

Cuadro II.27.

CANALES DE DISTRIBUCION MINORISTA	CANAL CONVENCIONAL – GRAN CONSUMO (a)	CANAL ESPECIALISTA ECOLOGICO (b)	RESTO DE CANALES (c)	TOTAL DISTRIBUCION MINORISTA DE ECOLOGICOS
Nº de puntos de venta	8.500/9.000	3.400/3.600	1.800/2.200	13.700/14.800
Ventas totales en el canal (millones de euros)	980	828	370	2.178
Ventas promedio por punto de venta (euros/año)	110.000/115.000	230.000/243.500	168.200/206.000	147.200/171.500
CUOTA DE VENTAS DE CADA CANAL	45%	38%	17%	100%
<i>Nota (a). Incluye los establecimientos con ventas de ecológicos de la Distribución Organizada, tiendas convencionales/tradicionales, mercados y galerías tradicionales o de centros comerciales, y similares</i>				
<i>Nota (b). Incluye Hipermercados, supermercados y autoservicios especializados exclusivamente en productos ecológicos, tiendas ecológicas, herbolarios y tiendas de dietéticos, parafarmacia, y similares.</i>				
<i>Nota (c). Incluye Mercadillos y ferias, eventos y regalos, tiendas gourmet, economatos y grupos de compra, cooperativas, venta directa y/o autoconsumo en explotación o fábrica, market place, vending, tiendas de conveniencia, compra/venta on-line, y similares; además del CANAL HORECA.</i>				

- Lo más destacable de los datos recogidos en el cuadro anterior es precisamente el hecho de que en 2018, por primera vez en el mercado interior de los productos ecológicos, las ventas de estos productos se realizan de manera prioritaria a través del **CANAL CONVENCIONAL/GRAN CONSUMO** que consigue una cuota de ventas de estos productos (45%) superior al del **CANAL ESPECIALIZADO (38%)**, lo cual ha supuesto un cambio muy importante en el comportamiento del mercado interior de los productos ecológicos y ha contribuido decisivamente a la expansión de dicho mercado. Este nuevo modelo de comportamiento de la distribución minorista de productos ecológicos ha significado, además, un cierto proceso de aproximación a los modelos implantados en los grandes mercados de los productos ecológicos, tanto anglosajones (en los que la distribución minorista cuenta con cuotas de ventas superiores al 55%) como mediterráneos (en los que dicha cuota de ventas es inferior al 55% y en el que figuraría España):

Cuadro II.28.

CUOTA DE VENTAS SEGÚN CANAL/MERCADO (%)	CANAL CONVENCIONAL-GRAN CONSUMO	CANAL ESPECIALISTA	RESTO DE CANALES
Dinamarca	94,20%	4,70%	1,10%
Suiza	81,30%	10,10%	8,60%
Austria	81,10%	16,90%	2,00%
Reino unido	78,10%	16,80%	5,10%
Países bajos	64,60%	26,90%	8,50%
Alemania	59,00%	29,00%	12,00%
Bélgica	55,00%	29,00%	16,00%
Italia	50,80%	27,60%	21,60%
Francia	46,10%	36,30%	17,60%
España	45%	38%	17,00%

Fuente: Elaboración PRODESCON, S.A.

- Francia e Italia, con independencia del tipo de estructura de distribución minorista implantada, son mercados de alto consumo per cápita de productos ecológicos y fuerte crecimiento del consumo de estos productos, por lo que no parece haber tenido excesivo grado de dependencia de la tipología