre productos convencionales y ecológicos, o al menos no tanta que justifique ese sobreprecio

as acerca de la naturaleza verdaderamente ecológica del producto (métodos utilizados, sistemas de control, etc). Dicha desconfianza se acrecienta para los productos importados

-Falta de disponibilidad en los establecimientos, no anima precisamente el consumo. Al ser un mercado fragmentado, y al ser los productores de pequeña escala, dificulta la forja de alianzas, entre éstos y la gran distribución

-Pero es siempre el precio el principal inconveniente pues, mientras el productor "eco" percibe entre el 10 % y el 50 % más que el convencional, el consumidor paga entre el 30 % y el 200 % por encima.

-En la "Agence Bio" consideran que para disponer de una masa crítica que permita crear una organización económica racional del sector es necesario alcanzar en producción biológica el 3 % de la superficie agrícola útil

## **4.6.5. IMPORTACIONES**

Las frutas y hortalizas ecológicas importadas han de cumplir las mismas exigencias que sobre calidad, etiquetado, características sanitarias y fitosanitarias que se aplican a las convencionales. El importador ha de demostrar que los productos son de conformidad a lo que establece la legislación europea

La producción, certificación, etiquetado e importación de Francia se rige por la EC 2092/91 Regulation.

Los orgánicos producidos en Francia han de ser certificados por una agencia acreditada (Ecocert, Qualité France, Ascet International, etc). La existencia de un logo dará plena seguridad al consumidor de que el producto es genuinamente ecológico

Los productos importados, han de estar certificados por un cuerpo de certificación, acreditado al efecto por la autoridad competente en su país de origen.

**Etiquetado para productos originarios de Francia:** la etiqueta de los productos bio **AB (garantía para los consumidores)** deberá mencionar:

a) si los ingredientes bio > 95%:

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

- menciones obligatorias: Agricultura Biológica (o producto de la agricultura biológica) y nombre del organismo certificador.
  - menciones facultativas: Sistema de control CEE, logo AB.
- b) si los ingredientes bio > 70% y < 95%:
- "X% de ingredientes de origen agrícola se han obtenido según las reglas de la producción biológica
  - nombre del organismo certificador
  - lista de ingredientes por orden decreciente con referencia al modo de producción biológico
- c) si los ingredientes bio < 70%: ninguna referencia biológica
- d) casos particulares: vino: no existe un procedimiento administrativo específico. El fabricante de vino puede hacer figurar la mención "vino de uvas de la agricultura biológica" e indicar el nombre del organismo certificador. El logo AB no está autorizado.

En todos los casos, las etiquetas deberán estar redactadas en francés y localizadas en un lugar visible y de manera legible.

Muchos importadores son además mayoristas o distribuidores. Muchos reexportan a otros países de la UE (Biodinamics, Bioprima, Pronatura). Algunos son productores (o cooperativas) que se han decidido además por la importación para procurar a su clientela un flujo constante durante todo el año, y a la inversa, ciertos importadores se han pasado también a la producción por la misma razón. Otros han formado asociaciones o Joint-Ventures con empresas de otros países (Uni-vert, productores españoles y franceses, IMAGO, españoles y marroquíes)

En el comercio de productos ecológicos, Francia es deficitaria, las importaciones suponen aprox un tercio del total vendido en Francia de frutas y hortalizas ecológicas (1999), incluso podría haber alcanzado el 50% en 2001. Sin embargo, la existencia de reexportaciones hace que dicho porcentaje haya de ser revisado a la baja

Destacar, sin embargo lo bajo de las cifras de importación de frutas y hortalizas ecológicas, frente a las convencionales, 25000 Tm frente a 3,6 millones de Tm (año 1999)

Por categorías, las importaciones de fruta son mayores que las de hortalizas, destacando las tropicales, con aprox el 15% de las importaciones. Mientras que por el lado de las hortalizas, destaca el tomate, brocoli, zanahoria, etc

Alrededor de 2/3 partes de lo importado, proviene de países pertenecientes a la UE, situándose España como primer proveedor con casi 8000 Tm, las cuales se reparten entre frutas(cítricos) y hortalizas (tomates, pimientos). Italia es el segundo proveedor de Francia, y entre los 2 países acaparan el 87% de las importaciones, el tercero es Holanda

| Origen |  | Fruta | Hortalizas | F y H (Indist.) | Total |
|--------|--|-------|------------|-----------------|-------|
| UE     | UE (Indistintamente.)                      | 1 400 | 200        |                 | 1 600 |
|        | Italia                                     | 3 000 | 800        |                 | 3 800 |
|        | Italia, Portugal, España (indistintamente) |       | 200        |                 | 200   |
|        | Italia, España (indistintamente.)          | 1 000 | 200        |                 | 1 200 |
|        | Holanda                                    | 100   | 200        |                 | 300   |
|        | España                                     | 3 700 | 3 700      |                 | 7 400 |
|        | España, Italia, Grecia (indistintamente)   | 100   | 100        |                 | 200   |

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

|                           |                             |                 |              |              |               |              |
|---------------------------|-----------------------------|-----------------|--------------|--------------|---------------|--------------|
| UE Total                  |                             |                 | 9 300        | 5 400        |               | 14 700       |
| Terceros países           | artículo 11                 | Argentina       | 320          | 340          |               | 660          |
|                           |                             | Australia       | 50           |              |               | 50           |
|                           |                             | Israel          | 640          | 800          | 30            | 1 470        |
|                           | <b>Total</b>                | <b>art. 11</b>  | <b>1 010</b> | <b>1 140</b> | <b>30</b>     | <b>2 180</b> |
|                           | Otros terceros países       | Camerun         | 470          | 10           |               | 480          |
|                           |                             | Rep Dominicana  | 430          |              |               | 430          |
|                           |                             | Egipto          |              | 20           |               | 20           |
|                           |                             | Guinea          | 40           |              |               | 40           |
|                           |                             | Costa de Marfil | 100          |              |               | 100          |
|                           |                             | Marruecos       | 710          | 3120 (*)     |               | 3 830        |
|                           |                             | Nueva Zelanda   | 30           |              |               | 30           |
|                           |                             | Sudafrica       | 70           | 10           |               | 80           |
|                           |                             | Tunez           | 10           | 20           |               | 30           |
|                           |                             | EEUU            | 40           |              |               | 40           |
|                           |                             | Otros           | 30           |              |               | 30           |
|                           | <b>Total otros terceros</b> | <b>1 930</b>    | <b>3 180</b> |              | <b>5 110</b>  |              |
| <b>Terceros países</b>    | <b>Total</b>                | <b>2 940</b>    | <b>4 320</b> | <b>30</b>    | <b>7 290</b>  |              |
| Otros NO especificados    |                             |                 |              | 1 000        | 1 000         |              |
| <b>Total (redondeado)</b> |                             | <b>12 200</b>   | <b>9 700</b> | <b>1 000</b> | <b>23 000</b> |              |

**fuentes:** FAO Estudio de los importadores (2000).

(\*): La autoridad de control de exportación de Marruecos declaró 2000 toneladas en 1999/2000

Otro 1/3 de la importación lo detentan los terceros países, y por último el 10% es para "otros terceros países"

Citar que para la Rep Dominicana las cifras están infravaloradas, ya que ésta exporta a Alemania, y este país reexporta a Francia, lo mismo ocurre con otros terceros países

Una parte significativa de las importaciones de orgánicos son reexportadas entre los países de la UE. En el caso de Francia algunos importadores declaran reexportar un 60%, otros llegan incluso al 80%. Los productos más reexportados son cítricos y hortalizas de España, Italia y Marruecos, y productos tropicales de África subsahariana.

### Restricciones a la importación

- Preferencias de los consumidores se inclinan por los productos del propio país
- Los potenciales exportadores han de garantizar una continuidad en el suministro
- La competencia local para muchos productos importados, para los que coincide la época de producción
- Los esfuerzos de la administración por hacer de los productos orgánicos una prioridad, para reducir la dependencia de las importaciones

## 4.7. ALEMANIA

### 4.7.1. INTRODUCCION: Evolución del mercado alemán en 2002

Volumen de ventas de alimentos ecológicos y participación en el conjunto del mercado:

Con un porcentaje del 26%, Alemania se configura como el primer mercado para este sector en Europa. El mercado alemán se ha nutrido tradicionalmente a base de **tiendas especializadas**

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

(Naturkostfacheinzelhandel, Reformhäuser), la **comercialización directa** en forma de “tienda en la granja” y mercados semanales, así como **empresas de productos ecológicos artesanales y los tradicionales establecimientos minoristas**

Tras el incremento en las ventas en 2001 en casi un 30%, sobre todo debido a los escándalos que salpicaron la producción de los alimentos convencionales, había un convencimiento en medios del sector que apuntaba a una consolidación del mismo hacia 2002. El caso de los restos de Nitrógeno encontrados en algunos alimentos ecológicos llevaron a una desconfianza generalizada por parte de los consumidores hacia los productos ecológicos, una consecuencia que se puede extraer de ello, es que los supermercados han perdido en parte el favor del público, que ha pasado a otras formas de venta (venta directa y venta especializada)

A pesar de unas previsiones de ventas a la baja, según fuentes del mercado, éstas han aumentado en casi un 10% desde los 2700 millones de euros (2001) hasta los 3000 (2002).

La cuota de mercado de los productos ecológicos dentro del total de ventas del sector alimentario, es del 2,3% (2002). En comparación con el año anterior, la venta directa registró un incremento del 18%, al contrario que las tiendas especializadas que acusaron una pequeña pérdida de cuota. Las tiendas artesanales, al igual que la venta directa al público, quizá por una mayor cercanía y sintonía con el público no se vio afectada por interrupciones en la demanda

Se espera, sin embargo, que la tendencia se invierta debido al aumento de la presión fiscal sobre el gasto en consumo de los hogares, así como por la perspectiva de una recesión más larga de lo esperado en principio

## **Tendencias según la BNN (Asociación federal de productos naturales)**

El informe emitido durante la celebración en Berlín de la Semana Verde, apuesta por la estabilidad, a pesar de la caída masiva de ventas en algunas modalidades de productos (2002). El comercio especializado en productos naturales pudo, a pesar de la tendencia a la baja, mantener los niveles de ventas del año 2001, las cuales sobrepasaron los 1000 millones euros

La evolución de las ventas en el comercio mayorista (410,5 millones de euros, esto es, +0,5% con respecto al año más) y minorista especializado (890 millones de euros) muestran que El caso del nitrógeno no ha supuesto un daño sostenido para las ventas

## **Productores de productos naturales**

La cifra de empresas procesadoras e importadoras ha seguido creciendo como lo demuestran los datos si los confrontamos con los de 2000. La media de aumento en el número de un año a otro es del 15%

### **Retroceso exportador**

Los datos que se conocen, apuntan a que muy pocas materias primas y productos orgánicos frescos se exportan, lo cual implica que la práctica totalidad de la producción doméstica se consume. Sin embargo son los productos empaquetados y procesados y también ciertas marcas como Rapunzel las que mayor aceptación tienen en el extranjero

Según datos del ZMP, las oportunidades en los países vecinos europeos se van reduciendo poco a poco. La creciente cuota de mercado que cubren las empresas nacionales de esos países, así como un exceso de oferta de productos animales han hecho que la demanda extranjera de cereales germanos se hunda

## **4.7.2. DISTRIBUCION MAYORISTA Y MINORISTA**

### **Comercio mayorista**

El comercio mayorista apenas pudo mantener el nivel de facturación del año anterior, cuando durante los años precedentes había registrado crecimientos medios del 32%

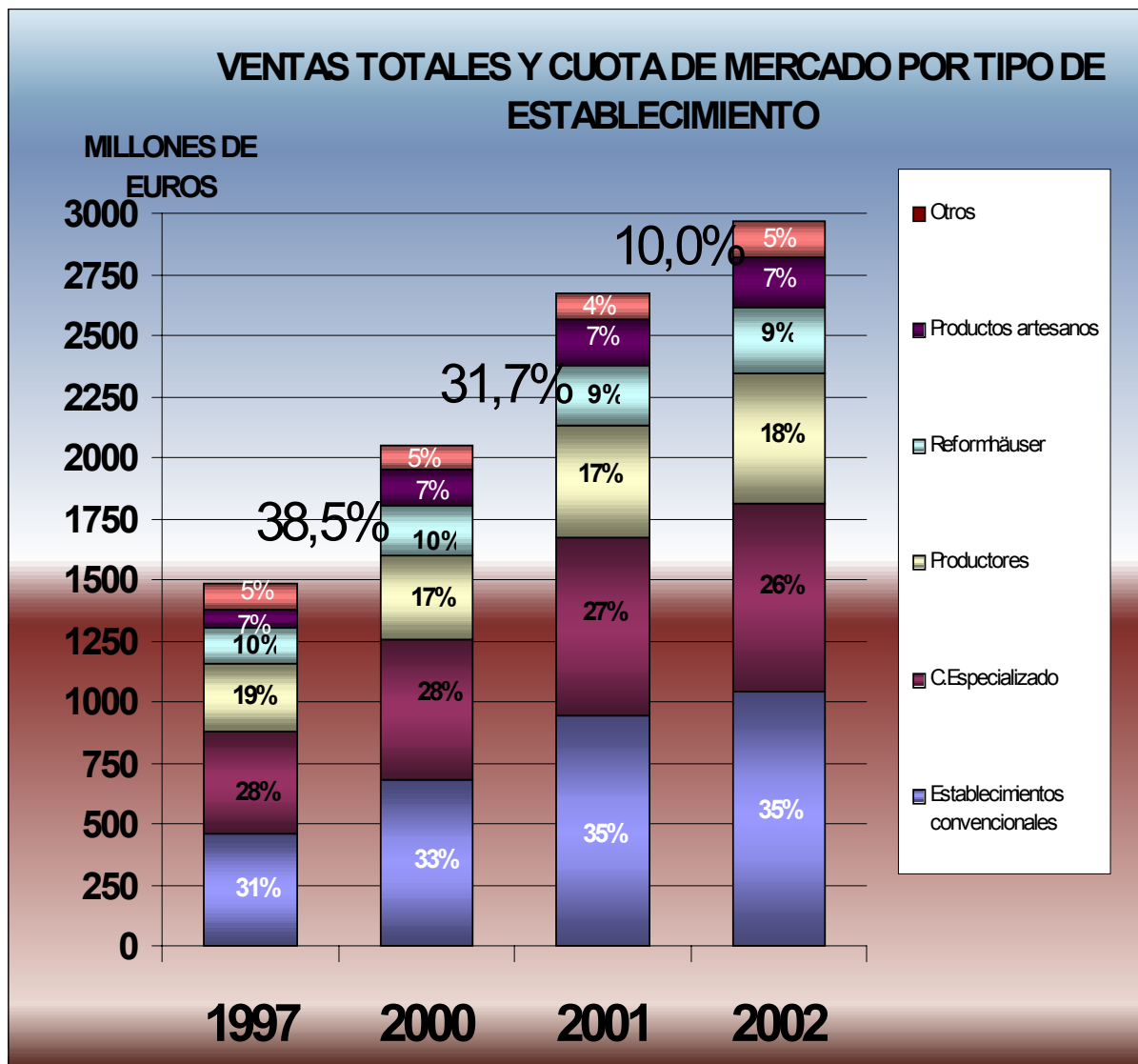
La cifra de ventas creció en 2 millones de euros (+0.5%) hasta los 410 millones de euros

Por segmentos, el campo de los alimentos frescos (fruta y verduras, panadería, leche y lácteos, carne y embutidos) registraron un crecimiento del 0,7%, mientras que en el apartado de los “secos” (cereales, semillas de aceite, pasta, musli, te, café, cacao, dulces, productos de cosmética y droguería) experimentaron un impulso mínimo, del 0,2%

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Comercio minorista

GRAFICO 7



# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

FUENTE: Prof. U. Hamm Neubrandenburg 1998-2002 ZMP 2003

## **Comercio minorista tradicional (Lebensmitteleinzelhandel, LEH)**

Actualmente no se puede pensar en un establecimiento de este tipo en el que los productos ecológicos no tengan presencia, ni en particular supermercado en el que no tenga cabida al menos un surtido básico de los mismos. Alrededor de 1/3 de las ventas totales minoristas se comercializaron de esta forma. La ventaja más reseñable son unos precios algo más asequibles al bolsillo de las familias más jóvenes

Bajo la amplia pinza que supone esta forma de comercio se integran los siguientes establecimientos:

- Establecimientos con superficie de venta >5000m<sup>2</sup>
- Establecimientos con superficie de venta entre 800-5000 m<sup>2</sup> (hipermercados, etc)
- Supermercados 400-800 m<sup>2</sup>
- Establecimientos de descuento, 400-800 m<sup>2</sup>, estrategia de precios bajos y surtido limitado

## **Estrategias individuales**

Hay por una parte empresas, p.e TEGUT, que se quieren posicionar en los productos ecológicos y por ello ofrecen el máximo de surtido posible, por el contrario hay otros en los que los biológicos sirven para completar el surtido general

Durante mucho tiempo, debido a la poca penetración de los biológicos, fueron principalmente productos de larga caducidad los que coparon los lineales de los establecimientos convencionales, p.e. copos de maíz, müsli, pasta, zumos, etc. Esta situación está cambiando, y se trata de ofrecer el mayor surtido posible

## **Venta especializada**

El comercio especializado ha contribuido en los últimos 25 años al desarrollo del resto de las formas de distribución. Actualmente acapara aprox 30% del mercado con unas ventas de 1000 millones de euros

Este segmento de venta facturó unos 890 millones de euros en 2001, lo cual supuso un incremento del 20% con respecto al año previo

Esta forma de venta disfruta por parte del consumidor de una mayor credibilidad. Junto a la mayor confianza, el asesoramiento sobre estos productos es también mayor, lo mismo ocurre con la variedad

REFORMHÄUSER (tiendas de dietética) es una forma de comercio que se organiza a modo cooperativo, y busca alternativas a la oferta general de productos como por ejemplo los productos vegetales, vegetarianos como sustitutos de la carne. Ofrece a su vez, productos congelados y medicamentos de venta libre, productos de cosmética

Otras tendencias que parecen cobrar fuerza bajo el paraguas de esta forma de venta, serían:

- Alimentos ecológicos preparados
- Delicatessen ecológicos
- Productos de complemento a la dieta
- Carne y embutidos ecológicos

Se detecta a su vez, como mercado objetivo de las Reformhäuser, a las persona alérgicas por la gran oferta de productos desplegada para ellos. Los diabéticos son por el contrario un segmento de segunda importancia para este comercio

En los alrededores de 2300 establecimientos de este tipo (2001), hasta el 70% de los alimentos proceden de cultivos controlados ecológicamente.

## **BIOTIENDAS**

Ha habido grandes cambios en este segmento desde que hace 25 años se inauguró el primer establecimiento, se han acometido nuevas formas de venta, desarrollado innovadores conceptos de tienda, etc.

## **BIOSUPERMERCADO**

El tipo de tienda oscila entre los 450-2000 m<sup>2</sup>, y se caracteriza por un enorme surtido (4000-8000 artículos, 100 marcas), además de una disposición muy moderna del establecimiento.

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Se espera que el número de establecimientos se haya duplicado para 2002. Estos supermercados ofrecen personal formado en la tarea y unos precios por debajo del nivel de la venta especializada, aunque el ambiente de compras es menos personal que en las 2 modalidades anteriores, lo cual constituye su principal desventaja

Estas 2 últimas formas de venta especializada, aglutinan alrededor de 2000 establecimientos

## Venta directa

### COMPRA EN LA GRANJA

3 ventajas fundamentales:

-El producto es especialmente fresco

-Se puede observar en vivo el modo de proceder en la granja

-Es la fórmula ideal entre los altos precios de la venta especializada, y la desconfianza que procura el no tratar directamente (en el caso de la venta especializada) con el productor

El productor en este caso destina una parte más importante a la venta directa en la granja que a abastecer a mayoristas o a nuevos procesadores

El modelo de venta en la granja se va haciendo con el tiempo más ambicioso, y ya no basta con que calidad, frescura y precio vayan de la mano, sino en lo referido a una dotación más profesional del negocio

## Mercados semanales

Esta forma de venta, como ya se ha dicho, la principal característica es la confianza en la autenticidad del producto. La gran mayoría de la oferta es estacional y regional, lo cual supone a la vez un apoyo implícito a la agricultura de la región

Tabla 21 : Incremento en las ventas en 2002 en comparación con el año anterior

(fuente: HAMM FH NEUBRANDENBURG)

|                                     | %<br>INCREMENTO |
|-------------------------------------|-----------------|
| Resto                               | 16,7            |
| Productores                         | 15,6            |
| Minoristas<br>tradicionales         | 10,5            |
| Alimentación<br>artesana            | 10,0            |
| Reformhäuser<br>(tiendas dietética) | 8,3             |
| Resto comercio<br>especializado     | 5,4             |

## Nivel de precios

Los precios de los productos ecológicos a nivel de productor son altos aunque con diferencias. Con la excepción de aves y huevos, se da entre los productos vegetales una tendencia más al alza que entre los animales. En comparación con la UE, se pagan en Alemania márgenes más altos

Los precios a nivel mayorista para un mismo producto difieren algo menos que a nivel minorista y de fabricante, al haber una mayor transparencia y competencia entre las empresas, y menos participantes en el mercado

Para los productos importados (mayoritariamente importados por mayoristas), se puede aproximadamente deducir el margen que se paga a los productores teniendo en cuenta que el margen que se baraja para los importadores es del 10-20% y el de los mayoristas alrededor del 35%

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

A nivel de consumidor final, los precios difieren mucho entre los distintos establecimientos. Por otro lado, los sobreprecios que se pagan en Alemania, la tendencia genera es a sobrepasar las primas que se pagan en la UE, a causa de una mayor cuota de mercado que el comercio especializado detenta en la comercialización

Mientras que el margen puede variar significativamente, los precios para los productores tienden a mantenerse estables, lo cual tiende a estabilizar el mercado, al menos en su parte más vulnerable y sensible a los cambios de precios

Igualmente para aquellos productos que se consideran como surtido básico (patatas, cebollas, ensalada, manzanas) sus precios diferirán en función de si la producción es nacional(más barata) o importada

### 4.7.3. ACTITUD DEL CONSUMIDOR

-Se concede gran importancia a una buena relación calidad-precio, no así exclusivamente a un precio bajo o similar al de los productos convencionales

-Para el consumidor alemán es igualmente importante que se cumplan los criterios de bienestar animal (no tratamiento con hormonas ni antibióticos, y entre las mujeres se da especial importancia a la alimentación y el cuidado animal). Asimismo se da importancia al adecuado tratamiento de las plantas, esto es, que no hayan sido sometidas a la acción de agentes químicos, fertilizantes, etc y en cuanto a los alimentos, éstos han de reunir los mínimos conservantes, colorantes y otros aditivos

Se observa por tanto un sentir generalizado hacia la salud alimentaria, así como el cumplimiento y respeto hacia los criterios medioambientales que deben regir estas prácticas de producción

### 4.7.4. IMPORTACIONES de fruta y hortalizas

Todas las frutas y hortalizas frescas han de ser comercializadas y etiquetadas de acuerdo a las categorías "handelsklassen I y II". Actualmente los comercializadores exigen la clase I por ser ésta propia de productos de mayor tamaño, y mejor presencia (sin manchas en la piel,etc )

La demanda para estos productos supera ampliamente la oferta nacional, esto se ve con especial fuerza en la fruta, en donde se estima que alrededor del 50% es importado. Hacia el año 2001, muy poca cantidad de carne y leche ecológica se importaba debido a que no existía hasta el año 2000 una regulación para ese tipo de productos

Se estima que el porcentaje de importación de todas las frutas y hortalizas, es del 45%

Los principales proveedores de Alemania son España, Francia e Italia

Lo normal es que los supermercados alemanes importen los productos ecológicos via importadores de productos convencionales

### ESPECIFICACIONES DEL PRODUCTO EN ALEMANIA

En los supermercados habitualmente aparecen empaquetados y etiquetados este tipo de productos, para distinguirlos de los convencionales. Dicho empaquetado y etiquetado, lo realizan el importador/distribuidor en Alemania. Son muy frecuentes los envases retornables. El sector de los envases retornables podría ser otro potencial a explotar asociado a la actividad ecológica

Un importante impedimento a la entrada en Alemania, sería la poca calidad del producto (aspecto, daños en el producto a su llegada, baja categoría)

## 5. BIBLIOGRAFÍA

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

- FAO Country Reports (Francia, Reino Unido, EEUU, Japón)
- FIBL (Research institute of Organic Agriculture), country reports  
[www.organic-europe.net/country\\_reports](http://www.organic-europe.net/country_reports)  
[www.europe.net/europe\\_eu/statistics.asp](http://www.europe.net/europe_eu/statistics.asp)
- www.organicts.com
  
- OTA (Organic Trade Association)
- El mercado de productos biológicos en Alemania (Oficina Comercial de España en Düsseldorf).
- IFOAM (International Federation of Organic Agriculture Movements)  
[www.ifoam.de/statistics](http://www.ifoam.de/statistics)
- Economic Research Service  
[www.ers.usda.gov](http://www.ers.usda.gov)
- Eurostat, página web de la UE  
[www.europa.eu.int](http://www.europa.eu.int)
- The USA Organic Food Market Report  
[www.marketresearch.com](http://www.marketresearch.com)
- The U.S. market for organic food and beverages  
[www.intracen.org/mds/sectors/organic](http://www.intracen.org/mds/sectors/organic)
- The organic food market in Japan  
  
<http://atn-riac.agr.ca/info/asia/e3208.htm>
- Mercado neerlandés de productos biológicos alimenticios  
Oficina Comercial de España en La Haya
- European Organic Food Promotion Association  
<http://www.euofa.gr.jp/English/top/top.htm>
- Trendstudie zum für bio-fachhandel in Deutschland  
[www.synergie-onlines.com](http://www.synergie-onlines.com)
- Trendbericht, Die Naturkostbranche zwischen BSE und Nitrofen (Alemania)
- Organic agriculture in France  
[www.greentrade.net](http://www.greentrade.net)
- Agriculture Biologique, une année de transition,  
(Observatoire national de l'agriculture biologique, Résultats 2000).
- GAIN REPORT FRANCE (Foreign agricultural service USDA)  
[GAIN-Report # FR 9070](http://GAIN-Report#FR9070)
- [http://www.agriculture.gouv.fr/spip/IMG/pdf/dossier\\_presse\\_2002.pdf](http://www.agriculture.gouv.fr/spip/IMG/pdf/dossier_presse_2002.pdf)

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

[http://www.agriculture.gouv.fr/spip/ressources.themes.alimentationconsommation.qualitedesproduits.signedequiliteetdorigine.agriculturebiologique\\_r176.html](http://www.agriculture.gouv.fr/spip/ressources.themes.alimentationconsommation.qualitedesproduits.signedequiliteetdorigine.agriculturebiologique_r176.html)

## **6. ANEXOS**

### **6.1 DIRECCIONES Y DATOS DE UTILIDAD EN ESPAÑA**

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## Andalucía

### **Autoridad Competente**

Dirección General de Industrias y Promoción Agroalimentaria.

Consejería de Agricultura y Pesca.

### **Autoridad y Organismos privados de Control**

#### COMITÉ ANDALUZ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

Autoridad de Control

Código: ES-AN-AE

Fecha de inicio de control: 17-01-94

Cortijo del Cuarto, s/n - 41014 - Sevilla

Apdo. Correos 11107- 41080 Sevilla

Teléfono: 954 689 390

Fax: 954 680 435

» e-mail: [caae@caae.es](mailto:caae@caae.es)

» Web: [www.caae.es](http://www.caae.es)

#### SOHISCERT S.A.

(organismo privado autorizado)

Código: ES-AN-01-AE

Fecha de inicio de control: 28-03-2001

C/ Alcalde Fernández Heredia, 20 - 41710-UTRERA (Sevilla)

Teléfono: 955 868 051 - 902 195 463

Fax: 955 868 137

» e-mail: [sohiscert@sohiscert.com](mailto:sohiscert@sohiscert.com)

» Web: <http://www.sohiscert.com>

#### Entidad Certificadora de Alimentos de España Ecal

(organismo privado autorizado)

Código: ES-AN-02-AE

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Fecha de inicio de control: 28-06-2002

C/ Estudio, nº 33 - 28023 ARAVACA (Madrid)

Teléfono: 91 357 12 00

Fax: 91 307 15 44

» e-mail: [ecal-e@ecal-e.com](mailto:ecal-e@ecal-e.com)

» Web: [www.ecal-e.com](http://www.ecal-e.com)

## **Producciones Ecológicas más representativas.**

Aceite de oliva virgen

Frutas y hortalizas frescas

Cereales, leguminosas y derivados

Cítricos

Mermeladas y productos de confitería

Carnes frescas

## **Datos Estadísticos del 2002**

### **Operadores sometidos a control:**

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 4.024

Industrias de elaboración y/o envasado de productos. 214

Importadores 3

### **Superficie total inscrita: 225.599 has.**

Primer año de prácticas A. E.: 117.431 has.

Calificada en reconversión 42.191 has.

Calificada en A.E.: 65.977 has.

### **Producción comercializada:**

60,79 millones de euros

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## Aragón

### **Autoridad Competente**

Dirección General de Industrialización y Comercialización Agrarias.

Departamento de Agricultura.

### **Autoridad y Organismos privados de Control**

COMITÉ ARAGONÉS DE AGRICULTURA ECOLÓGICA

Código: ES-AR-AE

Fecha de inicio de control: 19 10 95

Instituto de Formación Agroambiental de Movera, Chalet núm. 1

50194 - Zaragoza

Teléfono: 976 586 904

Fax: 976 586 052

e-mail: caaeearagon@arrakis.es

### **Producciones Ecológicas más representativas.**

Cereales

Frutas y hortalizas frescas

Almendra

Aceite de oliva virgen

Aceitunas

Vino

### **Datos Estadísticos del 2002**

Operadores sometidos a control:

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 659

Industrias de elaboración y/o envasado de productos. 56

### **Superficie total inscrita: 66.374 has.**

Primer año de prácticas A. E.: 22.693 has.

Calificada en reconversión.: 22.143 has.

Calificada en A.E.: 21.538 has.

### **Producción comercializada:**

12,07 millones de €

## Principado de Asturias

### **Autoridad Competente**

Dirección General de Agroalimentación.

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Consejería de Medio Rural y Pesca.

## **Autoridad y Organismos privados de Control**

### **CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA**

Código: ES-AS-AE

Fecha de inicio de control: 18 04 96

Avda. Prudencio González, s/n. Cámara Agraria

33424 - POSADA DE LLANERA (Asturias)

Teléfono: 985 773 558

Fax: 985 773 558

» e-mail: copaeastur@eresmas.com

## **Producciones Ecológicas más representativas.**

Hortícolas y manzano

Carnes frescas

Leche fresca

Apicultura

## **Datos Estadísticos del 2002**

### **Operadores sometidos a control:**

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 59

Industrias de elaboración y/o envasado de productos. 22

### **Superficie total inscrita: 1.585 has.**

Primer año de prácticas A. E.: - has.

Calificada en reconversión.: 1.417 has.

Calificada en A.E.: 168 has.

### **Producción comercializada:**

0,30 millones de €

## **Islas Baleares**

### **Autoridad Competente**

Dirección General de Desarrollo Rural.

Consejería de Agricultura y Pesca.

### **Autoridad y Organismos privados de Control**

### **CONSEJO BALEAR DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA**

Código: ES-BA-AE

Fecha de inicio de control: 16 12 94

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

c/ Selleters, 25 (Edif. Centro BIT) - 07300 INCA (Mallorca)

Teléfono: 971 887 014

Fax: 971 887 001

» e-mail: caeba@retemail.es

» Web: www.cbpaee.org

### **Producciones Ecológicas más representativas.**

Almendras y algarrobas

Cereales

Cítricos

Hortalizas

Aceitunas

Vino

Carnes de vacuno, ovino y porcino

### **Datos Estadísticos del 2002**

#### **Operadores sometidos a control:**

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 222

Industrias de elaboración y/o envasado de productos 26

#### **Superficie total inscrita: 10.236 has.**

Primer año de prácticas A. E.: 5.170 has.

Calificada en reconversión.: 757 has.

Calificada en A.E.: 4.309 has.

#### **Producción comercializada:**

0,60 millones de €

## Canarias

### **Autoridad Competente**

Dirección General de Política Agroalimentaria.

Consejería de Agricultura, Ganadería, Pesca y Alimentación.

### **Autoridad y Organismos privados de Control**

CONSEJO REGULADOR DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANARIAS

Código: ES-CA-AE

Fecha de inicio de control: 23 04 96

Dirección: c/Valentín Sanz 4 (3º) - 38003 Sta. Cruz de Tenerife

Teléfono: 922 246 280

Fax: 922 241 068

» e-mail: juanjose.trianamarrero@gobiernodecanarias.org

» Web: www.gobiernodecanarias.org

### **Producciones Ecológicas más representativas.**

Tomates

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Plátanos  
Otras frutas y Hortalizas  
Plantas medicinales  
Vino

## Datos Estadísticos del 2002

### Operadores sometidos a control:

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 459  
Industrias de elaboración y/o envasado de productos. 46

### Superficie total inscrita: 5.082 has.

Primer año de prácticas A. E.: 41 has.  
Calificada en reconversión.: 126 has.  
Calificada en A.E.: 4.915 has.

### Producción comercializada:

8,00 millones de €

## Cantabria

### Autoridad Competente

Oficina de Calidad Alimentaria (ODECA).

Consejería de Ganadería, Agricultura, y Pesca.

### Autoridad y Organismos privados de Control

CONSEJO REGULADOR DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE CANTABRIA

Código: ES-CN-AE

Fecha de inicio de control: 11 11 96

c/Héroes Dos de Mayo, s/n - 39600 Muriedas (Cantabria)

Teléfono: 942 269 855

Fax: 942 269 856

» e-mail:odeca@odeca.es

### Producciones Ecológicas más representativas.

Productos hortofrutícolas  
Ganado vacuno de carne y leche

## Datos Estadísticos del 2002

### Operadores sometidos a control:

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 64  
Industrias de elaboración y/o envasado de productos. 4

### Superficie total inscrita: 4.209 has.

Primer año de prácticas A. E.: -- has.  
Calificada en reconversión.: 2.601 has.

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Calificada en A.E.: 1.608 has.

**Producción comercializada:**

0,14 millones de €

## Castilla y León

**Autoridad Competente**

Dirección General de Industrias Agrarias

Consejería de Agricultura y Ganadería.

**Autoridad y Organismos privados de Control**

CONSEJO AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD DE CASTILLA Y LEÓN

Código: ES-CL-AE

Fecha de inicio de control: 16 01 96

c/ Pío del Río Horteiga, 1 (5ªA) - 47014 Valladolid

Teléfono: 983 343 855

Fax: 983 342 640

e-mail:caecyl@nemo.es

**Producciones Ecológicas más representativas.**

Cereales, leguminosas y derivados

Frutas y hortalizas

Vino

Carne de vacuno

**Datos Estadísticos del 2002**

**Operadores sometidos a control:**

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 142

Industrias de elaboración y/o envasado de productos. 49

**Superficie total inscrita: 12.516 has.**

Primer año de prácticas A. E.: 1.831 has.

Calificada en reconversión.: 1.018 has.

Calificada en A.E.: 9.667 has.

**Producción comercializada:**

2,19 millones de €

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## Castilla - La Mancha

### **Autoridad Competente**

Secretaría General Técnica

Consejería de Agricultura y Medio Ambiente

### **Autoridad y Organismos privados de Control**

#### DIRECCIÓN GENERAL DE ALIMENTACIÓN Y COOPERATIVAS

Código: ES-CM-AC-AE

Fecha de inicio de control: 29 04 96

c/Pintor Matías Moreno 4 - 45071 Toledo

Teléfono: 925 266 751

Fax: 925 266 722

e-mail: chernandez@jccm.es

#### DIRECCIÓN GENERAL DE DESARROLLO RURAL

Código: ES-CM-DR-AE

Fecha de inicio de control: 29 04 96

c/Pintor Matías Moreno 4 - 45071 Toledo

Teléfono: 925 266 782

Fax: 925 266 885

e-mail: mchillaron@jccm.es

#### SOHISCERT S.A.

(organismo privado autorizado)

Código: ES-CM-01-AE

Fecha de inicio de control:

C/ Alcalde Fernández Heredia 20 - 41710 UTRERA (Sevilla)

Teléfono: 955 868 051 - 902 195 463

Fax: 955 868 137

e-mail: sohiscert@sohiscert.com

» Web: <http://www.sohiscert.com>

### **Producciones Ecológicas más representativas.**

Queso

Aceite

Vino

### **Datos Estadísticos del 2002**

#### **Operadores sometidos a control:**

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 1.100

Industrias de elaboración y/o envasado de productos. 79

#### **Superficie total inscrita: 40.874 has.**

Primer año de prácticas A. E.: 23.429 has.

Calificada en reconversión.: 5.574 has.

Calificada en A.E.: 11.871 has.

#### **Producción comercializada:**

6,49 millones de €

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## Cataluña

### **Autoridad Competente**

Dirección General de Producción Agraria e Innovación Rural.

Departamento de Agricultura, Ganadería y Pesca.

### **Autoridad y Organismos privados de Control**

CONSEJO CATALÁN DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA

Código: ES-CT-AE

Fecha de inicio de control: 27 03 95

Dirección: C/ Sabino de Arana, 22 y 24 - 08028 Barcelona

Teléfono: 934 091 122

Fax: 934 091 123

e-mail:ccpae@ccpae.org

### **Producciones Ecológicas más representativas.**

Vino

Aceite de oliva virgen

Cereales

Frutos secos

Granos transformados

Plantas aromáticas

Frutas y hortalizas

Carnes frescas

### **Datos Estadísticos del 2002**

#### **Operadores sometidos a control:**

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 623

Industrias de elaboración y/o envasado de productos 262

Importadores 13

#### **Superficie total inscrita: 52.346 has.**

Primer año de prácticas A. E.: 41.358 has.

Calificada en reconversión.: 2.527 has.

Calificada en A.E.: 8.461 has.

#### **Producción comercializada:**

34,13 millones de €

## EXTREMADURA

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **Autoridad y organismos privados de control**

### **CONSEJO REGULADOR AGROALIMENTARIO ECOLÓGICO DE EXTREMADURA**

(control elaboradores e importadores)

**Código: ES-EX-01-AE**

Fecha de inicio de control: 09 07 96

C/ Padre Tomás. 4, 06011 BADAJOZ

Teléfono: 924/010860

Fax: 924/010847

» e-mail: [mtrigo@eic.juntaex.es](mailto:mtrigo@eic.juntaex.es)

### **COMITÉ EXTREMEÑO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA**

(control de productores)

**Código: ES-EX-02-AE**

Fecha de inicio de control: 09 07 96

Avda. Portugal, s/n - 06800 Mérida (Badajoz)

Teléfono: 924 00 22 74

Fax: 924 00 21 26

» e-mail: [cepae@aym.juntaex.es](mailto:cepae@aym.juntaex.es)

### **Producciones ecológicas más representativas**

1. Aceite de oliva virgen extra
2. Conservas y semiconservas vegetales
3. Frutos secos y pimentón
4. Frutas y hortalizas
5. Productos de la apicultura
6. Carnes frescas y productos ganaderos

### **Datos estadísticos del 2002**

Operadores sometidos a control:

-explotaciones agrícolas y/o ganaderas: 6526

-industrias de elaboración y/o envasado de productos: 34

**-superficie total inscrita: 164339 has**

-Primer año en prácticas A.E. 3927 has

-Calificada en reconversión: 30403 has

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

-Calificada en A.E. 130009 has

|                                |              |
|--------------------------------|--------------|
| Primer año de prácticas A. E.: | 3.927 has.   |
| Calificada en reconversión     | 30.403 has.  |
| Calificada en A.E.:            | 130.009 has. |

**Producción comercializada: 0.95 millones**

### Galicia

#### Autoridad Competente

Dirección General de Industrias y Promoción Agroalimentaria.

Consejería de Política Agroalimentaria y Desarrollo Rural

#### Autoridad y Organismos privados de Control

CONSEJO REGULADOR DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA DE GALICIA

Código: ES-GA-AE

Fecha de inicio de control: 14 08 96

C/ Circunvalación s/n (Edificio Multiusos) - Apartado de Correos 55 - 27400 Monforte de Lemos (Lugo)

Teléfono: 982 405 300

Fax: 982 416 530

e-mail: [craega@arrakis.es](mailto:craega@arrakis.es)

» Web: [www.craega.es](http://www.craega.es)

#### Producciones Ecológicas más representativas.

Castaña

Manzana

Vacuno de Carne

Leche y derivados lácteos

#### Datos Estadísticos del 2002

##### Operadores sometidos a control:

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 230

Industrias de elaboración y/o envasado de productos 32

##### Superficie total inscrita: 3.585 has.

Primer año de prácticas A. E.: 1.075 has.

Calificada en reconversión.: 1.072 has.

Calificada en A.E.: 1.438 has.

##### Producción comercializada:

2,40 millones de €

### Comunidad de Madrid

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **Autoridad Competente**

Dirección General de Agricultura.

Consejería de Economía e Innovación Tecnológica.

## **Autoridad y Organismos privados de Control**

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD DE MADRID

Código: ES-MA-AE

Fecha de inicio de control: 28 03 96

C/ Bravo Murillo, 101 (3ª planta) - 28020 Madrid

Teléfono: 915 353 099

Fax: 915 538 574

e-mail: esmaae@teleline.es

» Web: www.caem.es

## **Producciones Ecológicas más representativas.**

Cereales

Legumbres

Vino

Productos de panadería

Ajos

Leche y derivados

Huevos

Aceite de oliva virgen

## **Datos Estadísticos del 2002**

### **Operadores sometidos a control:**

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 68

Industrias de elaboración y/o envasado de productos 32

Importadores 2

### **Superficie total inscrita: 4.340 has.**

Primer año de prácticas A. E.: 393 has.

Calificada en reconversión.: 169 has.

Calificada en A.E.: 3.778 has.

### **Producción comercializada:**

1,90 millones de €

## **Región de Murcia**

### **Autoridad Competente**

Dirección General de Agricultura e Industrias Agrarias.

Consejería de Agricultura, Agua y Medio Ambiente.

### **Autoridad y Organismos privados de Control**

CONSEJO DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA REGIÓN DE MURCIA

Código: ES-MU-AE

Fecha de inicio de control: 29 04 96

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Avda. Río Segura, 7 - 30002 Murcia  
Teléfono: 968 355 488  
Fax: 968 223 307  
e-mail: caermurcia@caermurcia.com  
» Web: www.caermurcia.org

## **Producciones Ecológicas más representativas.**

Frutas y hortalizas  
Conservas vegetales  
Vino  
Almendra  
Cereales  
Arroz D.O. Calasparra  
Cítricos

## **Datos Estadísticos del 2002**

### **Operadores sometidos a control:**

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 634  
Industrias de elaboración y/o envasado de productos 70  
Importadores 2

### **Superficie total inscrita: 20.981 has.**

Primer año de prácticas A. E.: 2.908 has.  
Calificada en reconversión.: 7.296 has.  
Calificada en A.E.: 10.777 has.

### **Producción comercializada:**

16,90 millones de €

## **Comunidad Foral de Navarra**

### **Autoridad Competente**

Dirección General de Estructuras Agrarias e Industrias Agroalimentarias.

Departamento de Agricultura, Ganadería y Alimentación.

### **Autoridad y Organismos privados de Control**

CONSEJO DE LA PRODUCCIÓN AGRARIA ECOLÓGICA DE NAVARRA

Código: ES-NA-AE

Fecha de inicio de control: 26 02 96

Avda. de San Jorge, 81 (Entreplanta) - 31012 Pamplona-Iruña

Teléfono: 948 178 332

Fax: 948 251 533

e-mail: cpaen@cpaen.org

» Web: www.cpaen.org

## **Producciones Ecológicas más representativas.**

Vinos  
Hortalizas y frutas frescas  
Conservas vegetales  
Harinas, gluten, repostería y panadería

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Plantas de infusión  
Aceite de oliva  
Carne  
Cereales y leguminosas

## Datos Estadísticos del 2002

### Operadores sometidos a control:

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 648  
Industrias de elaboración y/o envasado de productos 76  
Importadores 2

### Superficie total inscrita: 27.020 has.

Primer año de prácticas A. E.: 1.911 has.  
Calificada en reconversión.: 7.296 has.  
Calificada en A.E.: 10.777 has.

### Producción comercializada:

1,92 millones de €

## País Vasco

### Autoridad Competente

Departamento de Agricultura y Pesca .

Como organismo adscrito a la Dirección General, se ha creado el Consejo de la Producción Agraria Ecológica del País Vasco, para consulta y colaboración en esta materia.

### Autoridad y Organismos privados de Control

DIRECCIÓN DE POLÍTICA E INDUSTRIA AGROALIMENTARIA

Código:ES-VAS-AE

Fecha de inicio de control:04 06 96

c/ Donosti-San Sebastián, 1 - 01010 Vitoria-Gasteiz

Teléfono: 945 019 706

Fax: 945 019 701

e-mail:j-ortuzar@ej-gv.es

### Producciones Ecológicas más representativas.

Frutas y hortalizas frescas.  
Conservas vegetales  
Cereales  
Vino

## Datos Estadísticos del 2002

### Operadores sometidos a control:

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 92  
Industrias de elaboración y/o envasado de productos 30  
Importadores 2

### Superficie total inscrita: 642 has.

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Primer año de prácticas A. E.: 126 has.  
Calificada en reconversión.: 146 has.  
Calificada en A.E.: 370 has.

**Producción comercializada:**  
1,65 millones de €

## La Rioja

### **Autoridad Competente**

Dirección General del Instituto de Calidad Agroalimentaria.

Consejería de Agricultura, Ganadería y Desarrollo Rural.

### **Autoridad y Organismos privados de Control**

INSTITUTO DE CALIDAD AGROALIMENTARIA

Código: ES-RI-AE

Fecha de inicio de control: 30 05 96

Avda. de la Paz, 8 y 10 - 26071 Logroño (La Rioja)

Teléfono: 941 291 600

Fax: 941 291 602

e-mail: areacalidad.agri@larioja.org

» Web: [www.larioja.org/agricultura](http://www.larioja.org/agricultura)

### **Producciones Ecológicas más representativas.**

Frutas  
Hortalizas  
Vino  
Aceite

### **Datos Estadísticos del 2002**

Operadores sometidos a control:

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 220

Industrias de elaboración y/o envasado de productos 57

### **Superficie total inscrita: 2.396 has.**

Primer año de prácticas A. E.: 228 has.

Calificada en reconversión.: 872 has.

Calificada en A.E.: 1.296 has.

**Producción comercializada:**  
7,51 millones de €

## Comunidad Valenciana

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **Autoridad Competente**

Instituto Valenciano de Calidad Agroalimentaria  
Consejería de Agricultura, Pesca y Alimentación

## **Autoridad y Organismos privados de Control**

COMITÉ DE AGRICULTURA ECOLÓGICA DE LA COMUNIDAD VALENCIANA

Código: ES-VA-AE

Fecha de inicio de control: 01 07 94

Camí de la Marjal s/n - 46470 Albal (Valencia)

Teléfono: 961 220 560

Fax: 961 220 561

» e-mail: caecv@cae-cv.com

» Web: www.cae-cv.com

## **Producciones Ecológicas más representativas.**

Cítricos

Frutas y Hortalizas

Cereales

Plantas Aromáticas, especias y condimentos

Almendras y Turrón

Vino

Aceite de oliva virgen

Productos avicultura y apicultura

## **Datos Estadísticos del 2002**

### **Operadores sometidos a control:**

Explotaciones agrícolas y/o ganaderas 751

Industrias de elaboración y/o envasado de productos 115

Importadores 2

### **Superficie total inscrita: 22.932 has.**

Primer año de prácticas A. E.: 3.068 has.

Calificada en reconversión.: 3.739 has.

Calificada en A.E.: 16.125 has.

### **Producción comercializada:**

15,03 millones de €

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## 6.2 LISTADO DE IMPORTADORES/DISTRIBUIDORES/REPRESENTANTES EN LOS PRINCIPALES DESTINOS DE EXPORTACION

### ALEMANIA

#### Annex I Selected addresses

#### Major importers, traders, processors

##### **Lehmann Natur GmbH**

Am Churkamp 20

D - 47059 Duisburg

Tel.: +49 - 203 - 932 550

Fax: +49 - 203 - 932 5599

[Lehmann-Natur@t-online.de](mailto:Lehmann-Natur@t-online.de)

[www.lehmann-natur.com](http://www.lehmann-natur.com)

(importer, distributor for supermarkets)

**Biotropic** (see Lehmann Natur)

(importer for natural food stores)

##### **Ernst Weber Naturkost**

Postfach 75 09 54

D - 81339 München

Tel.: +49 - 89 - 746 3420

Fax: +49 - 89 - 746 34222

[weberNK@t-online.de](mailto:weberNK@t-online.de)

(importer and wholesaler)

##### **Naturkost Schramm**

Ludwig-Winter-Strasse 6

D - 77767 Appenweier

Tel.: +49 - 7805 - 96680

Fax: +49 - 7805 - 966880

[team@naturkost-schramm.de](mailto:team@naturkost-schramm.de)

[www.naturkost-schramm.de](http://www.naturkost-schramm.de)

(importer and wholesaler)

##### **Landlinie Lebensmittel**

##### **Vertrieb GmbH & Co. KG**

An der Hasenkaule 24

D - 50345 Hürth

Tel.: +49 - 2233 - 974510

Fax: +49 - 2233 - 9745199

[i.abeln@landlinie.de](mailto:i.abeln@landlinie.de)

[www.landlinie.de](http://www.landlinie.de)

(importer and wholesaler)

##### **Terra Frischdienst**

Gross-Berliner-Damm 83

D - 12487 Berlin-Johannisthal

Tel.: +49 - 30 - 631 05 16

Fax: +49 - 30 - 631 69 75

(wholesaler)

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Handelskontor Willmann GmbH**

Tafingerstr. 8  
D - 71665 Vaihingen  
Tel.: +49 - 7042 - 9570  
Fax: +49 - 7042 - 957129  
(wholesaler)

### **Dennree Versorgungs GmbH**

Hofer Str.11  
D - 95183 Töpen  
Tel.: +49 - 9295 - 180  
Fax: +49 - 9295 - 1850  
[zentrale@dennree.de](mailto:zentrale@dennree.de)  
(wholesaler and importer)

### **Rewe AG**

Domstr. 20  
D - 50668 Köln  
Tel.: +49 - 221 - 1490  
Fax: +49 - 221 - 149 9000  
(distributor and supermarket chain)

### **Bios**

Gabriele Rempe GmbH  
Grossmarkt-Frischezentrum  
D - 59010 Hamm  
Tel.: +49 - 2381 - 543250  
Fax: +49 - 2381 - 5432540  
[www.bios-hamm.de](http://www.bios-hamm.de)

(processor of fruits and  
vegetables for catering  
companies)

### **Bio-Betrieb Käßlein GmbH**

Am Fernmeldeturm 6  
D - 68753 Waghäusel  
Tel.: +49 - 7254 - 60975  
Fax: +49 - 7254 - 950228

(processor of fruits and  
vegetables for catering  
companies)

### **Beutelsbacher**

#### **Fruchtsaftkellerei GmbH**

Birkelstr. 11  
D - 71384 Weinstadt-Endersbach  
Tel.: +49 - 7151 - 995150  
Fax: +49 - 7151 - 9951555

[info@beutelsbacher.de](mailto:info@beutelsbacher.de)  
[www.beutelsbacher.de](http://www.beutelsbacher.de)

(producer of juices)

### **Voelkel KG**

Pevestorf 23  
D - 29478 Hühbeck  
Tel.: +49 - 5846 - 9500  
Fax: +49 - 5846 - 95050

(producer of juices)

### **Hipp-Werk**

Münchner Str. 58  
D - 85276 Pfaffenhofen a.d. Ilm

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel.: +49 - 8441 - 757 481

Fax: +49 - 8441 - 757 492

(producer of baby foods)

### **Grüner Punkt Naturkost GmbH**

Schwanenkirchner Str. 28

D - 94491 Hengersberg

Tel.: +49 - 9901 - 1842

Fax: +49 - 9901 - 1875

[streit@bayernwald.com](mailto:streit@bayernwald.com)

(distributor of fruit pulps and aromes)

### **Organizations, institutions and certifiers in the organic sector**

#### **IFOAM** (International

Federation of Organic Farming

Movements)

Ökozentrum Imsbach

D - 66636 Tholey-Theley

Tel.: +49 - 6853 - 5190

Fax: +49 - 6853 - 30110

[IFOAM@t-online.de](mailto:IFOAM@t-online.de)

[www.ifoam.org](http://www.ifoam.org)

#### **GTZ**

(Gesellschaft für Technische

Zusammenarbeit)

Programmbüro Sozial- und

Ökostandards

Postfach 5180

D - 65726 Eschborn

Tel.: +49 - 6196 - 791462

Fax: +49 - 6196 - 797173

[Marion.Buley@gtz.de](mailto:Marion.Buley@gtz.de)

[www.gtz.de](http://www.gtz.de)

(German Technical Assistance to

Developing countries)

#### **Ökoprüfzeichen (ÖPZ) GmbH**

(German organic label)

Rochusstrasse 2

D - 53123 Bonn

Tel.: +49 - 228 - 9777700

Fax: +49 - 228 - 9777799

### **Selection of certifiers, that are very experienced in inspection and certification or building up of local certification bodies outside of Germany (developing countries)**

#### **BCS Ökogarantie GmbH**

Cimbernstrasse 21

D - 90402 Nürnberg

Tel.: +49 - 911 - 424390

Fax: +49 - 911 - 492239

[info@bcs-oeko.de](mailto:info@bcs-oeko.de)

[www.bcs-oeko.de](http://www.bcs-oeko.de)

#### **Ecocert GmbH**

Sulte 20a

D - 37520 Osterode

Tel.: +49 - 5522 - 951 161

Fax: +49 - 5522 - 951 164

[ecocert@compuserve.com](mailto:ecocert@compuserve.com)

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **GfRS (Gesellschaft für Ressourcenschutz)**

Prinzenstr. 4  
D - 37073 Göttingen  
Tel.: +49 - 551 - 58657  
Fax: +49 - 551 - 58774  
[jochen.neuendorff@gfrs.de](mailto:jochen.neuendorff@gfrs.de)  
[www.gfrs.de](http://www.gfrs.de)

## **IMO Institut für Marktökologie**

Paradiesstr. 13  
D - 78462 Konstanz  
Tel.: +49 - 7531 - 915273  
Fax: +49 - 7531 - 915274  
[imod@imo.ch](mailto:imod@imo.ch)

## **Annex II**

Sources of information on the German organic market (Web sites, magazines, directories...)

- [www.n-bnn.de](http://www.n-bnn.de) (Bundesverband Naturkost Naturwaren; Association of Organic traders in Germany)
- [www.ifoam.org](http://www.ifoam.org) (Web site of IFOAM with interesting links)
- [www.naturkost.de](http://www.naturkost.de) (Web page for consumers of Verlag Gesund Essen GmbH in Schaaflheim)
- [www.green-tradenet.de](http://www.green-tradenet.de) (E-commerce, b2b- platform and information)
- [www.zmp.de](http://www.zmp.de) (Web site of ZMP - Zentrale Markt- und Preisberichtsstelle GmbH, Rochusstrasse 2, D - 53123 Bonn, Tel.: +49 - 228 - 977 7173, Fax: +49 - 228 - 977 7179, E-mail: [info@zmp.de](mailto:info@zmp.de))
- [www.eco-world.de](http://www.eco-world.de) (market information and organic directory)
- [www.biopress.de](http://www.biopress.de) (Web site and magazine about the organic market) bioPress Fachmagazin für Naturprodukte, bioPress Verlag, Schulstr. 10, D - 74927 Eschelbronn, Tel.: +49 - 6226 - 4351, Fax: 40047, E-mail: [info@biopress.de](mailto:info@biopress.de))
- [www.gtz.de](http://www.gtz.de)

Selected b2b and b2c platforms:

[www.unitednaturex.com](http://www.unitednaturex.com)  
[www.green-tradenet.de](http://www.green-tradenet.de)  
[www.naturabella.com](http://www.naturabella.com)

## **AUSTRIA**

### **Annex I - Importers of tropical fruits**

#### **Importer**

#### **Johann Ischia & Co**

Im- und Exportgesellschaft  
mbH & Co  
Amraserstr. 6

6020 Innsbruck/Tirol

Tel: +43/512/52015-0

Fax: +43/512/52015-15

#### **Obst Huber Fruchtimport GesmbH**

Neinergutstr. 28-30

4600 Wels

Tel: +43/7242/404-0

Fax: +43/7242/404-147

Main importers that have a stall at the main wholesale market for fruits and vegetables in Vienna-Inzersdorf.

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **Firm**

**Ahorner josef Ges.m.b.H.**

B 1/1-8

Tel: 01/61002

**H. Dorfinger**

C12/137-138

01/616 99 40

**Import firms specialized in organic products**

**Al Naturkost**

Schulgasse 35

2542 Kottlingbrunn

Tel. 02252 77218

**Natürlich Weber**

A- 3932 Kirchberg/Walde 52

Tel: 02854 20417

Fax: 02854 631016

[office@weber-austria.at](mailto:office@weber-austria.at)

**Operating from Germany**

**Bodan Verteilerdienst**

Bruchfelderstr. 6

88662 Überlingen

Tel: 0049 7553 8240

Fax: 0049 7553 6118

[bodan.VTD@t-online.de](mailto:bodan.VTD@t-online.de)

**Dennree Versorgungs GmbH**

Hoferstr 11

95183 Königshof/Töpen

Tel: 09295-180

Fax: 09295-1850

German actors in the organic food sector are also found under:

<http://www.naturkost.de/herst/grosshandel.htm>

## **Annex II - Organic farmers organizations**

**Umbrella organizations**

**ARGE Biolandbau,**

Wickenburggasse 14/9

1080 Vienna

Tel: 0043 1 4037050

<http://www.bioclub.at>

**ÖIG Österreichische**

**Interessensgemeinschaft für biologische**

**Landwirtschaft**

Schlag 14;

2871 Zöbern

Tel: 0043 2642 865319

<http://www.oekoland.at>

**Farmers Associations**

**Arche Noah**

Obere Strasse 40

3553 Schiltern

Tel: 0043 2734 8626

**BAF** Verband der biologisch wirtschaftenden

Ackerbaubetriebe Österreichs

2164 Gut Prerau,

Tel. 02523/8412

Fax 02523/8412

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

**Biolandwirtschaft Ennstal:**

Bahnhofstr. 182  
8950 Stainach  
Tel.: 0043 3682 24521 254  
Fax 03623/20117  
[bioland.ennstal@telering.at](mailto:bioland.ennstal@telering.at) [www.bioland-ennstal.at](http://www.bioland-ennstal.at)

**Demeter Bund**

Hitzinger Kai 127/2/31  
1130 Vienna  
Tel.: 0043 1 8794701  
Fax 01/8794722

**DINATUR** Verein für fortschrittliche kontrolliert biologische Landwirtschaft  
(Barbara Fink-Spann)

Schlag 14  
A-2871 Zöbern  
Tel.: 02642/8651-19  
Fax: 026242/8651-9  
[dinatur@nexta.at](mailto:dinatur@nexta.at) [www.dinatur.at](http://www.dinatur.at)

**ERDE & SAAT**

(Katharina Keplinger)  
Hanriederstr.8  
A-4132 Lembach  
Tel.: 07286/7517  
Fax: 07286/7517-20  
[erde.saat@aon.at](mailto:erde.saat@aon.at) [www.oekoland.at/erde\\_saat](http://www.oekoland.at/erde_saat)

**ERNTE** für das Leben, Verband organisch biologisch wirtschaftender Bauern

Europaplatz 4  
4020 Linz  
Tel.: 0043 0732 654884  
[www.bio-ernte.at](http://www.bio-ernte.at)

**FREILAND** Verband

Wickenburggasse 14/9  
1080 Vienna  
Tel.: 01 4088809  
Fax 01/402 78 00  
[freiland@ins.at](mailto:freiland@ins.at)

**HOFMARKE** Dachverband für biologische Landwirtschaft und Direktvermarktung (Mag. Martin Tragler)

4553 Schlierbach Nr. 226  
Tel.: 07582/61404-0  
Fax: 07582/61404-4  
[office@hofmarke.at](mailto:office@hofmarke.at)  
[www.hofmarke.at](http://www.hofmarke.at)

**KOPRA** Konsumenten

Produzenten  
Arbeitsgemeinschaft (DI Franz Rauch)  
Hirschgraben 15  
A-6800 Feldkirch -  
Tel.: 05522/79687  
Fax: 05522/79687-11  
[kopra@verein.vol.at](mailto:kopra@verein.vol.at)  
[www2.vol.at/kopra](http://www2.vol.at/kopra)

**LEBA** Lebensqualität aus Bauernhand  
Buntweg 14

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

5611 Zams

Tel 0043 5442 65765

**Ökowirt** Informationsservice für Bauern und Konsumenten  
(DI Wolfgang Pirkhuber)

Feyregg 39

A-4552 Wartberg

Tel.: 07587/7177

Fax: 07587/7177-29

[oekowirt@oekoland.at](mailto:oekowirt@oekoland.at)

[www.oekoland.at/oekowirt](http://www.oekoland.at/oekowirt)

**ORBI** Fördergemeinschaft für ein gesundes Bauerntum

Nöbauerstr. 22

4060 Leonding

Tel.: 0043 732 675363

[www.bioclub.at/orbi](http://www.bioclub.at/orbi)

**Verein organisch biologisch wirtschaftender Bauern Weinviertel** (Johann Kettler)

A-2053 Peigarten 52

Tel.: 02944/8263

Fax: 02944/8402

[aon.912042121@aon.at](mailto:aon.912042121@aon.at)

[www.oekoland.at/kettler](http://www.oekoland.at/kettler)

### Annex III - Organic certification bodies

**ABG** Austria Bio Garantie

Königbrunnerstr 8

A-2202 Enzersfeld

Tel. 02262/672212

Fax 02262/674143

[nw@abg.at](mailto:nw@abg.at)

(covers all Austria)

**BIOS** Biokontrollservice

Österreich

Feyregg 39

4552 Wartberg

Tel: 07587/7177 14

Fax 07587/7177 11

(covers all Austria)

**LACON**

4122 Arnreit 13

Tel. 07282/7711

Fax 07282/7711 4

(covers all Austria)

**SLK** Landwirtschaftliche

Kontrolle

Ges.m.b.H.

Maria-Cebotari Straße 3

5020 Salzburg

Tel. 0662/649483

Fax 0662/649483 19

[office@slk.at](mailto:office@slk.at)

[www.slk.at](http://www.slk.at)

(only for Salzburg, Carinthia, Upper Austria, Styria and Tyrol)

**BIKO** Verband Biokontrolle

Tirol

Brixnerstr 1

6020 Innsbruck

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel. 0512/5929-336

Fax 0512/5929 212

(only for Tyrol)

### **Lebensmittelversuchsanstalt**

Blaasstr. 29

1190 Vienna

Tel. 01/3688555

Fax 01/3688555 20

(covers all Austria)

**SGS Austria Controll & Co**

Ges.m.b.H.

Johannesgasse 14

1015 Vienna

Tel. 01/5122567

Fax 01/5122567 9

(covers all Austria)

### **Fair trade organizations**

#### **Trans Fair Österreich**

Helmut Adam

Wipplingerstraße 32,

1010 Vienna

Tel: 01-5330956

Fax: 01-5330957

#### **EZA Dritte Welt**

8, Plainbachstr.

5101 Bergheim

Tel: +43 662 452 178

Fax: +43 662 452 586

[office@eza3welt.at](mailto:office@eza3welt.at)

#### **Fair trade in Germany**

##### **GEPA**

Gewerbepark Wagner,

Bruch 4

42279 Wuppertal

Tel: +49 202 26 68 30

Fax: +49 202 266 83 10

[marketing@gepa.org](mailto:marketing@gepa.org)

##### **Fair Trade e.V.**

[www.fairtrade.de](http://www.fairtrade.de)

##### **El Puente GmbH**

Hildesheimerstr. 59

D-31177 Harsum

Tel: 05127-98860-0

Fax: 05127-9886028

[info@el-puente.de](mailto:info@el-puente.de)

[vertrieb@el-puente.de](mailto:vertrieb@el-puente.de)

[einkauf@el-puente.de](mailto:einkauf@el-puente.de)

##### **BanaFair e.V.**

Langgasse 41

63571 Gelnhausen

Tel: 06051-8366-0

Fax: 06051-8366-77

[info@banafair.de](mailto:info@banafair.de)

[presse@banafair.de](mailto:presse@banafair.de)

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

[vertrieb@banafair.de](mailto:vertrieb@banafair.de)  
<http://www.banafair.de>

### **Annex IV - Other sources of information**

**Herbert Allerstorfer**  
Marketing Director of "ErntE  
für das Leben  
Europaplatz 4, 4020 Linz  
Tel: 0732 654884/16

[herbert.allerstorfer@ente.at](mailto:herbert.allerstorfer@ente.at)

Alexandra **Pohl**: ARGE

Biolandbau

Wickenburggasse 14/9

A- 1080 Vienna

Tel: 01/4037050

[arge.biolandbau@ris.at](mailto:arge.biolandbau@ris.at)

#### **SPAR Supermarket**

Taborstr. 95, 1200 Vienna

Tel: 01/3300539-726

Fax: 01/3303322

Person responsible for fruits  
and vegetables:

Harald Rauchegger

[harald.rauchegger@spar.co.at](mailto:harald.rauchegger@spar.co.at)

#### **BILLA Supermarket**

IZ NÖ Süd Str.3 Obj.16

2355 Wr. Neudorf

Tel: 02236/600 6930

Fax: 02236/600-7690

Person responsible for fruits  
and vegetables:

Thomas Rogy

[thomas.rogy@billa.co.at](mailto:thomas.rogy@billa.co.at)

#### **Organic Supermarket**

Stefan Maran

Tel.: 01/4818880-18

#### **Verein Naturkostläden**

##### **Österreich VNÖ**

R. Liebing, Rosensteingasse 84

1170 Vienna

Tel: 01/4802047

[vnoe@oekoland.at](mailto:vnoe@oekoland.at)

<http://oekoland.at/vnoe>

#### **AMA Agrarmarkt Austria**

Dresdnerstr. 70

1200 Vienna

Tel.: 01/33151

<http://www.ama.at>

#### **ARGE Bio-Landbau/BIO**

##### **CLUB**

Wickenburggasse 14/9

A-1080 Vienna

Tel.: (07114) 22 13 14

<http://www.bioclub.at/bioclub.htm>

Magazine: Bio Club Aktuell

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **Federal Ministry of Agriculture, Forestry, Environment and Water Affairs**

Stubenring 1

A-1012 Vienna

Tel: (+43 1) 711 00-0

Fax: (+43 1) 711 00-2127

<http://www.bmlf.gv.at/frame.p>

[html?file=/ge/lebensm/bio\\_lex/index.htm](http://www.bmlf.gv.at/frame.p/html?file=/ge/lebensm/bio_lex/index.htm)

### **OEKOLAND**

<http://www.oekoloand.at>

Magazine: Ökoland

---

## **BELGICA**

### **Annex I**

#### **Umbrella organization for organic sector**

##### **Bioforum**

Chemin de la Haute Baudecet 1,

B-1457 Walhain

Tel. 32-81-601540

Fax 32-81-600521

#### **Organic farmers organizations**

##### **Belbior**

Statiestraat 164 C

2600 Berchem

Tel. 32-3-287 37 72

Fax 32-3-287 37 71

[wim.vdb@agris.be](mailto:wim.vdb@agris.be)

##### **UNAB**

Union Nationale des

Agrobiologistes Belges

Secretariaat: Philippe Loeckx,

Le Quesniau 14,

7870 Montignies-Lez-Lens,

Tel./Fax 32-65-227260

[unab@skynet.be](mailto:unab@skynet.be)

#### **Organic processors organizations**

##### **Probila-Unitrab**

Kerkplein 5

9667 Horebeke

Tel. 32-55-456741

Fax 32-55-456742

Secretariaat: Leuvensebaan 368,

B-3040 Sint-Agatha-Rode

Tel. 32-16-470198

Fax 32-16-470199

[hugo.baert@skynet.be](mailto:hugo.baert@skynet.be)

##### **Biogarantie**

BP1, Stationstraat 24

B-3051 Sint-Joris-Weert

Tel. 32-16-470198

Fax 32-16-470199

[hugo.baert@skynet.be](mailto:hugo.baert@skynet.be)

#### **Consumers organizations**

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Nature et Progrès**

Rue de Dave 520  
5100 Jambes  
Tel. 32-81-303690  
Fax 32-81-310306  
[natpro@skynet.be](mailto:natpro@skynet.be)

### **VELT**

Uitbreidingstraat 392c  
2600 Berchem  
Tel. 32-3-2817475  
Fax 32-3-2817476  
[velt@village.uunet.be](mailto:velt@village.uunet.be)  
<http://gallery.uunet.be/velt/>

### **Organic extension services and information**

#### **BLIVO vzw**

Instituut voor Voorlichting en  
Onderzoek vzw,  
Statiestraat 164 c te  
2600 Berchem  
Tel. 32-3-287 37 70,  
Fax 32-3-287 37 71  
[blivo@agris.be](mailto:blivo@agris.be)

#### **Carab asbl**

Chem. de la Haute Baudecet 1,  
B-1457 Walhain  
Tel. 32-81-601540  
Fax 32-81-600521  
<http://users.swing.be/carab/>

#### **Certification**

#### **ECOCERT Belgium bvba**

Schermlaan 85  
B-1150 Brussels  
Tel. 32-2-7794721  
[info@ecocert.be](mailto:info@ecocert.be)  
<http://www.ecocert.be>

#### **BLIK vzw**

Statiestraat 164 B  
B - 2600 Berchem  
Tel. 32-3-2873750  
Fax 32-3-2873751  
[info@blik.be](mailto:info@blik.be)  
[www.blik.be](http://www.blik.be)

#### **Other**

#### **Vlaams Informatiecentrum**

#### **Over Land- En Tuinbouw**

Leuvenseplein 4 te  
1000 Brussels  
Tel. 32-2-5106391  
Fax 32-2-5106393  
[info@vilt.be](mailto:info@vilt.be)  
<http://www.vilt.be>

#### **Importers and wholesale**

#### **Belfruco N.V.**

Rostockweg 1  
2030 Antwerpen

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel. 32-3-540 5990,

Fax: 32-3-541 6543

(fruit imports)

**Biofresh N.V.**

Dirk Thienpont

Fortsesteenweg 40

2860 St. Katelijne Waver

Tel. 32-15-56 0160

Fax 32-15-56 0185

[info@biofresh.be](mailto:info@biofresh.be)

[www.biofresh.be](http://www.biofresh.be)

(packer and importer)

**Biomarché**

Dirk van den Broek

Z.I. rue de la Basse Sambre 24

B-5140 Sombreffe

Tel. 32-71-82 31 00

Fax 32-71-82 31 09

[info@biomarche.be](mailto:info@biomarche.be)

**Capespan Continent**

(North) Atlantic Houses

10<sup>th</sup> floor

Noorderlaan 147

2030 Antwerpen

Tel. 32-3-546 0900

Fax 32-3-546 0909

[www.capespan.be](http://www.capespan.be)

[BenTaleb@capespan.be](mailto:BenTaleb@capespan.be)

(importer of fruits)

**Döhler België GCV,**

Schuurhovenveld 1131

3800 Sint-Truiden

Tel. 32-11-69 01 11

Fax 32-11-69 01 90

(fruit imports)

**Mondi Foods**

Gammel 91

Rijkevorsel

Ms Schellekens

Tel. 32-3-314 65 55

Fax 32-3-314 89 56

Mr Paul Viefsema (Importer)

**Havenbedrijf Noord**

Stadswaag 7/8

2000 Antwerpen

Mr Frederic Claeys

Tel. 32-3-541 31 06

Fax 32-3-542 3368 (importer)

**S-In-O bvba**

Postbus 4

2860St. Kateline Waver

Tel. 32-15-55 59 08

Fax 32-15-55 01 54

Mr Isag (importer)

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Atalanta CV**

Vlaanderenlaan 4A  
8970 Poperinge  
Tel.: 32 - 57-33 55 99  
Fax; 32-57-33 43 00  
(importer vegetables)

### **Bio-DS nv**

Rechtvaardtoever 49-51  
9800 Deinze  
Tel. 32-93-81 85 55  
Fax 32-93-81 85 60  
(importer potatoes)

### **Degrieck nv**

Igor Donckels  
Werkenstraat 43  
B-8600 Vladslo  
Tel. 32-51-51 01 84  
Fax 32-51-50 15 19  
[igor.donckels@degrieck.be](mailto:igor.donckels@degrieck.be)

(importer vegetables)

### **Enzafruit New Zealand**

Tongersesleenweg 135  
3800 St. Truiden  
Tel. 32-11-68 99 99 41  
Fax 32-11-67 39 56  
(importer apples/pears)

### **Maya**

Oude Kuringerbaan 2  
3500 Hasselt  
Tel. 32-11-87 30 64  
Fax 32-11-87 30 64  
(importer vegetable specialities)

### **Zespri International nv**

De Keyserlei 5  
Postbus 43  
B-2018 Antwerpen  
Tel. 32-32-31 13 24  
Fax 32-32-317411 or  
32-32-010891  
[parmenv@zespri.co.nz](mailto:parmenv@zespri.co.nz)  
(importer of kiwi fruit)

### **Retail**

#### **Delhaize**

Alain Hautman  
Broekooi 5  
1731 Asse (Zellik)  
Tel. 32-24-812614  
Fax 32-24-812618  
[ahautman@delhaize.be](mailto:ahautman@delhaize.be)  
[www.delhaize-le-lion.be](http://www.delhaize-le-lion.be)

#### **Colruyt**

Ms Martine van Schoorisse  
Brussels  
Tel. 32-2-236 01040  
[www.colruyt.be](http://www.colruyt.be)

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **GB (Carrefour)**

[www.gb.be](http://www.gb.be)

### **Government**

#### **Ministry of Agriculture, DG 4**

Mr Ch. Papeians or Mr Olivier  
Wastiaux  
WTC3 - Simon Bolivarlaan 30,  
6<sup>th</sup> floor  
1000 Brussels  
Tel. 32-2-208 32 11  
Fax 32-2-208 37 05

### **Other**

#### **EUCOFEL**

European Union of the Fruit and  
Vegetable Wholesale, Import and  
Export Trade  
Mr Luc Hellebuyck, Secretary  
General a.i.  
29 Rue Jenneval  
B - 1000 Brussels  
Tel. 32-2-736 1584  
Fax 32-2-732 1747  
[eucofel.fruittrade.org@skynet.be](mailto:eucofel.fruittrade.org@skynet.be)

#### **Haest Consultancy for the Organic Sector**

Mr Carol Haest  
Parvis Saint-Roch 1  
B-1325 Chaumont-Gistoux  
Tel. 32-10-68 1387  
Fax 32-10-68 112  
[carol.haest@euronet.be](mailto:carol.haest@euronet.be)

## DINAMARCA

### **Annex**

#### **Selected addresses\***

#### **Major importers of fresh organic fruit and vegetables**

#### **Biodania a.m.b.a**

Grønttorvet 6  
DK 2500 Valby  
(Copenhagen)  
Tel.: +45 3630 2429  
Fax: +45 3630 2479  
[biodania@biodania.dk](mailto:biodania@biodania.dk)  
[www.biodania.dk/](http://www.biodania.dk/)  
(co-operative, coordinates production  
and sales for producer members)

#### **Blære Frugt**

Kelddalvej 33  
DK-9600 Års  
Tel: 9866 6090  
Fax: 9866 6011

#### **DanOrganic A/S**

Vesterbjergevej 1  
DK-7280 Sdr. Felding

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel: 9719 8899  
Fax: 9719 8903  
[danorganic@danorganic.dk](mailto:danorganic@danorganic.dk)  
[www.danorganic.dk](http://www.danorganic.dk)

**H. Lembcke A/S**  
Grønttorvet 244-260  
PO BOX 427  
DK-2500 Valby  
(Copenhagen)  
Tel: 3615 6222  
Fax: 3615 6223

**Gartneriet Marienlyst**  
Tåstrupvej 86  
DK-8462 Harlev  
Tel: 8694 2167  
Fax: 8694 1043

**N.A.F. International Amba**  
Fanøgade 15  
DK-2100 Copenhagen Ø  
Tel: 3916 9000  
Fax: 3916 9080  
[naf@naf.dk](mailto:naf@naf.dk)  
[www.naf.dk](http://www.naf.dk)

**Solhjulet**  
Storhedevejen 32, Taul  
DK-8850 Bjerringbro  
Tel: 8668 6444  
Fax: 8668 6275  
[info@solhjulet.dk](mailto:info@solhjulet.dk)  
[www.solhjulet.dk](http://www.solhjulet.dk)

**Svanholm Import**  
Svanholm Allé 2  
DK-4050 Skibby  
Tel: 4756 6656  
Fax: 4756 6667  
[www.Svanholm.dk](http://www.Svanholm.dk)

**Søris I/S**  
Sørisvej 2A  
DK-3650 Ølstykke  
Tel: 4733 4003  
Fax: 4733 4017

### **Major retail and distribution companies**

**Dansk Supermarked Indkøb i/s**  
Bjødstrupvej 18  
DK-8270 Højbjerg  
Tel: 8930 3030  
Fax: 8672 5487  
[crc.dsi@dsg.dk](mailto:crc.dsi@dsg.dk)

**FDB**  
Roskildevej 65  
DK-2620 Albertslund (Copenhagen)  
Tel: 4386 4386  
Fax: 4386 4811  
[fdb@fdb.dk](mailto:fdb@fdb.dk)  
[www.fdb.dk](http://www.fdb.dk)

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **SuperGros A/S**

Knud Højgaards Vej 19DK-7100 Vejle

Tel: 7010 0203

Fax: 7572 3528

[Johnny\\_Wham@supergros.dk](mailto:Johnny_Wham@supergros.dk)

[www.supergros.dk](http://www.supergros.dk)

### **Irma A/S**

Korsdalsvej 101

DK-2610 Rødovre (Copenhagen)

Tel: 4386 3822

Fax: 4386 3809

### **ISO Supermarked**

Vermlandsgade 51

DK-2300 Copenhagen S

Tel.: 3154 8411

Fax: 3154 3142

[iso@iso.dk](mailto:iso@iso.dk)

[www.iso.dk](http://www.iso.dk)

### **NETTO I/S**

Industribuen 2

DK-2635 Ishøj

Tel: 4356 8811

Fax: 4354 3288

### **Catering and institutional trade (food service)**

#### **MN Catering**

Fuglebakken 94

DK-2000 Frederiksberg (Copenhagen)

Tel: 3834 3812

Fax: 3834 3822

#### **Økoterminalen**

Tømrersvinget 16

DK 6360 Tinglev

Tel: +45 7364 3350

[www.oekoterminalen.dk/](http://www.oekoterminalen.dk/)

#### **Flint & Hvids**

Torslundevej 79

DK-2635 Ishøj

Tel: 4068 0111

Fax: 4355 1998

#### **Rønnely**

Maglebjerg 3

DK-4520 Svinninge

Tel: 5926 5658

Fax: 5926 6595

Garneriet Marienlyst

(see above for contact details)

#### **FDB**

(see above for contact details)

#### **Svanholm Catering**

(see above for contact details)

#### **Solhjulet A/S**

(see above for contact details)

#### **H. Lembcke A/S**

(see above for contact details)

#### **Box schemes and e-commerce**

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Aarstiderne**

Barritskovvej 34  
DK-7150 Barrit  
Tel: 7026 0066  
Fax: 7026 0067  
[info@aarstiderne.com](mailto:info@aarstiderne.com)  
[www.aarstiderne.com](http://www.aarstiderne.com)

### **Selected importers of processed fruit and vegetables**

#### **Urtekram A/S**

Klostermarken 20  
DK-9550 Mariager  
Tel: 9854 2288  
Fax 9854 2333  
[urtekram@inet-c.dk](mailto:urtekram@inet-c.dk)  
[www.urtekram.dk](http://www.urtekram.dk)  
(dried and canned fruits, nuts and vegetables, etc.)

#### **Unikost A/S**

Over Hadstelvej 58  
DK-8370 Hadsten  
Tel: 8698 0144  
Fax: 8698 0048  
[jan@jan-import.dk](mailto:jan@jan-import.dk)  
[www.Jan-import.dk](http://www.Jan-import.dk)  
(dried fruits and nuts, etc.)

#### **F-I Mejerifrugt**

Hestehaven 3  
DK-5260 Odense S  
Tel: 6613 1370  
Fax: 6613 4410  
(fruits and berries for  
the dairy industry)

#### **Sunprojuice.dk A/S**

Huginsvej 2-4  
DK-4100 Ringsted  
Tel: 5767 1177  
Fax: 5767 1145  
[mail@sunproduce.dk](mailto:mail@sunproduce.dk)  
(fresh and frozen fruits and berries)

#### **Hans Kjaer Trading A/S**

Piniehøj 23  
DK-2960 Rungsted Kyst  
Tel: 4557 1312  
Fax: 4557 0048  
[hanskjaer@juice.dk](mailto:hanskjaer@juice.dk)  
(fruit juices, concentrates and  
pulp, frozen fruits)

### **Government offices, other organizations and associations, etc.**

#### **Det Økologiske Fødevareråd**

(The Organic Foods Council)  
Strukturdirektoratet  
Toldbodgade 29  
DK-1253 Copenhagen K  
Tel: 3363 7300  
Fax: 3363 7333

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **Landsforeningen Økologisk**

### **Jordbrug (LØJ)**

(The Danish Association for Organic Farming)

Økologiens Hus  
Frederiksgade 72  
DK-8000 Århus C  
Tel: 8732 2700  
Fax: 8732 2710

[www.okologiens-hus.dk](http://www.okologiens-hus.dk)

### **Økologisk Landscenter (ØLC)**

(The Organic Service Center)

Økologiens Hus  
Frederiksgade 72  
DK-8000 Århus C  
Tel: 8732 2700  
Fax: 8732 2710

[www.okologiens-hus.dk](http://www.okologiens-hus.dk)

[www.organic-export.dk](http://www.organic-export.dk)

### **Øgruppen**

(Danish Organic Trade Association)

Økologiens Hus  
Frederiksgade 72  
DK-8000 Århus C  
Tel: 8732 2725 and 4015 0766  
Fax: 8732 2710

[Ebo@okologiens-hus.dk](mailto:Ebo@okologiens-hus.dk)

### **Demeterforbundet**

(The Demeter Association)

Birkum Bygade 20  
DK-5220 Odense SØ  
Tel: 6597 3050  
Fax: 6597 3250

### **Økologiens Hus**

Frederiksgade 72  
DK-8000 Århus C  
Tel: 8619 9445

[biodynamisk@mail.tele.dk](mailto:biodynamisk@mail.tele.dk)

[www.ecoweb.dk/biodyn/](http://www.ecoweb.dk/biodyn/)

### **Danish Veterinary and Food**

#### **Administration**

Mørkhøj Bygade 19  
DK-2860 Søborg  
Tel: 3395 6000  
Fax: 3395 6001

[info@vfd.dk](mailto:info@vfd.dk)

[www.vfd.dk](http://www.vfd.dk)

(Administers organic production rules on labelling and inspection)

### **The Plant Directorate**

Skovbrynet 20  
DK-2800 Lyngby  
Tel: 4526 3600  
Fax: 4526 3610

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

[pdir@pdir.dk](mailto:pdir@pdir.dk)  
[www.pdir.dk](http://www.pdir.dk)

---

## ESTADOS UNIDOS

### Referencias

*American Business Lists*, American Business Information, Inc., 5711 S. 86<sup>th</sup>. Circle, Omaha, Nebraska, 68127, Tel: 402-592-9000, Fax: 402-331-1505  
*Briefing report on Organic farming and marketing*, December 2000, USDA, Economic Research Service, Web: [www.usda.gov](http://www.usda.gov)  
*Consolidation in Food Retailing, Prospects for Consumers & Grocery Suppliers*, USDA/Economic Research Service, Web: [www.usda.gov](http://www.usda.gov)  
*Food and Beverage Market Place*, Grey House Publishing, Pocket Knife Square, Lakeville, CT 06039, [www.greyhouse.com](http://www.greyhouse.com), Tel: 860-435-0868, Fax: 860-435-3004  
*Foreign Agricultural Trade of the US Database*, USDA, Economic Research Service, Web: [www.usda.gov](http://www.usda.gov)  
*Fresh Trends, 2001 Profile of the Fresh Produce Consumer*, The Packer, Vance Publishing Corp., 10901 W. 84<sup>th</sup>. Terr., Lenexa, KS 66214-1631, Tel: 913-438-8700  
*International Convention & Exposition Directory*, October, 2000, Fresh produce Marketing Association (PMA), PO Box 6036, Newark, Delaware, 17414-6036, Tel: 302-738-7100, Fax: 302-731-2409, Web: [www.pma.com](http://www.pma.com)  
*Natural Foods Merchandiser*, June 2000, New Hope Natural Media, 1401 Pearl Street, Boulder, Colorado 80302, Tel: 303-998-9126, [customerservice@newhope.com](mailto:customerservice@newhope.com), Web: [www.newhope.com](http://www.newhope.com)  
*National Organic Directory*, 2000, Community Alliance with Family Farmers, PO Box 363, Davis, CA 95617-0363, Tel: 530-756-8518, Fax: 530-756-7857, Email: [caff@caff.org](mailto:caff@caff.org); Web: [www.caff.org](http://www.caff.org)  
*2000 Fresh produce Availability and Merchandising Guide*, The Packer, Vance Publishing Corp., 10901 W. 84<sup>th</sup>. Terr., Lenexa, KS 66214-1631, Tel: 913-438-8700  
*Understanding the Dynamics of Fresh produce Markets*, August 2000, USDA, Economic Research Service, Web: [www.usda.gov](http://www.usda.gov)

### Annex I

#### Selected addresses

#### Organic fresh produce importer/distributors

##### **Albert's Organics**

1330 East, 6th. Street  
Los Angeles, CA 90021  
Tel: 213-891-1310  
Fax: 213-891-9291  
[www.albertsorganics.com](http://www.albertsorganics.com)  
Leading wholesale distributor of organic fresh produce with warehouses in Los Angeles, New Jersey, Colorado and Florida

##### **Beta Pure Foods**

335 Spreckels Drive Ste. D  
Aptos, CA 95003  
Tel: 831-685-6565  
Fax: 831-685-6569  
[Morr@betapure.com](mailto:Morr@betapure.com)  
[www.betapure.com](http://www.betapure.com)

Supplies ingredients to natural foods industry

##### **Bocchi Americas, Inc.**

1113 Admiral Peary Way, Navy

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Yard, Philadelphia, PA 19112

Tel: 215-462-7540

Fax: 215-462-7542

[Bam@bocchiamericas.com](mailto:Bam@bocchiamericas.com)

**Boulder Fruit Express, Inc.**

340 South Taylor Ave.

Louisville, CO 80027

Tel: 303-666-4242

Fax: 303-666-0323

[www.boulderfruit.com](http://www.boulderfruit.com)

Promotes and distributes organic perishables through the Rocky Mountains and Midwest.

**Frank Capurra & Son**

2250 Salinas Road, PO Box 410

Moss Landing, CA 92039

Tel: 931-728-1767

Fax: 831-728-4807

**CF Fresh/Rootabaga Enterprises**

PO Box 665

Sedro-Woolley, WA 98284

Tel: 530-676-9147

Fax: 530-676-9148

[deidre@directcon.net](mailto:deidre@directcon.net)

Represents organic fruit and vegetables growers world-wide

**Charlie's Fresh produce**

PO Box 24606

Seattle, CA 98124

Tel: 206-625-1412

Fax: 206-682-4331

Importer, warehouse of specialty organic fresh produce

**C.H. Robinson Company**

8100 Mitchell Rd, Ste 9000

Eden Prairie, MN 55344

Tel: 952-937-8500

Fax: 952-937-7703

[Sheila.tanquist@chrobinson.com](mailto:Sheila.tanquist@chrobinson.com)

[www.chrobinson.com](http://www.chrobinson.com)

**Cris-P Fresh produce Co., Inc.**

2811-2 North Palenque Ave.

PO Box 7348

Nogales, AZ 85628

Tel: 520-281-9233

Fax: 520-281-4699

**Crown Pacific International, LLC**

PO BOX 11360

Hilo, HI 96721

Tel: 808-966-4348

Fax: 808-966-4167

[crown\\_pacific@yahoo.com](mailto:crown_pacific@yahoo.com)

**Demel Enterprises, Inc.**

10980 Northpoint Drive

Athens, OH 45701

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel: 740-592-5800

Fax: 740-593-5900

Importing organic herbs, spices,  
medicinal roots and teas

**Dunn Natural Products L.C.**

4734 Sergeant Rd.

Waterloo, IA 50701

Tel: 319-233-5504

Fax: 319-233-9452

Imports and distributes organic  
fresh produce

**Farmers Fruit Express**

PO Box 73, Leggett, CA 95585

Tel: 707-925-6453

Fax: 707-925-6454

[ffx@humbolt.net](mailto:ffx@humbolt.net)

Specializes in organic fresh  
produce

**ForesTrade, Inc.**

36 Park Place, Ste. 200

Brattleboro, VT 05301

Tel: 802-257-9157

Fax: 802-257-7619

[ftrade@sover.net](mailto:ftrade@sover.net)

Importer of organic spices and  
essential oils

**Frieda's Inc.**

4465 Corporate Center Drive

Los Alamitos, CA 90720-2561

Tel: 714-826-6100

Fax: 714-816-0273

[friedas@aol.com](mailto:friedas@aol.com)

[www.friedas.com](http://www.friedas.com)

**Garden State Farms**

3655 South Lawrence Street

Philadelphia, PA 191148-5610

Tel: 215-463-8000

Fax: 215-467-1144

[www.procaccibrossalescorp.com](http://www.procaccibrossalescorp.com)

**Global Berry Farms**

2241 Trade Center Way, Ste A

Naples, FL 34109

Tel: 941-591-1664

Fax: 941-591-8133

[mklackle@blueberries.com](mailto:mklackle@blueberries.com)

**Jonathans Organics**

170 Middleboro Road

East Freetwon, MA 02717

Tel: 508-763-5505

Fax: 508-763-2334

[Jonathan@capecod.net](mailto:Jonathan@capecod.net)

Importer and distributor of full line  
of organic fruits and vegetables

**J & J Distributing**

653 Rice Street

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Saint Paul, MN 55103

Tel: 651-221-0560

Fax: 651-221-0570

[Kevinh@jdst.com](mailto:Kevinh@jdst.com)

[www.jdst.com](http://www.jdst.com)

Importer and wholesaler

**JBJ Distributing**

PO Box 1287

Fullerton, CA 92831

Tel: 714-992-4920

Fax: 714-992-0433

Broker/distributor of organic and  
conventional fruit and vegetables

**Maui Fresh International**

391 Taylor Blvd Ste 105

Pleasant Hill, CA 4523

Tel: 925-676-6284

Fax: 925-676-6339

[mike@mfresh.com](mailto:mike@mfresh.com)

**Melissa's**

5325 S. Soto St.

Los Angeles, CA 90021

Tel: 800-468-7111

Fax: 323-588-2242

[hotline@melissas.com](mailto:hotline@melissas.com)

[www.melissas.com](http://www.melissas.com)

**New World Marketing dba:**

**Made in Nature Fresh**

2902 East La Palma Ave.

Anaheim, CA 92806

Tel: 714-632-0300

Fax: 714-632-0345

[garffH@newworldmktg.com](mailto:garffH@newworldmktg.com)

Importer/distributor of organic  
fresh produce

**Northbest Natural Products**

PO Box 1976

Vashon, WA 98070

Tel: 206-463-4000

Fax: 206-463-4001

[Info@northbest.com](mailto:Info@northbest.com)

Importer and warehouse of organic  
products

**Oneonta**

One Oneonta Way

Wenatchee, WA 98807

Tel: 509-663-2631

Fax: 509-663-6333

[scottm@oneonta.com](mailto:scottm@oneonta.com)

[www.oneonta.com](http://www.oneonta.com)

**Oregon Organic Marketing, Inc.**

358 West 8<sup>th</sup>. Avenue

Eugene, OR 97401

Tel: 541-687-9535

Fax: 541-687-9536

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

[Hollyh@oregonorganic.com](mailto:Hollyh@oregonorganic.com)

[www.oregonorganic.com](http://www.oregonorganic.com)

Specializes in organic fruits and vegetables

**Pacific Organic Fresh Produce**

1311 Sutter Street Ste. 203

San Francisco, CA 94109

Tel: 415-673-5555

Fax: 415-673-5585

[Steve@pacorg.com](mailto:Steve@pacorg.com)

[www.pacorg.com](http://www.pacorg.com)

Importer and representative of organic growers and packers in US and South America

**Procacci Brothers Sales Corp.**

3655 S. Lawrence Street

Philadelphia, PA 19148-5610

Tel: 215-463-8000

Fax: 215-467-1144

[www.procaccibrossalescorp.com](http://www.procaccibrossalescorp.com)

**RLB Food Distributors**

2 Dedrick Place, CN 2285

West Caldwell, NJ 07007

Tel: 973-575-9526

Fax: 973-575-4811

[Rlb@rlbfood.com](mailto:Rlb@rlbfood.com)

[www.rlbfood.com](http://www.rlbfood.com)

Supplies full line of conventional and organic fruits and vegetables

**Sutherland Fresh Produce Sales, Inc.**

11651 Shadow Glen Road

Al Cajon, CA 92020

Tel: 619-588-9911

Fax: 619-588-9595

Broker of organic fresh produce from grower to distributor

**United Apple Sales, Inc.**

12 S. Putt Corners Road

New Paltz, NY 12561-1602

Tel: 845-256-1500

Fax: 845-256-9550

[www.unitedapplesales.com](http://www.unitedapplesales.com)

**Valley Center Packing Co. Inc.**

28425 South Cole Grade Road

Mail: PO Box 1920

Valley Center, CA 92082

Tel: 460-749-5464

Fax: 760-749-2898

[vcp@tfb.com](mailto:vcp@tfb.com)

Importer and packer of organic citrus, avocados and seasonal exotics

**Veritable Vegetables**

1100 Cesar Chavez Street

San Francisco, CA 94124

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel: 415-641-3500

Fax: 415-641-3505

[Ksalinger@vertablevegetables.com](mailto:Ksalinger@vertablevegetables.com)

Importer wholesaler of organic  
fresh produce

### **Best Fresh produce Inc.**

220 Food Centre Drive

Bronx, NY 10474

Tel: 718-617 8300 ext. 243&227

Fax: 718-991 9748

[markhill@orderfresh\\_produce.com](mailto:markhill@orderfresh_produce.com)

[www.orderfresh\\_produce.com](http://www.orderfresh_produce.com)

### **Del Cabo**

2450 Stage Road

Pescadero, CA 94060

Tel: 415-879-0580

Fax: 415-879-0930

Importer/wholesaler/distributor

### **Industry Associations**

#### **Fresh Produce Marketing Association (PMA)**

1500 Casho Mill Road

Newark, Delaware, 19711

Tel: 302-738-7100

Fax: 302-731-2409

[webmaster@mail.pma.com](mailto:webmaster@mail.pma.com)

[www.pma.com](http://www.pma.com)

Trade association for fresh  
produce industry

#### **Organic Trade Association (OTA)**

PO Box 547

Greenfield, MA 01302

Tel: 413-774-7511

Fax: 413-774-6432

[info@ota.com](mailto:info@ota.com)

[www.ota.com](http://www.ota.com)

### **Trade Publications**

#### **The Packer**

Vance Publishing Corporation

PO Box 2939

Overland Park, Kansas 66202

Tel: 913-451-2200

Fax: 913-451-5821

Weekly newspaper on fresh  
produce industry

#### **Natural Foods Merchandiser**

New Hope Natural Media

1401 Pearl St.

Boulder, Colorado 80302

303-939-8440

[customerservice@newhope.com](mailto:customerservice@newhope.com)

[www.newhope.com](http://www.newhope.com)

Monthly magazine for the natural  
and organic products industry and  
organizer of Expo East and Expo

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

West, major trade shows for  
natural products industry

### **Produce Business News**

Phoenix Media Network, Inc.

PO Box 810425

Boca Raton, FL 334821-0425

Tel: 561-447-0810

Fax: 561-368-9125

Monthly magazine servicing fruit,  
vegetable and floral industry.

### **Natural Business Communications**

PO Box 7370

Boulder, Colorado 80306

Tel: 303-442-8983

Fax: 303-440-7741

[info@naturalbusiness.com](mailto:info@naturalbusiness.com)

[www.naturalbusiness.com](http://www.naturalbusiness.com)

[www.lohasjournal.com](http://www.lohasjournal.com)

Monthly magazine on business,  
financial and investment news on  
natural and organic products  
industry

### **Selected certification bodies**

#### **California Certified Organic Farmers (CCOF)**

Contact Sue Teneyck

1115 Mission Street

Santa Cruz, CA 95060

Tel: 831-423-2263

Fax: 831-423-4528

[www.ccof.org](http://www.ccof.org)

#### **Farm Verified Organic**

Contact: Annie Kirschenmann

5449 45th Street SE

Medina, ND 58467

Tel: 701-486-3578

Fax: 701-486-3580

[FVOINTL@aol.com](mailto:FVOINTL@aol.com)

#### **Florida Certified Organic Growers & Consumers, Inc.**

Contact: Marty Mesh

PO Box 12311

Gainesville, Florida 32604

Tel: 352- 377- 6345

Fax: 352- 377-8363

[fogoffice@aol.com](mailto:fogoffice@aol.com)

[www.foginfo.org](http://www.foginfo.org)

#### **Global Organic Alliance, Inc.**

Contact: Betty Kananen

3185 TWP Road 179

PO Box 530

Bellefontaine, Ohio 43311

Tel: 937- 593-1232

Fax: 937- 593-9507

[kananen@logan.net](mailto:kananen@logan.net)

#### **Organic Crop Improvement Association (OCIA)**

Contact: Diane Bowen

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

1001 Y Street, Suite B  
Lincoln, Nebraska 68508-1172

Tel: 402-477-2323

Fax: 402-477-4325

[info@ocia.org](mailto:info@ocia.org)

[www.ocia.org](http://www.ocia.org)

### **Organic Growers and Buyers Association (OGBA)**

Contact: Sue Cristan

8525 Edinbrook Crossing, Ste 3

Brooklyn Park, MN 55443

Tel: 763-424-2450 or 800-677-6422

Fax: 763-315-2733

[ogba@goldengate.net](mailto:ogba@goldengate.net)

[www.ogba.org](http://www.ogba.org)

### **Oregon Tilth Certified Organic**

Contact: Pete Gonzalves

1800 Hawthorn NE - Suite 200

Salem, Oregon 97303

Tel: 503- 378-0690

Fax: 503- 378-0809

<http://www.tilth.org>

[organic@tilth.org](mailto:organic@tilth.org)

### **Quality Assurance International (QAI)**

Contact: Marian Casazza

12526 High Bluff Dr, Suite 300

San Diego, CA 92130

Tel: 858-792-3531

Fax: 858-792-8665

[qai@qai-inc.com](mailto:qai@qai-inc.com)

[www.qai-inc.com](http://www.qai-inc.com)

### **Washington State Department of Agriculture**

Contact: Miles McEvoy

PO Box 42560

Olympia, Washington 98504-2560

Tel: 360-902-1877

360-902-2087

[mmcevoy@agr.wa.gov](mailto:mmcevoy@agr.wa.gov)

## FRANCIA

### Annex I

#### Addresses of organizations in the organic sector

#### **AFAQ-ASCERT-INTERNATIONAL**

Certification body

116, avenue Aristide Briand

92225 BAGNEUX

Tel: +33 1 46 15 70 68

Fax: +33 1 46 15 70 69.

#### **BIOCONVERGENCE**

Umbrella organization for  
processors and traders

16, rue Claude Bernard

75321 PARIS Cedex 05

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel: +33 1 44 08 72 99  
Fax: +33 1 44 08 17 00  
[mcm.bioconvergence@wanadoo.fr](mailto:mcm.bioconvergence@wanadoo.fr)

### **BIOCOOP**

Consulting Firm  
17 rue Théophile Gautier  
65000 TARBES

Tel: +33 1 44 07 72 99  
Fax: + 33 1 44 08 17 00

### **CREDOC - Centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie**

Research Centre for the Study  
and Observation of Living  
Conditions

142 rue du Chevaleret  
75013 PARIS

Tel: +33 1 40 77 85 61  
Fax: + 1 40 77 85 09

### **DEMETER France**

Association (farmers, processors,  
traders, consumers)  
B.P. 286

67606 SLESTAT Cedex

Tel: +33 3 88 82 88 78  
Fax: +33 3 88 82 88 78

### **ECOCERT**

Certification body  
B.P. 47

32600 L'ISLE JOURDAN

Tel: +33 5 62 07 34 24  
Fax: +33 5 62 07 11 67

[info@ecocert.fr](mailto:info@ecocert.fr)

<http://www.ecocert.fr> (under construction)

### **Fédération Française de la Diététique**

French Dietetic Federation:  
federation of several professional  
unions organizing the  
DIETEXPO trade show in Paris

14 terrasse Bellini

92807 PUTEAUX

Tel: +33 1 47 75 03 09  
Fax: +33 1 47 55 03 09

### **Ministère de l'Agriculture et de la Pêche**

Ministry of Agriculture and  
Fisheries

30 rue Las Cases

775340 PARIS Cedex 07

Tel: +33 1 49 55 57 03  
Fax: +33 1 49 55 56 01

Web: [www.agriculture.gouv.fr](http://www.agriculture.gouv.fr)

### **Direction Générale de l'alimentation**

Bureau des labels et des  
certifications de produits

175, rue du Chevaleret  
75646 PARIS Cedex 13

Tel: +33 1 49 55 80 03

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Direction des Politiques Economique et Internationale**

Bureau des signes de qualité et de  
l'agriculture biologique  
3, rue Barbet de Jouy  
75349 PARIS SP 07

Tel: +33 1 49 55 59 02  
Fax: +33 1 49 55 57 85  
Contact: Frédéric UHL

### **Service des Nouvelles des marchés/Centre de Perpignan**

Avenue de Milan  
66000 PERPIGNAN

Tel: +33 4 68 56 50 60  
Fax: +33 4 68 56 64 50

[perpignan-snm@wanadoo.fr](mailto:perpignan-snm@wanadoo.fr)

[www.snm.agriculture.gouv.fr](http://www.snm.agriculture.gouv.fr)

### **Mouvement de Culture Bio-Dynamique (DEMETER)**

Group of professionals and  
consumers involved in organics

5, Place de la Gare  
68000 COLMAR

Tel: +33 3 89 24 36 41

### **QUALITE FRANCE**

Certification body

18, rue Volney  
75002 PARIS

Tel: +33 1 42 61 58 23

### **Observatoire National de l'Agriculture Biologique (ONAB)**

APCA

Sous- Direction des Politiques  
Agricoles et Rurales (SDPAR)

9, avenue George V  
75008 PARIS

Tel: +33 1 53 57 11 58  
Fax: +33 1 53 57 10 05

Contact: Guillaume  
QUEGUINER

### **QUALITE Nord - Pas De Calais**

Certification body

241-1, avenue de la République  
59110 LA MADELEINE

Tel: +33 3 28 38 94 81  
Fax: +33 3 28 38 90 87

### **USALE**

Certification body

Place du Champs de Mars  
26270 LORIOLE SUR DRÔME

Tel: +33 4 75 61 13 00  
Fax: +33 4 75 85 62 12.

### **ETRAB - Syndicat Europeen des transformateurs et distributeurs de l'agriculture biologiques**

European professional union of  
processors and distributors of  
organic food

40 av. des Terroirs de France,  
75 611 PARIS cedex 12.

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel.: +33 1 44 74 53 56

Fax: +33 1 44 74 52 76

<http://www.setrabio.com/setrab/default.htm>

### **Synadis - Syndicat National des Distributeurs spécialisés de produits Biologiques et Diététiques**

Union of distributors involved in organics

62, rue Fonneuve

33500 LIBOURNE

Tel: +33 5 57 25 38 14

Fax: +33 5 57 51 47 17

### **Importers/Distributors/Wholesalers**

#### **Agrexco France Sarl**

16 rue du Séminaire

PO Box 312

94153 RUNGIS Cedex

Tel: +33 1 41 80 82 82

Fax: +33 1 46 86 99 59

(Importer, organic products from Israel)

#### **AgroBioDrom**

Quartier Saint Martin

26270 Loriol

Tel: 33 4 75 63 86 00

Fax: 33 4 75 63 86 01

[agrobiodrom@wanadoo.fr](mailto:agrobiodrom@wanadoo.fr)

#### **Alterbio France Sarl**

5 rue Levasseur

ZI Saint Charles

66000 PERPIGNAN

Tel: +33 4 68 68 38 38

Fax: +33 4 68 68 38 29

accueil: [info@alterbio.com](mailto:info@alterbio.com)

Service commercial:

[altervente@alterbio.com](mailto:altervente@alterbio.com)

Service communication:

[altercomm@alterbio.com](mailto:altercomm@alterbio.com)

<http://www.alterbio.com>

(Producer, importer)

#### **Arcada**

Domaine du Blazy

47130 PORT SAINTE MARIE

Tel: +33 5 53 87 20 24

Fax: +33 5 53 87 26 18

[arcada@ins.France.com](mailto:arcada@ins.France.com)

(Importer-distributor, packer)

Contact: Mr Roland Charade

#### **BioCash Distribution**

281 avenue du Marché de la Gare

MIN Espace n.13

34047 Montpellier

Tel: 33 4 67 58 68 58

Fax: 33 4 67 58 59 70

(Import, wholesale)

#### **Bioprim**

530 Av de Milan

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

ZI du Grand SaintCharles  
66000 PERPIGNAN  
Tel: +33 4 68 54 79 79  
Fax: +33 4 68 54 57 68  
[contact@bioprim.com](mailto:contact@bioprim.com)

(Importer, packer and wholesaler)

### **Bonneterre (Group Distriborg)**

1 place des Planteurs  
94538 RUNGIS Cedex  
Tel: +33 1 49 78 25 00  
Fax: +33 1 46 87 91 68  
[montagu@bonneterre.fr](mailto:montagu@bonneterre.fr)

(Import, Distribution)

Contact: Eugenie Nurit

### **Dynamis France**

54 avenue de la Villette  
94637 RUNGIS Cedex  
Tel: +33 1 45 60 43 44  
Fax: +33 1 46 87 44 05  
[dynamis@wanadoo.fr](mailto:dynamis@wanadoo.fr)

Contact: Mr Markus Zeiher

(Import, Export)

### **Exodom**

28 bd Jules Carteret  
Lyon 6907  
PO Box 7025

69348 LYON Cedex 07  
Tel: +33 4 37 28 73 50

Fax: +33 4 37 28 73 54

[EXO-DOM@wanadoo.fr](mailto:EXO-DOM@wanadoo.fr)

<http://exodom.com>

Contact: Mr Jean-Pierre Imele

(Import, Export)

### **FRDP**

Clos de Capely, les Valayans  
84210 Pernes les Fontaines  
Tel: 33 4 90 12 10 00

Fax: 33 4 90 12 10 09

Contact: Mr Montluçon

(Import, distribution)

### **IMAGO TUTTI VERDI**

Marché Saint Charles  
PO Box 5129

66031 PERPIGNAN

Tel: +33 4 68 68 40 40

Fax: +33 4 48 68 40 48

[imago1@wanadoo.fr](mailto:imago1@wanadoo.fr)

(Importer)

Contact: Mr Garcia

### **Pronatura**

MIN 68

PO Box 70

84953 CAVAILLON Cedex

Tel: +33 4 90 78 73 04

Fax: +33 4 90 78 73 14

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

[patrice@pronatura.com](mailto:patrice@pronatura.com)

<http://www.pronatura.com>

(Importer and trader)

Contact: Patrice Brechette

### **Richard de Nyons**

40, avenue des terroirs de France

75012 Paris

Tel: 33 1 44 74 54 97

Fax: 33 1 44 74 51 53

[rdn@club-internet.fr](mailto:rdn@club-internet.fr)

### **UNI-VERT**

Route de Bellegarde

30129 MANDUEL

Tel: +33 4 66 20 75 25

Fax: +33 4 66 20 75 26

[uni-vert@uni-vert.com](mailto:uni-vert@uni-vert.com)

Contact: Mme Sophie or Mr Hans

(Producer, importer)

### **ViaBio**

21, rue des Iscles

BP 15 13834 Chateaurenard

Cedex

Tel: 33 4 90 94 12 00

Fax: 33 4 90 94 02 68

E-mail: [viabio@viabio.com](mailto:viabio@viabio.com)

### **Hypermarket/supermarket chains selling organic produce**

#### **Auchan**

200 rue de la Recherche

59656 VILLENEUVE-D'ASCQ

Cedex

Tel: +33 3 20 67 55 78

Fax: +33 3 28 37 61 39

E-mail: [pfrisch@auchan.com](mailto:pfrisch@auchan.com)

#### **Carrefour**

PO Box 75

Zae de Saint Guénault

1 rue Jean Mermoz

91002 EVRY Cedex

Tel: +33 1 60 91 37 37

Fax: +33 1 60 79 44 98

#### **Centre Leclerc**

149 rue Saint Honoré

75001 PARIS

Tel: +33 1 46 62 52 00

Fax: +33 1 46 62 96 00

#### **Cora/Loceda Hyperselection**

PO Box 81

Domaine de Beauboug

77183 CROISSY-SUR-

BEAUBOURG

Tel: +33 1 64 62 65 00

Fax: +33 1 64 80 40 51

#### **Monoprix SA**

3 rue Paul Cézanne

75008 PARIS

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel: +33 1 40 75 15 15

Fax: +33 1 40 75 15 16

## **Specialized retail chains for organic products**

### **Aux Rayons Verts**

(60 shops)

41 rue Léon Blum

ZA La Neuville

51100 REIMS

Tel: +33 3 26 87 22 90

Fax: +33 3 26 04 88 79

### **Biocash Distribution**

(Central Buying)

281 avenue du Marché Gare

MIN Espace No 13

34047 MONTPELLIER Cedex 1

Tel: +33 4 67 58 68 58

Fax: +33 4 67 58 59 70

### **Biocoop**

(180 shops)

22 cours Gambetta

65000 TARBES

Tel: +33 5 62 34 10 37

Fax: +33 5 62 44 15 96

<http://www.globenet.org/adome/Obioccop.html>

### **La Vie Claire**

(Group Distriborg - 120 shops)

35 avenue du 1er mai

91127 PALAISEAU Cedex

Tel: +33 1 64 53 83 00

Fax: +33 1 64 53 83 01

## **HOLANDA**

### **Annex**

#### **Contact details**

#### **ZANN Bio-Center**

Director: W. Rog

Marconistraat 1-11,

NL-3029 AE Rotterdam

Tel: +31-10-4775688

Fax: +31-10-4775070

#### **EOSTA International**

Director: V. Engelsman

P.O. Box 132

NL-3980 CC Bunnik

Tel: +31-30-6566000

Fax: +31-30-6566040

[info@eosta.com](mailto:info@eosta.com)

#### **Odin International BV**

Director: K. Bakker

Postbus 225

4190 CE Geldermalsen

Tel: +31-345-577133

Fax: +31-345-576848

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Trabana BV**

Director: B. Schneiders  
Latexweg 12  
1047 BJ Amsterdam  
Tel: (31) - 20 407 4455/33  
Fax: (31) - 2- 497 2990  
[bas@tradinorganic.com](mailto:bas@tradinorganic.com)

### **Udea BV**

Vluchtoord 41  
5406 XP Uden  
Tel.: +31 413 256700  
Fax: +31 0413 256156  
<http://www.udea.com>

### **The Greenery International**

Ben Linthorst  
Postbus 79  
2990 AB Barendrecht  
Tel: (31) 180 - 655140  
Fax: (31) 180 - 655201

### **Nautilus Coöperatie**

Henk Leenstra  
Bronsweg 22  
NL-8222 RB Lelystad  
Tel: +31-320-237000  
Fax: +31-320-280155  
Agr. Production

### **Coöperatie Biofruit**

Harmen Peters  
Eltenseweg 1,  
NL - 6915 KA Lobith  
Tel: +31-316-542042  
Fax: +31-316-542327  
Activities: marketing association for fruit

### **Products Manager Organics**

Albert Heijn  
Ms. L. van Gast,  
Provincialeweg 11  
Postbus 3000, 1500 HA  
Zaandam  
Tel: +31-75-6592218  
Fax: +31-75-6598644  
[leontine.gast@corp.ah.nl](mailto:leontine.gast@corp.ah.nl)

### **De Nieuwe Weme BV**

Postbus 90  
8440 AB Heerenveen  
Tel: +31-513-630333  
Fax: +31-513-650170  
Retailer

### **Konmar BV**

De Werf 13  
2544 EH Den Haag  
Tel: +31-70-3215121  
Fax: +31-70-3291174  
Retailer

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **NWO (De Natuurwinkel/Gimsel/De Groene Winkel)**

Mr. Hartveld  
Postbus 193  
3840 AD Harderwijk  
Tel: +31-341-464211  
Fax: +31-341-464204

### **De Groene Passage (Gimsel),**

Mariniersweg 1-31,  
3011 NB Rotterdam  
Tel: 31 - 1- 233 1933

### **Organizations in the organic sector**

#### **Platform Biologica**

Postbus 12048, 3501 AA  
Utrecht  
Tel: +31-30-2300713  
Fax: +31-30-2304423  
[biologic@xs4all.nl](mailto:biologic@xs4all.nl)  
[www.platfombiologica.nl](http://www.platfombiologica.nl)

Umbrella association for  
organic sector

#### **LBI-Louis Bolk Instituut**

E.T. Lammerts van Bueren  
Hoofdstraat 24  
NL-3972 LA Driebergen  
Tel: +31-343-517814  
Fax: +31-343-515611  
[louis.bolk@pobox.accu.uu.nl](mailto:louis.bolk@pobox.accu.uu.nl)

#### **Landelijk Platform Biologische Boeren markten**

Jeep ter Heiden  
Postbus 353,  
NL - 1900 Castricum  
Tel: +31-251-67 15 07

Association for organic farmers markets

#### **VBP Vereniging biologische producenten**

Edisonstraat 26,  
NL - 3817 VN Amersfoort  
Tel: +31-33-4617734

Association of organic producers

#### **National authorities regulating labeling and importation of organic foods**

#### **Ministry of Agriculture LASER**

P.O. Box 965  
6040 AZ Roermond  
Tel: +31-475-355555  
Fax: +31-475-318939

#### **CBI - Centre for the Promotion of**

#### **Imports from developing countries**

WTC Beursbuilding, 5th floor  
Postbus 30009  
3001 DA Rotterdam  
Tel: +31-10-2013434  
Fax: +31-10-4114081

#### **Skal**

P.O. Box 384,  
NL-8000 AJ Zwolle

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel: +31-38-4268181

Fax: +31-38-4213063

[info@skal.com](mailto:info@skal.com)

[www.skal.com](http://www.skal.com)

Inspection, Certification

### **LEI-DLO**

Agricultural Economics

Research Institute

Postbus 29703

2502 LS The Hague

Tel: +31-70-3308341

Fax: +31-70-3615624

[m.j.g.meeuwsen-vanonna@lei.wag-ur.nl](mailto:m.j.g.meeuwsen-vanonna@lei.wag-ur.nl)

### **Wageningen University, Department of Ecological Agriculture and Society**

Prof. Dr. E.A. Goewie

Haarweg 333, NL - 6709

RZ Wageningen

Tel: +31-317-484448

[Francien.deJonge@eas.dpw.wag-ur.nl](mailto:Francien.deJonge@eas.dpw.wag-ur.nl)

<http://www.dpw.wageningen-ur.nl/eas/>

### **Rabobank Utrecht**

Stafgroep Duurzame

ontwikkeling

Mr. Krouwel

Director Sustainable

Developments

P.O. Box 17100

3500 HG Utrecht

Tel: 31 - 30 - 216 3524

Secretary: Ms. Heuvel

[n.t.m.heuvel@rn.rabobank.nl](mailto:n.t.m.heuvel@rn.rabobank.nl)

### **American Embassy**

Philip A. Letarte

Agricultural Counselor

Lange Voorhout 102

2514 EJ The Hague

Tel: (31) - 70 - 310 92 99

Fax: (31) - 70 - 365 7681

### **Ministry of Agriculture, Nature**

Management and Fisheries (LNV)

Bezuidenhoutseweg 73

2594 AC Den Haag

Paul Davina: 070 - 378

5507

Gabrielle Nuytens: 070 -

378 4665

### **Productboard for Horticulture**

Mr. Wilco van den Berg

Louis Pasteurlaan 6

2700 AG Zoetermeer

Tel: 079 - 347 07 07

Fax: 079 - 347 04 04

[w.vandenberg@tuinbouw.nl](mailto:w.vandenberg@tuinbouw.nl)

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## ITALIA

### Annex I

#### List of major current or potential importers

##### Wholesalers

###### **Adria Fruit**

Piazza Rossetti 2/8  
16129 Genova  
phone ++39 010 5767229  
fax ++39 010 5767249  
E-mail: [info@adriafruit.it](mailto:info@adriafruit.it)  
Bananas

###### **Apofruit Scarl**

Via Ravennate 1345  
47023 CESENA (FO)  
phone ++39 0547 643111  
fax ++39 0547 643166  
E-mail: [info@apofruit.it](mailto:info@apofruit.it)  
Web: <http://www.apofruit.it>

###### **Baule Voiante SRL**

Via Mattei 48/11H  
40138 BOLOGNA  
phone ++39 051 534104  
fax ++39 051 538869  
E-mail: [baule@alinet.it](mailto:baule@alinet.it)  
(only nuts, dried fruits,  
processed products)

###### **Besana SPA**

Via Ferrovia 206  
80040 SAN GENNARO  
VESUVIANO (NA)  
phone ++39-081-86.59.111  
fax 0039-081-865.76.51  
(only nuts and dried fruits)

###### **Brio SPA**

Via Manzoni 99, 37050  
Campagnola di Zevio (VR)  
phone ++39/045/8951777  
fax ++39/045/8731744  
E-mail: [brio@briospa.com](mailto:brio@briospa.com)  
Web: <http://www.briospa.com>  
(work in progress at  
02.15.2001)

###### **Ecor SPA**

Via Palù 27  
San Venedemiano TV  
phone ++39 0438 7704  
fax ++39 0438 770447  
E-mail: [info@ecor.com](mailto:info@ecor.com)

###### **Ki Group SPA**

Via Marchesi 9  
10093 COLLEGNO TO  
phone ++39-011-717.67.00  
fax ++39-011-725.983

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

E-mail: [acquisti@kigroup.com](mailto:acquisti@kigroup.com)

Web: <http://www.kigroup.com/>

(only nuts, dried fruits,  
processed products)

### **Mustiola International SRL**

Via Ravennate 801

47023 Cesena FO

phone ++39 0547 632020

fax ++39 0543 631518

E-mail:

[mustiolainternational@mbox.queen.it](mailto:mustiolainternational@mbox.queen.it)

### **Noberasco SPA**

Regione Bagnoli 5

17031 ALBENGA (SV)

phone ++39.0182-5631

fax ++39.0182.5400

(only nuts and dried fruits)

### **Organicsur**

Via Andrea Costa, 112/2

40067 RASTIGNANO (BO)

phone ++39.051.626.0361

fax ++39.051.626.5252

E-mail:

[francodepanfilis@organicsur.it](mailto:francodepanfilis@organicsur.it)

Web: [www.organisur.it](http://www.organisur.it)

### **Sweet**

Via Duchessa Isabella 6

10011 AGLIÈ (TO)

phone ++39.0124.429.011

fax ++39.0124.429.928

E-mail: [sweet@rivarolo.alpcom.it](mailto:sweet@rivarolo.alpcom.it)

(only nuts and dried fruits)

### **Veritas Biofrutta SPA**

Via San Francesco 5

36060 MAROSTICA (VI)

phone ++39.0424-471.920

fax ++39.0424.471.921

E-mail: [verybio@verybio.it](mailto:verybio@verybio.it)

### **Verona Bio Frutta Scarl**

Via dell'industria 3

37059 Zevio VR

phone ++39 045 7851701

fax ++39 045 7851576

E-mail: [veronabiofrutta@iol.it](mailto:veronabiofrutta@iol.it)

### **Processors**

#### **Abafoods SRL**

Via Ca' Mignola vecchia 1775

45021 Badia Polesine RO

phone ++39 0425 594489

fax ++39 0425 594496

E-mail: [abafoods@libero.it](mailto:abafoods@libero.it)

(needs concentrated juices)

#### **Cotrapo Scarl**

Via Trento 778-2

45024 Fiesso Umbertino RO

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

phone ++39 0425 740274  
fax ++39 0425 741322  
E-mail: [cotrapo@cotrapo.it](mailto:cotrapo@cotrapo.it)

### **Confruit**

Via Emilia Ponente 4  
48018 Faenza RA  
phone ++39 0546 623411  
fax ++39 0546 621548  
E-mail: [info@ilpuntog.it](mailto:info@ilpuntog.it)  
Web: [www.ilpuntog.it](http://www.ilpuntog.it)

### **Hans Zipperle SRL**

Via M. Valier 3  
39012 Merano BZ  
phone ++39 0473 274100  
fax ++39 0473 274222

### **Hero Italia SPA**

Via E. Fermi 6  
37135 Verona  
phone ++39 045 8097111  
fax ++39 045 8097200

### **Trade services**

#### **Biofoodtrading**

Via Moretto, 17  
25082 - BOTTICINO (BS)  
phone ++39 030.2691796  
fax 0039 030 2191026  
E-mail: [info@biofoodtrading.com](mailto:info@biofoodtrading.com)  
Web: <http://www.biofoodtrading.com>

### **Main hyper/supermarket chains selling organic produce**<sup>13</sup>

#### **Billa Italia SRL**

Via Postumia 15  
35010 CARMIGNANO DI  
BRENTA (PD)  
phone ++39.049.942.34.44  
fax ++39.049.943.02.44

#### **Conad-Conorzio Nazionale**

##### **Dettaglianti scarl**

Via Michelino 59  
40127 BOLOGNA (BO)  
phone ++39.051.508.111  
fax ++39.051.508.247-  
++39.051.508.414  
E-mail: [olg@conad.it](mailto:olg@conad.it)  
Web: [www.conad.it](http://www.conad.it)

##### **Coop Italia scrl**

Via del Lavoro 6-8  
40033 CASALECCHIODI  
RENO (BO)  
phone ++39.051.596.111  
fax ++39.051.596.304-  
++39.051.596.218  
Web: <http://www.e-coop.it>

##### **Despar Italia scrl**

Via Caldera 21  
20153 MILANO (MI)

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

phone ++39.02.409.091

fax ++39.02.409.18.177

### **Esselunga**

Via Giambologna 1

20090 LIMITO (MI)

phone ++39.02.92.367

fax ++39.02.926.72.02

### **Finiper**

Via Mameli 19

27054 MONTEBELLO

DELLA BATTAGLIA (PV)

phone ++39.0383.894.511

fax ++39.0383.592.257

### **Grandi Magazzini e Supermercati Il Gigante SPA**

Via Clerici 342

20091 BRESSO (MI)

phone ++39.02.240.42.51

fax ++39.02.26.22.43.02

### **GS SPA - Carrefour**

Via Caldera 21

20153 MILANO (MI)

phone ++39.02.48.251

fax ++39.02.482.02.325

### **PAM**

Via delle Industrie 8

30038 SPINEA (VE)

phone ++39.041.549.51.11

fax -39.041.999.393

### **Rinascente/Gruppo Auchan**

Strada 8, Palazzo N - Milanofiori

20089 ROZZANO (MI)

phone ++39.02.575.81

fax ++39.02.57.51.24.38

### **Selex CommercialeMarkant Italia SPA**

Via Cristoforo Colombo 51

20090 TREZZANOSUL

NAVIGLIO (MI)

phone ++39.02.484.571

fax ++39.02.48.45.77.00

### Annex II

#### Specialized organic retail chains

### **NATURASI SRL**

Via Mura S. Bernardino, 1

37123 VERONA (VR)

phone ++39-045-8030021

fax ++39-045-8031371

E-mail: [naturasi@naturasi.com](mailto:naturasi@naturasi.com)

Web page: [www.naturasi.com](http://www.naturasi.com)

23 points of sale

### **BOTTEGA E NATURA**

Via Crea, 10

10095 GRUGLIASCO (TO)

phone ++39-011-77708948

E-mail: [info@bottegaenatura.com](mailto:info@bottegaenatura.com)

15 points of sale

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## Annex III

### Fair trade organizations

#### **Commercio Alternativo**

Via Darsena 176/a  
44100 Ferrara (FE)  
phone ++39.0532.772.009  
fax ++39.0532.52.845

#### **CTM**

Via Macello 18  
39100 Bolzano (BZ)  
phone ++39.0471.975.333  
fax ++39.0471.977.599

#### **Equoland**

Via Pantano 5  
50013 Campi Bisenzio (FI)  
phone ++39.055.890.382  
fax ++39.055.890.266

#### **Equomercato**

Via Brighi 21  
22603 Cantù (CO)  
phone ++39.031.706.857  
fax ++39.031.711.912

#### **Macondo**

Via Giovanni da Verrazzano  
6/b  
90142 Palermo (PA)  
phone ++39.091.547.771  
fax ++39.091.541.443

#### **Ram**

Via E. Figari 76  
16032 Camogli (GE)  
phone ++39 0185.773.061  
fax ++39.0185.773.061

#### **Roba dell'altro mondo**

Via Rizzo 17  
16035 Rapallo (GE)  
phone ++39.0185.54.830  
fax ++39.0185.53.619

There are about 400 points of sale of fair trade products, linked with the above mentioned import organizations, which buy directly or by means of European partner companies. They sell only packed foods (jams, marmalades, juices, dried fruits etc.). Retail prices are usually lower than those in specialist organic shops, as they are run by volunteers.

## Annex IV

### Certification bodies and other organizations of the organic sector

#### **AIAB**

Certification body  
Strada Maggiore, 29  
40125 BOLOGNA  
phone ++39-051-272986  
fax ++39-051-232011  
E-mail: [aiab@aiab.it](mailto:aiab@aiab.it)  
Web page: [www.aiab.it](http://www.aiab.it)

#### **Ass Suolo e Salute**

Certification body  
Via Abbazia, 17

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

61032 FANO (PS)  
phone ++39-0721-830373  
fax ++39-(0)721-830373  
E-mail: [suoloesa@tin.it](mailto:suoloesa@tin.it)  
Web page: [www.suoloesalute.it](http://www.suoloesalute.it)

### **BIOAGRICOOOP**

Certification body  
Via Fucini 10  
40033 CASALECCHIODI  
RENO (BO)  
phone ++39-051-6130512  
fax ++39-(0)51-6130224  
E-mail: [bioagri@mail.asianet.it](mailto:bioagri@mail.asianet.it)  
Web: [www.bioagricoop.it](http://www.bioagricoop.it)

### **BIOS**

Certification body  
Via Monte Grappa, 7  
36063 MAROSTICA (VI)  
phone ++39-0424-471125  
fax ++39-0424-476947  
E-mail: [itbios@tin.it](mailto:itbios@tin.it)

### **CODEX**

Certification body  
Strada Naviglia, 11/A  
43100 PARMA (PR)  
phone ++39-0521-7759001  
fax ++39-0521-775900

### **CCPB**

Certification body  
Via Barozzi, 8  
40126 BOLOGNA  
phone ++39-051-254688  
fax ++39-051-254842  
E-mail: [ccpb@ccpb.it](mailto:ccpb@ccpb.it)  
Web: [www.ccpb.it](http://www.ccpb.it)

### **ECOCERT**

Certification body  
C.so delle Province, 60  
95127 CATANIA  
phone ++39-095-442746  
fax +39-095-505094  
E-mail: [ecocertitalia@ctonline.it](mailto:ecocertitalia@ctonline.it)

### **IMC**

Certification body  
Via Pisacane, 53  
60019 SENIGALLIA (AN)  
phone ++39-071-7928725  
fax ++39-071-7910043  
E-mail: [imcert@tin.it](mailto:imcert@tin.it)  
Web: <http://www.imcdotcom.com>

### **QC&I**

Certification body  
Villa Parigini, Loc. Basciano  
53035 MONTERIGGIONI (SI)  
phone ++39-0577-327234

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

fax ++39-0577-327234

E-mail: [lettera@qci.it](mailto:lettera@qci.it)

Web: [www.qci.it](http://www.qci.it)

## **GRAB-IT**

Organic Research, Market  
research

c/o DIBIAGA-University of  
Ancona

Via Breccie Bianche

60125 ANCONA (IT)

phone ++39-071-2204929

fax ++39-071-2204858

E-mail: [grabit@agrecon.unian.it](mailto:grabit@agrecon.unian.it)

## **Pinton Organic Consulting**

Organic market consultants

Via Falloppio, 5

35121 PADOVA (PD)

phone ++39-049-8764648

fax ++39-049-652664

E-mail: [r.pinton@greenplanet.it](mailto:r.pinton@greenplanet.it)

## **Associazione per l'Agricoltura Biodinamica**

Biodynamic association

Via Privata Vasto, 4

20121 MILANO (MI)

phone ++39-02-29002544

## **FIAO**

Umbrella body grouping most  
certification bodies

Via Barozzi, 8

40126 BOLOGNA

phone ++39-051-254688

fax ++39-051-254842

E-mail: [fiao@greenplanet.net](mailto:fiao@greenplanet.net)

## **IFOAM Italy Group**

Organic movement

Via dei Tigli 2

33034 FAGAGNA (UD)

phone ++39-0432.800.371

fax ++39-0432.800.371

E-mail: [cddab@iol.it](mailto:cddab@iol.it)

## **Annex V**

### **Other sources of information**

#### **a. Web sites**

**BIOFOODTRADING.COM**

As they present themselves, it is a data bank associated with a sort of virtual "blackboard" which can be looked up in Internet. One of the few gateways for the organic e-commerce in Italy, aiming to link supply and demand. On demand, Biofoodtrading can also give a practical aid during national and international negotiations thanks to:

- staff able to speak English, French, German, Spanish, Russian;
- professional staff qualified in food matters, agronomy and hygiene (with a modern analysis laboratory at your disposal);
- staff able to give legal, commercial and financial advice.

<http://www.biofoodtrading.com>

**NATURABELLA**

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

From the home page: "Naturabella is an Internet trading company focusing on the organic food and natural product sector. We are using innovative tools and exploiting the power of the Internet in order to meet the demand with the best supply available". A virtual marketplace for organic food and drinks, they have quite an extensive catalogue ranging from baby food to canned fruit and vegetables.

<http://www.naturabella.com>.

### AGRICOLTURA BIOLOGICA

One of the first born e-commerce sites, though not too rich in terms of a companies database.

However, it has a very nice look and a lot of general information is provided.

<http://www.agricolturabiologica.com>.

### BIOMARKET

Another e-commerce site, for both organic and other "green" products (eco-soaps, herbs, etc.).

<http://www.biomarket.it>

### BIONET

A Web site useful for its section on organic regulations.

<http://bionet.tbg.it:80/stbg/BioNews/news>.

### COMUNE DI TORINO - OSSERVATORIO PREZZI PRODOTTI ORTOFRUTTICOLI BIO

A site managed by Turin Municipality, with wholesale organic market prices updated to the previous month.

<http://www.comune.torino.it/mercati/listinobiologico/>

### E-BIO

This site provides weekly wholesale organic price analyses with trends. Run by Edagricole, an Italian publisher of agricultural related books and magazines (owned by the General Confederation of Italian Industry by means of Il Sole 24 Ore, the best Italian economic newspaper in circulation).

<http://www.edagricole.it/>

### CERTIFICATION BODIES

Laws and regulations, news, info (but only in Italian) are presented on the sites [www.aiab.it](http://www.aiab.it),

[www.ccpb.it](http://www.ccpb.it), [www.amab.it](http://www.amab.it), [www.suoloesalute.it](http://www.suoloesalute.it),

### **b. Directories**

#### TUTTOBIO

Now in its sixth year, it is the most complete and renown directory of organic products in Italy.

Unfortunately it is published only in Italian. It contain a list of more than 2 400 companies producing or trading in organic products, including processors and importers. It also has some useful informative sections, mainly for the consumer. It is published by Distilleria EcoEditoria, which also publishes a bi-monthly fax newsletter as well as a general information Web site.

<http://www.biobank.it>

#### BIOPUGLIA

A very complete site managed by IAM-CIHEAM with a lot of information on the organic market and a lot of documents, academic literature and an R&D database.

<http://www.biopuglia.iamb.it/>

## JAPÓN

The Organic Standard, *Japanese organic rules and implementation*, May, 2001

<http://www.organicstandard.com>

### **Web pages**

<http://www.embargentina.or.jp>

<http://www.maff.go.jp>

<http://www.pure-foods.co.jp/index2.html>

### **Annex I**

#### **JAS Regulations**

*The Law Concerning Standardisation and Proper Labeling of Agricultural and Forestry Products (July 1999).*

*Japanese Agricultural Standard of Organic Agricultural Product Processed Foods (January 2000).*

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

*Japanese Agricultural Standard of Organic Agricultural Products (MAFF Notification No.59, January 2000).*

*Technical Criteria of Certification of Manufacturers Concerning Organic Agricultural Products Processed Foods (MAFF Notification 818, June 2000).*

*Technical Criteria of Certification of Production Process Management Director Concerning Organic Agriculture Products (MAFF Notification No. 819, June 2000).*

*Technical Criteria of Certification of the Importer Concerning Organic Agricultural Products and Organic Agricultural Product Processed Foods (MAFF Notification No. 821, June 2000).*

*Inspection Methods Concerning Production Processes of Organic Agriculture Products and Organic Agricultural Product processed Foods (MAFF Notification No. 830 June 2000).*

*Technical Criteria of Certification of the Subdivider Concerning the Organic Agriculture Products and the Organic Agricultural Products Processed Food (MAFF Notification No. 829, June 2000).*

## **Annex II**

### **Japanese MAFF registered certification agencies which conduct certification for foreign producers**

#### **AISAC**

Address: 10-6 Sannohcho,  
Morioka-City, Iwate  
Telephone +81-19-626-3870

#### **ICS (International certification Services) Japan**

Address: 45-14 Chigasaki-Chuo,  
Tsuzuki-ku, Kanagawa  
Telephone + 81-45-949-4620

#### **JONA (Japan Organic and Natural Food Association)**

Address: 3-5-3 Kyobashi, Chuo-  
ku, Tokyo  
Telephone +81-3-3538-1851

#### **NOAPA (Nihon Organic Agricultural Products Association)**

Address: 2-7 Kanda-Tsukasacho,  
Chiyoda-ku, Tokyo  
Telephone +81-3-3295-5448

#### **OCIA (Organic Crop Improvement Association) Japan**

Address: 3-28-2  
KandaOgawacho, Chiyoda-ku,  
Tokyo  
Telephone +81-3-5283-0187

#### **OMIC (Overseas Material Inspection Co Ltd)**

Address: 15-6 Nihinbashi-  
Kabutocho, Choku, Tokyo  
Telephone +81-3-3669-5184  
Fax: +81-3-3669-5282

#### **QAI Japan**

Address: KSP Building, 3-2-1  
Sakado, Takatsu-ku, Kawasaki-  
City, Kanagawa-City, Kanagawa  
Telephone +81-3-5413-7330

#### **Toyo B-net**

Address: 2-3-13 Kyobashi, Chuo-  
ku, Tokyo  
Telephone +81-3-3272-3741

#### **Internet Companies linked to green marketing initiatives**

##### **Wize-system Co Ltd**

Mr Kenji Yamamoto  
<http://www.wise-system.co.jp>

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

**e-yuki-seikatsu Co**

Ltd Mr Takahiro Ito  
<http://www.eu-ki.com>

**Saibai-net Co Ltd**

Mr Hirotoshi Eto  
<http://www.saibai.net>

**Oisix Co Ltd**

Mr Eiji Fukui  
<http://www.oisix.com>

**Companies dealing in certified organic products**

**Chikita Fruity Japan Co Ltd**

Plaza Monznen-Naka-Cho  
Building  
3F, 1-4-8 Monzen-Naka-Cho,  
Koto-ku, Tokyo 135-0048  
Telephone (03) 52458287

**Daiei Co Ltd**

Hamamatsu-cho Office Centre  
building, 9F, 2-4-1, Shiba-koen,  
Minato-ku,  
Tokyo 105-8514  
Telephone (03) 3433-9684

**Dole Japan Ltd (main importer Ito Chu Trading Company)**

Sanbancho Yayoikan  
6-2 Sanbancho Chiyoda-Ku Tokyo  
102-0075  
Telephone (03) 32371492  
<http://www.dole.co.jp/>

**Japan Produce Co, Ltd**

Daiichi-Nakamira Building 5F, 2-  
8-10 Shinkawa, Chou-ku, Tokyo  
104-0033  
Telephone (03) 3297-6211

**JUSCO Co Ltd (Food**

**Commodity Division)**  
5-1,1-Chome, Nakase, Mihama-ku,  
Chiba-shi, Chiba, 261-8515  
Telephone (03) 432126164

**Global Fruits Co Ltd**

Ikaida Building 7F, 3-14-8  
Hacchobori, Chuo-ku,  
Tokyo 104-0032  
Telephone (03) 3553-5444

**Itochu Corp (Food Department)**

2-5-1 Kita-Aoyama, Minato-ku,  
Tokyo 107-8077  
Telephone (03) 3497-6255

**Mitsubishi Corporation** (Food handling division)

Mitsubishi Shoji Building  
Bekkan 2-3-1 Maranouchi,  
Chiyoda-ku,  
Tokyo 100-8086  
Telephone (03) 32106786

**Mitsui & Co Ltd**

2-1 Ohtemachi 1 Chome

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Chiyoda-ku, Tokyo 100-0004

Telephone (03) 32855668

<http://www.mitsui.co.jp>

**National Federation of Agricultural Co-operative Associations (ZEN-HO)**

1-8-3 Otemachi Chiyoda-ku

Tokyo 100-0004 (JA Building)

Telephone (03) 32457126

<http://www.zennoh.or.jp/>

**Nissho Iwai Corporation (Food Department)**

2-5-8 Imabashi, Chou-ku, Osaka-shi,

Osaka, 541-8558

Telephone (6) 6209-2860

**Nissho Iwai Shokuryo Co Ltd**

(Food Division)

17-16 Nihonbashi Kozuma-cho,

Chou-Ku,

Tokyo 103-0016

Telephone (03) 5641-4070

**Nikko Shoji Co. Ltd**

JAL Building 9F,

2-4-11, Higashi-Shinagawa,

Shinagawa-ku,

Tokyo 140-8638

Telephone (03) 5460-7177

**Royal Co. Ltd**

Keika-kaikan Building, 1-1,

Sunkist Pacific Co Ltd

Zenkyoren Kojimachi Kaikan

Building

3-5-1 Kojimachi, Chiyoda-ku,

Tokyo 102-0083

Telephone (03) 52109300

**Sumisho Fruit Co. Ltd.**

CN Building

8F 2-8-3 Kiba, Kot-ku

Tokyo 1350042

**Sujaku Seikai-Cho**

Simogyo-ku, Kyoto-shi

Kyoto 600-8841

Telephone (75) 344-8550

**Union Co.Ltd**

Tojin Building 7F,44, Akashi-cho,

Chou-ku, Kobe-shi,

Hyogo 650-0037

Telephone (78) 392-4930

**Tominaga Boeki Co. Ltd**

KDD Kobe Building, 12F, 83 Kyo-

machi, Chou-Ku, Kobe-shi,

Hyogo 650-0034

Telephone (78) 393-1200

**Tomen Co. Ltd (Food Department)**

Kokusai-Akasaka Building, East,

2-14-27 Akasaka, Minato-ku,

Tokyo 107-8677

Telephone (03) 3588-6826

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Takanabe & Co.Ltd**

2-20-6 Ebie  
Fukushima-ku, Osaka  
Telephone (06) 64517616

### **Nichirei Corporation**

Nichirei Higashi-Ginza building  
6-19-20 Tsukiji, Chuo-ku  
Tokyo, 104-8402,

### **Sun Globe Food Inc**

OHTA Status Building 7F  
3-9-1 Tohkai, OHTA-ku, Tokyo  
143-0001

Telephone (03) 54923962

<http://www.sgfd.co.jp/>

### **Watari Co Ltd Kobe Office**

Sannamiya-kokusai Building 5F,  
2-1-30, Hamabe-dori, Chuo-ku,  
Kobe-shi,  
Hyogo 651-0038

Telephone (78) 231-1467

### **Zennikku Trading Co. Ltd** (Food department)

Shinagawa Inter city Building B  
6F,

2-15-2, Konan, Minato-ku,

Tokyo 108-6160

Telephone (03) 57698230

### **Processing companies with substantial organic interests**

#### **Muso Co Ltd**

3-7-22 Nishitenma, Kita-ku,

Osaka 5300047

Telephone (06) 63166104

#### **Mitoku Co Ltd**

Room 257 Tokyo Building

2-7-3 Maranouchi, Chiyoda-ku,

Tokyo

Mail: C.P.O Box 780 Tokyo, 100-91

Telephone (03) 32016701

#### **Advisory Bodies**

Advisory services are provided by the certification organizations as well as:

#### **Agriculture and Food Audit System Co Ltd**

Ginza 5-10-13 TOYO Seimaiki

Building 7F

Chuo-ku Tokyo,

Phone (03) 35721103

[tokue@afas.co.jp](mailto:tokue@afas.co.jp)

#### **ABC Food System**

5-12-9-302 Nishsi Ikebukuro,

Toshima-ku

Tokyo, 171-0021,

Telephone (03) 59534888

[maruyama@abc-food.co.jp](mailto:maruyama@abc-food.co.jp)

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## REINO UNIDO

### Annex I

#### List of contacts and addresses

#### **Retailers**

##### **Waitrose**

Doncastle Rd.  
Southern Industrial Area  
Bracknell, Berkshire RT12 4YA  
Tel: 00 44 1344 424680  
Fax: 00 44 1344 825072  
Major multiple chain store  
retailing organic products

##### **Sainsburys Ltd**

Stamford House  
London SE1 9LL  
Tel: 00 44 207 695 0024  
Fax: 00 44 207 695 7507  
Multiple with long involvement  
in retailing organic products

##### **Tesco**

Tesco House  
Delamare Rd., Cheshunt  
Hertfordshire EN8 9SL  
Tel: 00 44 1992 646372  
Fax: 00 44 1992 644075  
Major multiple chain store with  
increasing involvement in  
retailing organic products

##### **ASDA**

Asda House  
Great Wilson St.  
Leeds LS11 5AD  
Tel: 00 44 1132 435435  
Fax: 00 44 1132 418304  
Major multiple chain increasing  
its involvement in organic  
products.

##### **Safeway**

Argyll House  
Millington Rd. Hayes  
Middlesex UB3 4AY  
Tel: 00 44 208 695 6000  
Fax: 00 44 208 695 7610  
Major multiple retailer of organic products

##### **Cooperative Wholesale Society**

Hanover Building  
Hanover St  
Manchester M60 4WS  
Tel: 00 44 161 827 5592  
Fax: 00 44 161 827 5495  
Major UK cooperative with  
increasing involvement in organic  
retailing

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Planet Organic**

42 Westbourne Grove  
London W2 5SH  
Tel: 00 44 207 221 7171  
Fax: 00 44 207 221 1923  
Totally organic supermarket in  
London

### **Whole Earth Foods**

292 Portobello Rd.  
London W11 1LR  
Tel: 00 44 207 229 7545  
Fax: 00 44 207 221 6416  
Producers and wholesalers of  
organic foods throughout Europe  
under their own labels

### **Simply Organic Food Company Ltd**

E-retailer of organic produce  
Tel: 0845 1000 444 (UK only)  
Fax: 00 44 20 7622 4447  
[info@simplyorganic.et](mailto:info@simplyorganic.et)  
[www.simplyorganic.net](http://www.simplyorganic.net)

### **Fresh & Wild**

210 Westbourne Grove  
London W11 2RH  
Tel: 00 44 20 7792 9020  
Fax: 00 44 20 7792 1341  
[www.freshandwild.com](http://www.freshandwild.com)  
Specialist organic food and  
herbal products retailer with six  
stores in London

### **Iceland Frozen Foods**

2<sup>nd</sup> Avenue  
Deeside Industrial Estate  
Flint  
Deeside CH5 2NW  
Tel: 00 44 1244 830100  
Fax: 00 44 1244 814531  
[www.iceland.co.uk](http://www.iceland.co.uk)

### **Marks and Spencer p.l.c.**

Michael House, Baker St.  
London W1A 1DN  
Tel: 44-20-7935-4422  
Fax: 44-20-7487-2679  
<http://www.marks-and-spencer.com>

### **Importers/processors/distributors**

#### **Organic Farm Foods**

Llambod Estate

#### **Lampeter**

Carmarthenshire SA48 8LT  
Tel: 00 44 1570 423099  
Fax: 00 44 1570 423280  
Major importers and distributors  
of all types of organic produce,  
notably fruit, vegetables, dairy  
products and meats. Major

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

supplier to Waitrose Organics

Direct

### **Wealmoor Ltd**

Jetha House

Springfield Rd.

Hayes, Middx EB4 OJT

Tel: 00 44 208 867 3770

Fax: 00 44 208 867 3700

[wealmoor@wealmoor.co.uk](mailto:wealmoor@wealmoor.co.uk)

Leading UK producer, importer,  
packer and distributor of  
conventional and organic, exotic  
fruit, vegetables and legumes

### **Hider Food Imports**

Wiltshire Rd

Kingston upon Hull HU4 6PA

Tel: 00 44 1482 561137

Fax: 00 44 1482 565668

Importer, wholesaler, processor,  
packer - nuts, dried fruits, beans,  
pulses, herbs, spices

### **Harley Foods**

Blindcrake Hall

Blindcrake

Cockermouth GA13 0QP

Tel: 00 44 1900 823037

Fax: 00 44 1900 828276

Importer, wholesaler- dried fruit,  
pulses, grains, herbs, rice

### **Juniper Fine foods**

Unit 2

Downs Way Industrial Estate

Tinwalds downs Rd.,

Heathall, Dumfries DG1 3RS

Tel: 00 44 1387 249333

Fax: 00 44 1387 249900

Wholesaler of fresh, ambient,  
chilled and frozen foods and  
beverages

### **Yeo Valley Organic Company Ltd**

Cannington Cremery

Bridgetown, Somerset, TA5 2<sup>nd</sup>

Tel: 00 44 1278 652243

Fax: 00 44 1278 653267

Major supplier of organic dairy  
products and purchaser of fruit  
ingredients for products such as  
yoghurts

### **Traidcraft plc**

Kingsway North

Gateshead

Tyne & Wear NE11 0NE

Tel: 00 44 1914 910591

Fax: 00 44 1914 822690

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Fair trade food organisation with  
some organic products

### **English Village Salads**

Camblesforth Grange

Brigg Lane

Selby, Yorkshire YO8 8ND

Tel: 00 44 1757 617161

Fax: 00 44 1757 614109

Importers of fresh salad products  
and suppliers to major multiples -  
part of Geest Plc.

### **Oasis Food & Drink**

Sunset House

Ennis Close, Wythenshawe

Manchester M23 9LE

Tel: 00 44 161 283 8888

Fax: 00 44 161 283 8899

Wholesale distributors of chilled,  
frozen and ambient health food  
products

### **Infinity Foods**

67 Norway St.

Portslade, East Sussex

Tel: 00 44 1273 424060

Fax: 00 44 1273 417739

Importers and wholesalers of  
wide range of organic produce

### **Suma Wholefoods**

Dean Clough

Halifax HX3 5AN

Tel: 00 44 1422 345513

Fax: 00 44 1422 349429

Wholesaler and manufacturer of  
organic vegetarian and vegan  
products

### **Congelow Produce**

Den Farm Lane

Collier St

Tonbridge, Kent TN12 9PX

Tel: 00 44 1892 730 447

Fax: 00 44 1892 730 566

[congelow@compuserve.com](mailto:congelow@compuserve.com)

Importer, retailer of organic fruit  
and vegetables

### **Organic Marketing Company**

Unit 1 Leighton Court

Lower Eggleton,

Ledbury

Herefordshire HR8 2UN

Tel: 00 44 1531 640819

Fax: 00 44 1531 640818

Packing and pre-packing  
importers of fruit and vegetables

### **Hipp Nutrition UK**

169 Greenham Park

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Newbury, Berkshire RG15 8JH

Tel: 00 44 1635 528250

Fax: 00 44 1635 528271

### **Baby food manufacturers/importers**

#### **Baby Organix**

Organix Brands plc

No.4 Fairfields Close

Christchurch

Dorset BH23 1QZ

Tel: 00 44 1202 479701

Fax: 00 44 1202 479712

Fast growing

processor/importer/distributor of  
baby foods

#### **The Quiet Revolution**

The Coach House

6 Duncan St.

London N1 8BW

Tel: 00 44 207 278 2121

Fax: 00 44 207 278 1958

Processors of fresh organic soups

#### **The Food Resource Base**

Fife Food Centre

Faraday Rd.

Southfield Industrial Estate

Glenrothes KY6 2RU

Tel: 00 44 1592 775884

Fax: 00 44 1592 775955

Manufacturers of fresh organic  
soups and sauces

#### **Just Wholefoods**

Unit 2

Cirencester Business Estate

Long Lane

Cirencester GL7 1YG

Tel: 00 44 1258 651910

Fax: 00 44 1258 651910

Food manufacturer e.g. organic  
instant soup mixes

#### **Windmill Organic Foods**

66 Meadow Close

London SW20 9JD

Tel: 00 44 208 395 9749

Fax: 00 44 208 395 95749

Importers of bulk ingredients for  
on-sale to food manufacturers,  
some soup manufacture

#### **Griffin & Brand European Ltd**

Trophy House, Leacon RD

Ashford, Kent TN23 4TU

Tel: 00 44 1233 645 941

Fax: 00 44 1233 639 340

[griffin.brand@dial.pipex.com](mailto:griffin.brand@dial.pipex.com)

Wholesaler of fruit and  
vegetables

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Mack Multiples**

Tranfesa Rd  
Paddock Wood  
Kent, TN12 6UT  
Tel: 00 44 1892 835 577  
Fax: 00 44 1892 834 890  
Imports of fruit and vegetables

### **Tropical Wholefoods**

Unit 9 Industrial Estate  
Hamilton Rd  
London SE27 9SF  
Tel: 00 44 208 670 114  
Fax: 00 44 208 670 1117  
Specialist in trade in tropical  
products from Africa - mainly  
dried fruit and vegetables

### **Certification Bodies**

#### **Soil Association**

40-56 Victoria St.  
Bristol BS1 6BY  
Tel: 00 44 117 914 2400  
Fax: 00 44 117 925 2504

#### **Organic Farmers and Growers**

50 High St.  
Soham  
Ely, Cambridgeshire CB7 5HF  
Tel: 00 44 1353 722 398  
Fax: 00 44 1353 721 571

#### **Organic Food Federation Official**

The Tithe House  
Peaseland Green  
Elsing, East Dereham  
Norfolk NR20 3DY  
Tel: 00 44 1362 637314  
Fax: 00 44 1362 637398

#### **Scottish Organic Producers Association**

Milton of Cambus Farm  
Doune  
Perthshire FK16 6HG  
Tel: 00 44 1786 841657  
Fax: 00 44 1786 841657  
[contact@sopa.demon.co.uk](mailto:contact@sopa.demon.co.uk)

#### **Bio-Dynamic Agricultural Association**

Painswick Inn Project  
Gloucester St  
Stroud GL5 1QG  
Tel: 00 44 1453 759 501

#### **Official**

#### **Ministry of Agriculture, Fisheries and Food**

Nobel House  
17 Smith Square  
London SW1P 3JR  
Tel: 00 44 207 238 5803  
Fax: 00 44 207 238 6148

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **United Kingdom Register of Organic Food Standards (UKROFS)**

Nobel House  
17 Smith Square  
London SW1P 3JR  
Tel: 00 44 207 238 5915  
Fax: 00 44 207 238 6148

### **Web sites**

[www.simplyorganic.net](http://www.simplyorganic.net)  
[www.soilassociation.org](http://www.soilassociation.org)  
[www.linksorganic.com](http://www.linksorganic.com)  
[www.westcountryorganics.co.uk](http://www.westcountryorganics.co.uk)  
[www.organicsdirect.co.uk](http://www.organicsdirect.co.uk)

## **SUECIA**

### **Annex I**

#### **List of major importers of organic fruit and vegetables**

Selected list of KRAV-certified importers of fresh fruit and vegetables. A current list of all KRAV-certified importers as well as other information about imports can be obtained from KRAV, see address in Annex II.

#### **Importers of fresh fruit and vegetables**

##### **AltGrönt AB**

Products: Fruit and vegetables  
Contact: Mr Bernt Klingberg  
Tel: +46 8 511 700 60  
Fax: +46 8 511 763 64  
Address: Vargmötesvägen 14, S-186 30 VALLENTUNA  
[altgront@altgront.se](mailto:altgront@altgront.se)  
[www.altgront.se](http://www.altgront.se) (under construction)

##### **Biodynamiska Produkter**

Products: Fruit and vegetables;  
packaged foods  
Contact: Mr Tobias Zeiher  
Tel: +46 8 554 810 30  
Fax: +46 8 554 810 39  
Address: PO Box 42, S-153 21  
JÄRNA  
[tobias.zeiher@biodynamiskaprodukter.nu](mailto:tobias.zeiher@biodynamiskaprodukter.nu)

##### **Direkt Frukt och Grönt AB**

Products: Fruit and vegetables  
Contact: Mr Torbjörn Karlsson  
Tel: +46 40 18 09 00  
Fax: +46 40 18 09 01  
Address: Flintränegatan 21, S-211 24 MALMÖ  
[torbjorn.karlsson@direktlivs.se](mailto:torbjorn.karlsson@direktlivs.se)  
[www.direktlivs.se](http://www.direktlivs.se)

##### **ICA Frukt & Grönt**

- part of ICA Ahold AB -  
Products: Fruit and vegetables  
Contact: Mr Björn Hacklou

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel: +46 42 18 90 00  
Fax: +46 42 18 92 88  
Address: PO Box 713, S-251 07  
HELSINGBORG  
[bjorn.hacklou@ica.se](mailto:bjorn.hacklou@ica.se);  
[info@ica.se](mailto:info@ica.se)  
[www.ica.se](http://www.ica.se)

### **Marianne's Farm AB**

Products: Carrots  
Contact: Ms Marianne Härning-  
Nilsson  
Tel: +46 42 20 71 33  
Fax: +46 42 20 70 49  
Address: Dalsgård 2393, S-262 92  
ÄNGELHOLM  
[info@mariannesfarm.se](mailto:info@mariannesfarm.se)  
[www.mariannesfarm.se](http://www.mariannesfarm.se)

### **Natura AB**

Products: Fruit and vegetables  
Contact: Mr Bengt Carlsson  
Tel: +46 415 622 50  
Fax: +46 415 620 35  
Address: Almarkaröd, S-242 92  
HÖRBY  
[info@natura.se](mailto:info@natura.se)  
[www.natura.se](http://www.natura.se)

### **Raggårdens Produkter AB**

Products: Potatoes, roots, other  
fresh vegetables; Preserved  
vegetables  
Contact: Mr Owe Johansson  
Tel: +46 512 134 90  
Fax: +46 512 130 77  
Address: Arentorp, S-534 94  
VARA  
[rpab.liselotte@delta.telenordia.se](mailto:rpab.liselotte@delta.telenordia.se)  
[www.raggardensprodukter.se](http://www.raggardensprodukter.se)

### **Råby Biogrönt AB**

Products: Fruit and vegetables  
Contact: Mr Tommy Nordgren  
Tel: +46 415 31 11 56  
Fax: +46 415 31 11 56  
Address: Råby 4, PL 250, S-242  
92 HÖRBY

### **Saba Trading AB**

- part of Dole -  
Headquarters, Stockholm  
Tel: +46 8 602 60 00  
Fax: +46 8 602 60 99  
Address: PO Box 9101, S-120 05  
ÅRSTA  
[info@saba.se](mailto:info@saba.se)  
[www.saba.se](http://www.saba.se)

### **Importing subsidiaries:**

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Saba Frukt & Grönt AB**

Products: Fruit and vegetables;  
Flowers

Contact: Ms Linnea Jönsson

Tel: +46 42 24 96 69, +46 42 24  
95 00

Fax: +46 42 29 71 31

Address: PO Box 15 073, S-250  
15 HELSINGBORG

[innea.jonsson@saba.se](mailto:innea.jonsson@saba.se);

[info@saba.se](mailto:info@saba.se)

[www.saba.se](http://www.saba.se)

### **BananKompaniet AB**

Products: Bananas

Contact: Mr Anders Cottrell

Tel: +46 8 667 91 60

Fax: +46 8 661 36 07

Address: PO Box 27294, S-102  
53 STOCKHOLM

[anders.cottrell@saba.se](mailto:anders.cottrell@saba.se);

[info@saba.se](mailto:info@saba.se)

[www.banan-kompaniet.se](http://www.banan-kompaniet.se);

[www.saba.se](http://www.saba.se)

### **Samodlarna Sweden**

Products: Fruit and vegetables;  
Dried vegetables; Cereals;  
Packaged foods

Contact: Mr Jan Knutar

Tel: +46 8 602 23 38

Fax: +46 8 91 81 20

Address: Grosshandlarvägen 3  
S-120 44 ÅRSTA

[jan.knutar@swegro.se](mailto:jan.knutar@swegro.se)

[www.swegro.se](http://www.swegro.se)

### **STC Scandinavian Trading Company**

#### **Importing subsidiaries**

#### **Ewerman AB**

Products: Fruit and vegetables

Contact: Mr Björn Jansson

Tel: +46 42 490 11 00

Fax: +46 42 490 11 80

Address: Knut Påls väg 9, S-256  
69 HELSINGBORG

[ew@ewerman.se](mailto:ew@ewerman.se)

[www.ewerman.se](http://www.ewerman.se)

#### **Frukt & Grönsaksspecialisten**

Products: Fruit and vegetables

Contact: Mr Nils Barnholdt

Tel: +46 42 20 11 60

Fax: +46 42 15 37 27

Address: Knut Påls väg 8, S-256  
69 HELSINGBORG

[info@fgs.se](mailto:info@fgs.se)

[www.fgs.se](http://www.fgs.se)

#### **Retail Groups**

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **Axfood AB**

Retailer and wholesaler in Sweden and Finland.  
Imports of fresh produce, see Saba Trading.  
Tel: +46 8 553 998 00  
Fax: +46 8 82 58 59  
Address: PO Box 7314, S-103 90 STOCKHOLM  
[info@axfood.se](mailto:info@axfood.se)  
[www.axfood.se](http://www.axfood.se)

## **ICA Ahold AB**

Retailer and wholesaler in Sweden, Norway, Denmark and the Baltic countries.  
Imports of fresh produce, see ICA Frukt & Grönt.  
Tel: +46 8 585 500 00  
Fax: +46 8 585 500 09  
Address: S-171 93 SOLNA  
[info@ica.se](mailto:info@ica.se)  
[www.ica.se](http://www.ica.se)

## **KF**

Retailer and wholesaler in Sweden.  
Imports of fresh produce, see Saba Trading.  
Tel: +46 8 743 10 00  
Fax: +46 8 743 15 75  
Address: PO Box 15200, S-104 65 STOCKHOLM  
[info@kf.se](mailto:info@kf.se)  
[www.kf.se](http://www.kf.se)

## **BergendahlsGruppen AB**

Retailer and wholesaler in Sweden  
Imports fresh produce, see Saba Trading  
Tel: +46 451 480 00  
Fax: +46 451 482 22  
Address: PO Box 22, S-281 21 Hässleholm  
[info@bergendahls.se](mailto:info@bergendahls.se)  
[www.bergendahls.se](http://www.bergendahls.se)

## **Annex II**

### **List of organizations and national authorities in the organic sector**

#### **KRAV**

##### **- Swedish Organic**

##### **Agriculture Association**

Certification organization for organic production, processing, importing, distribution and marketing.

Activities include standards development, inspection,

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

certification, and information.

Tel: +46 18 10 02 90

Fax: +46 18 10 03 66

Address: PO Box 1940, S-751

49 Uppsala

[info@krav.se](mailto:info@krav.se)

[www.krav.se](http://www.krav.se)

### **GroLink**

Consultancy and assistance of certification programmes, projects and training world-wide.

Contact: Mr Gunnar Rundgren

Tel: +46 563 723 45

Fax: +46 563 720 66

Address: Torfolk, S-684 95

Höje

[gunnar@grolink.se](mailto:gunnar@grolink.se)

[www.grolink.se](http://www.grolink.se)

### **National Food**

#### **Administration**

Tel: +46 18 175500

Fax: +46 18 105848

Address: PO Box 622, S-751 26

Uppsala

[info@slv.se](mailto:info@slv.se)

[www.slv.se](http://www.slv.se)

### **Swedish Demeter Association**

Certification organization for bio-dynamic production.

Tel: +46 8 551 579 88

Fax: +46 8 551 579 76

Address: Skillebyholm, S-153

91 Järna

[www.demeter.nu](http://www.demeter.nu)

### **Föreningen för Rättvisemärkt - Swedish Member of Fair Trade Labelling Organization International (FLO)**

National organization for fair trade labelled items (products marketed in Sweden are usually also KRAV-certified).

Tel: +46 8 668 03 50

Fax: +46 8 668 03 14

Address: Drakenbergsgatan 11,

S-117 41 Stockholm

[handla@raettvist.se](mailto:handla@raettvist.se)

[www.raettvist.se](http://www.raettvist.se)

### **Swedish Federation of Trade and Service**

Tel: +46 8 7627700

Fax: +46 8 7627777

Address: S-103 23 Stockholm

[info@sht.se](mailto:info@sht.se)

[www.svenskhandel.se](http://www.svenskhandel.se)

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **Swedish University of Agricultural Sciences (SLU)**

A main actor of research,  
courses and training within the  
Swedish organic agricultural  
sector.

Tel: +46 18 67 10 00

Fax: +46 18 67 20 00

Address: PO Box 7070, S-750  
07 Uppsala

[registrator@slu.se](mailto:registrator@slu.se)

[www.slu.se](http://www.slu.se)

## **Swedish Board of Agriculture**

Tel: +46 36 15 50 00

Fax: +46 36 19 05 46

Address: S-551 82 Jönköping

[info@sjv.se](mailto:info@sjv.se)

[www.sjv.se](http://www.sjv.se)

## **SUIZA**

### **Annex I**

#### **List of contact details for major fruit and vegetable importers**

#### **Andros**

Ch. de la Crétaux

C.P. 413, CH-1196 Gland

Tel: 41 22 995 08 00

Fax: +41 22 995 09 46

Orange juices

#### **Agrexco Ltd.**

Jungholzstr. 6, CH-8050, Zürich

Tel: 1-315 76 20

Fax: 1-315 76 70

Fruits/vegetables

#### **Bargosa S.A.-Genève**

25. rue Biavignao, CH-1227

Carouge-Genève

Tel: 22-343 71 60

Fax: 22-342 80 72

Fruits/vegetables

#### **Biofamilia AG**

Brünigstrasse 141, CH-6072

Sachseln

Tel: 41 666 25 55

Fax: 41 666 25 50

Processed nuts, sugar, dried fruit  
into Muesli

#### **Biofarm-Genossenschaft**

Postfach 18, CH-4936

Kleindietwil

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Tel: 62 957 80 50

Dried fruit and nuts, sugar

**Bioforce AG**

Abt. Heilpflanzenanbau, CH-

9325 Roggwil

Tel: 71 - 454 61 61

Fax: 71 - 454 61 62

Processed vegetables

**Biogemüse Galmiz**

Zährli 9, CH-3285 Galmiz

Tel: 26 - 670 42 42

Fax: 26 - 670 27 72

Fresh vegetables

**Biotta AG**

Pflanzbergstr. 8, CH-8274

Tägerwil

Tel: 71 - 666 80 80

Fax: 71 - 666 80 81

Juices, fresh vegetables

**Bonatura AG**

Industriestrasse 7, CH-3210

Kerzers

Tel: 31 750 14 26

Fax: 31 750 14 24

Fresh fruits (raspberries)

**Eichberg Bio AG**

Seetalstrasse 60, CH-5705

Hallwil

Tel: 62 767 61 61

Fax: 62 767 61 67

Fresh fruits, juices, vegetables,

dried fruit and nuts

**First Catering Produktion AG**

Grindelstr. 9, CH-8303

Bassersdorf

Tel: 01-8369688

Fax: 01-836 98 55

Vegetables/fruits

**Frigemo AG Production Cressier**

Rte de Neuchâtel 49, CH-2088

Cressier

Tel: 32 758 53 69

Fax: 32 757 17 38

Fresh vegetables

**Fruit of Integrity GmbH**

Eichberg 32, CH-5707 Seengen

Tel: 62 767 61 74 (MM)

Fax: 62-767 61 60

Dried fruits

**Fructo Ltd.**

Schlosstrasse 1, CH-4654 Lostorf

Tel: 62-298 30 35

Fax: 62-298 30 36

Banana puree, mango pulp, etc.

frutco@frutco.ch

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

### **Gugger-Guillod SA**

Rte de l'Industrie 5, CH-1786

Sugiez

Tel: 26 - 673 23 73

Fax: 26 - 673 19 04

Fresh vegetables

### **Georges Helfer SA**

Chemin De Fontenailles, CH-

1196 Gland

Tel: 22 99999 99

Fax: 22-99999 88\

Avocados

### **Aux mille saveurs SA**

Importation et distribution de

fruits et légumes biologiques

Chemin de Sus Vellaz, CH-1137

Yens

Tel: 21-8005201

Fax: 21-8005289

[jcsere@worldcom.ch](mailto:jcsere@worldcom.ch)

### **Hess Import**

Haldenstr. 38, CH-8142 Uitikon

Tel: 1-400 42 41

Fax: 1-400 42 42

Dried fruits

### **Hilcona AG**

FL-09494 Schaan

Tel: 75 235 95 95

Fax: 75 232 02 85

Vegetables

### **Horizonti Kräuterhandel GmbH**

Mittelholzerstr. 9, CH-9015 St.

Gallen

Tel: 79-220 18 67/71-3112096

Tax: 71-311 46 17/2096

Spices/herbs

### **HPW Marketing GmbH**

Laurenzenvorstadt 79, CH-5000

Aarau

Tel: 62-82215 15

Fax: 62-82226 64

Pineapples

### **Lavia Diretta**

Barigiotta Strasse, CH-6597

Agarone

Tel: 91 859 03 68

Fax: 91 859 03 68

Fresh vegetables, stored

vegetables, potatoes,

stone fruit, berries and cabbage

### **Lendi**

Erboristi

CH-6981, Bedigliora

Tel: 91 606 71 70

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Fax: 91 -606 34 91

Tomatoes in oil, mushrooms in oil

### **Mavena AG**

Birkenweg 1-8, CH-3123 Belp

Tel: 31 819 11 11

Fax: 31 819 15 30

Protein plants, pumpkin seeds for  
baby food

### **Erich Meier Früchte + Gemüse**

Amriswilerstrasse, CH-8589

Sitterdorf

Fax: 71-42249 76

Vegetables/fruits

### **Obipektin AG**

Industriestr. 8, CH-9220

Bischofszell

Tel: 71-424 73 16

Fax: 71-424 73 90

Fruit extracts

### **Rimuss-Kellerei Rahm & Co.**

Schulgasse 165, CH-8215 Hallau

(SH)

Tel: 52-681 31 44

Fax: 52-681 40 14

Wine/juice

### **Schläppi & Co.**

Stationsstr. 1, CH-3076 Worb 2

Tel: 31-839 22 05

Fax: 31-839 90 45

Dried fruits

### **Alex Schönenberger & Co.**

Fürstenlandstr. 23, CH-9500 Wil

Tel. 71-911 41 33

Fax: 71-911 41 35

Concentrates

### **Stettler Gewürzspezialitäten**

Hauptstr. 13, CH-9562 Märwil

Tel: 71-655 15 34

Fax: 71-655 15 55

Spices/herbs

### **Unipektin AG**

Bahnhofstr. 9, CH-8264 Eschenz

Tel: 52-742 31 31

Fax: 52-742 31 32

Concentrates

### **Varistor AG**

Weststrasse 5, CH-5426 Lengnau

Tel: 56 266 50 60

Fax: 56 266 50 70

Processed vegetables, dried fruit  
and nuts,

culinary and medicinal herbs

### **Via Verde**

Brunnmatt, CH-6264 Pfaffnau

Tel: 62 747 07 47

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Fax: 62 747 07 37

Fresh fruit, juices, vegetables,  
dried fruit and  
nuts, culinary and medicinal  
herbs

## Annex II

### List of organizations in the organic sector

#### **Agricultural Associations**

##### **Demeter Schweiz**

(Association for bio-dynamic  
agriculture)

Grabenackerstr. 15, Postfach  
CH-4142 Münchenstein

Tel: 61 416 06 43

Fax: 61 41 606 44

[kuefferheer@dplanet.ch](mailto:kuefferheer@dplanet.ch)

##### **BIO SUISSE**

(Association of Swiss Organic  
Agriculture Organizations)

Missionsstrasse 60, CH-4055  
Basel

Tel: 61 385 96 10

Fax: 61 385 96 11

[bio@bio-suisse.ch](mailto:bio@bio-suisse.ch)

[www.bio-suisse.ch](http://www.bio-suisse.ch)

##### **Bioterra**

(Swiss association for organic  
agriculture)

Dubstrasse 33, CH-8003 Zürich

Tel: 1 463 5514

Fax: 1 463 4849

[Bioterra@swissonline.ch](mailto:Bioterra@swissonline.ch)

[www.bioterra.ch](http://www.bioterra.ch)

#### **Advisory Bodies**

##### **FiBL - Forschungsinstitut für Biologischen Landbau**

(Research Institute of Organic  
Agriculture)

Ackerstrasse, Postfach, CH-5070

Frick

Tel: 62 865 72 72

Fax: 62 865 72 73

[admin@fibl.ch](mailto:admin@fibl.ch)

[www.fibl.ch](http://www.fibl.ch)

##### **SIPPO - Swiss Import Promotion Programme OSEC**

Stampfenbachstr. 85, PO BOX  
492

CH-8035 Zürich

Tel: 1 365 51 51

Fax: 1 365 52 21

[info@sippo.ch](mailto:info@sippo.ch)

[www.sippo.ch](http://www.sippo.ch)

#### **Government Bodies**

##### **Bundesamt für Landwirtschaft**

(Swiss Federal Office for  
Agriculture)

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

Mattenhofstrasse 5, CH-3003

Bern

Tel: 31 322 25 11

Fax: 31 322 26 34

[www.blw.admin.ch](http://www.blw.admin.ch)

### **Bundesamt für Gesundheit**

(Swiss Federal Office for Public Health)

CH-3003 Bern

Tel: 31 322 21 11

Fax: 31 322 95 07

[www.admin.ch/bag/](http://www.admin.ch/bag/)

### **Eidgenössische Zollverwaltung**

(Swiss Federal Customs Administration)

Oberzolldirektion, CH-3003 Bern

Tel: 31 322 65 11

Fax: 31 322 78 72

[www.zoll.admin.ch](http://www.zoll.admin.ch)

### **Bundesamt für Statistik**

(Swiss Federal Statistical Office)

Espace de l'Europe 10, CH-2010

Neuchâtel

Tel: 32 713 60 11

Fax: 32 713 60 12

[www.statistik.admin.ch](http://www.statistik.admin.ch)

### **Supermarket Chains**

#### **Migros Genossenschafts-Bund**

Limmatstrasse 152, CH-8005

Zürich

Tel: 1 277 21 11

Fax: 1-277 23 33/1 277 25 25

[www.migros.ch](http://www.migros.ch)

#### **Coop Schweiz**

Thiersteinerallée 12, CH-4002

Basel

Tel: 61 336 66 66

Fax: 61 336 74 91

[www.coop.ch](http://www.coop.ch)

#### **USEGO AG**

Industriestrasse 25, CH-8604

Volketswil

Tel: 1 - 947 14 14

Fax: 1 945 05 60

[www.usego.ch](http://www.usego.ch)

#### **Manor AG**

Reggasse 34, CH-4058 Basel

Tel: 61 686 11 11

Fax: 61 681 11 92

[www.manor.ch](http://www.manor.ch)

#### **Catering**

#### **Gate Gourmet - Zürich AG**

CH-8058 Zürich-Flughafen

1 812 12 12

1 812 91 92

[www.swissair.com/ourservices/air/gourmet.htm](http://www.swissair.com/ourservices/air/gourmet.htm)

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## **Annex III**

### **Other sources of information on the Swiss organic market (Web sites, magazines, directories...)**

Web information corner for the food and organic market in Switzerland

<http://naturaplan.coop.ch/index.htm>

Information on the 'NATURApplan' range by COOP and Webcams at various organic production sites (German site).

<http://www.migros.ch/>

Overview of the Migros supermarket chain (German & French).

<http://www.bionetz.ch>

Directories of organic food stores, restaurants, wholesalers, food processing in Switzerland, recipes and free small ads (German).

<http://www.biofood.net>

Business-to-business sector information and news platform for international and local trade in organic products (English & Dutch).

[http://www.bio-suisse.ch/html/g\\_handel\\_1.html](http://www.bio-suisse.ch/html/g_handel_1.html)

Firms licensed by BIO SUISSE to manufacture products of *Knospe (Bud label)* quality. Searchable database of firms supplying organic products, including addresses (English; for French replace e\_handel with f\_handel; for German with g\_handel).

[http://www.bio-suisse.ch/html/g\\_konsumenten\\_2.html](http://www.bio-suisse.ch/html/g_konsumenten_2.html)

Restaurants in Switzerland offering organic products (English; for French replace e\_konsumenten with f\_konsumenten; for German with g\_konsumenten).

Web information corner on requirements and conditions relating to access for organic imports into Switzerland

<http://www.blw.admin.ch/>

The Web site of the Swiss Federal Office for Agriculture provides detailed information on:

- The Swiss Organic Farming Ordinance
- Forms for attestation of equivalence and individual authorization to import
- Direct payments for organic farms
- Cultivation of organic products.

<http://www.blw.admin.ch/nuetzlich/links/d/zertifstellen.htm>

A list of European certification bodies can be downloaded from this page maintained by the Swiss Federal Office for Agriculture (*Bundesamt für Landwirtschaft*).

<http://www.admin.ch/>

Original texts of:

- Swiss legislation
- The Swiss Ordinance on agricultural imports.

<http://www.zoll.admin.ch>

Customs tariffs of the Federal Customs Administration.

<http://www.iso.ch/>

The home page of the International Organization for Standardization (ISO) in Geneva provides a link to ISO-65, the standard pertaining to certification bodies.

<http://www.cenorm.be/>

The home page of the European Committee for Standardization (CEN) provides a link to the text of the EN-45011 standard.

<http://www.bio-inspecta.ch/>

Services provided by the inspection and certification company bio.inspecta. <http://www.imo.ch>

Services provided by the inspection and certification company 'Institut für Marktökologie' (IMO).

<http://www.sgs.ch>

Services provided by the inspection and certification company SGS (Société Générale de Surveillance).

<http://www.sqs.ch>

Services provided by the inspection and certification company Swiss Association for Quality and Management Systems (SQS).

# LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

<http://www.sas.admin.ch>

The Swiss Federal Office of Metrology is the accreditation body for inspection and certification bodies in Switzerland.

<http://www.bio-suisse.ch>

The Web site of BIO SUISSE (Association of Swiss Organic Agriculture Organizations, *Vereinigung Schweizer Biolandbau-Organisationen*) provides detailed information on:

- Standards relating to farming and processing
- Approval procedures for the *Knospe* ('bud') label
- Markets and prices.

<http://www.maxhavelaar.ch/>

The Web site of Max Havelaar Switzerland, one of the most important Fair Trade organizations.

<http://sippo.ch>

The home page of the Swiss Import Promotion Programme (SIPPO) contains information on Swiss activities to promote imports from emerging markets and markets in transition. Web information corner relating to services for organic agriculture

<http://www.fibl.ch/>

The FiBL Web site provides:

- Information on FiBL's research programme
- A facility for ordering information and documents
- An overview of courses and training opportunities in organic farming
- Exchange for traineeships at organic enterprises
- Downloadable texts and data on organic agriculture
- Information on events
- Contacts and links to both Swiss and international institutions and organizations involved in organic agriculture.

<http://www.fiv.ch/>

Information on the research programme of the Forschungsinstitut für Vitalqualität (FIV) in Frick.

<http://www.goetheanum.ch>

Information on the research programme of the Goetheanum in Dornach.

<http://www.admin.ch/sar/en/research/index.htm>

Overview of agricultural research projects in Switzerland.

<http://www.abtvii.ethz.ch>

Information on degree courses in Agroecology at the Department of Agriculture and Food Sciences (*Departement Agrar- und Lebensmittelwissenschaften*) at the Swiss Federal Institute of Technology (ETH) in Zürich.

<http://www.fh-agro.ch>

Information on degree courses in Agroecology and Regional Planning (*Agrarökologie und Raumplanung*) at the Swiss College of Agriculture (SHL) in Zollikofen.

## **Annex IV**

### **Legislation on food items**

**Food Act** (*Lebensmittelgesetz* 817.0)

**Ordinance on food** (*Lebensmittelverordnung* 817.02)

**Ordinance on foreign substances and constituents in foods** (*Verordnung über Fremd- und Inhaltstoffe in Lebensmitteln*, 817.021.23)

**Ordinance on additives permissible in foodstuffs** (*Verordnung über die in Lebensmitteln zulässigen Zusatzstoffe*, 817.021.22)

**Ordinance on hygiene and microbiological requirements relating to foodstuffs, objects in contact with foodstuffs, workrooms and staff** (*Verordnung über die hygienisch-mikrobiologischen Anforderungen an Lebensmittel, Gebrauchsgegenstände, Räume und Personal* 817.051)

**Ordinance on nutritional value** (*Nährwertverordnung* 817.021.55)

**Ordinance on indication of country of origin of foodstuffs, ingredients and raw materials used in foodstuffs** (*Verordnung über die Angabe des Produktionslandes von Lebensmitteln, Lebensmittelzutaten und Rohstoffen* 817.021.51)

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

**Ordinance on the measurement and declaration of quantities relating to goods for trade and transportation purposes** (*Verordnung über das Abmessen und die Mengendeclaration von Waren in Handel und Verkehr* 941.281)

---

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---

## LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

---