

TRH S EKOLOGICKÝM OVOCEM A ZELENINOU V ITÁLII A VE FRANCII

MARKETS FOR ORGANIC FRUITS AND VEGETABLES IN ITALY AND FRANCE

Jaroslav Jánský, Iva Živělová

Anotace:

Příspěvek se zabývá problematikou trhu s ekologickým ovocem a zeleninou v Itálii a ve Francii. Ovoce a zelenina představují v Itálii 27% z celkového prodeje biopotravin, v Francii 25%. Největší překážkou rozvoje poptávky po ekologických produktech je v Itálii i Francii nedostatečná informovanost spotřebitelů.

Klíčová slova:

ekologické zemědělství, trh s bioprodukty, trh s ekologickým ovocem a zeleninou

Abstract:

The paper is aimed to the markets for organic fruits and vegetables in Italy and France. Fruits and vegetables are estimated to account for 27 percent of total retail sales in Italy, in France organic fruit and vegetables accounting for 25 percent of total retail sales. One of the major obstacles for an increase in demand of organic products in Italy and France is lack of information and confusion for the consumer.

Keywords:

organic agriculture, organic market, markets for organic fruits and vegetables,

ÚVOD

Ekologické zemědělství podporuje přirozené způsoby pěstování rostlin a chovu hospodářských zvířat. Umožňuje produkovat vysoce kvalitní a hodnotné potraviny. Ve většině států Evropské unie došlo v posledních letech k rychlému růstu jak výměry ekologicky obhospodařované půdy a počtu ekologicky hospodařících farem, tak podílu bioproduktů na trhu s potravinami. Zvyšuje se i spotřeba biopotravin, neboť stále více spotřebitelů začíná oceňovat, že biopotraviny jsou potravinami zdravými, kvalitními a šetrnými k životnímu prostředí.

CÍL A METODIKA

Z hlediska významu ve výživě člověka zaujímají jedno z předních míst zelenina a ovoce. Jejich produkce, získávaná ekologickými způsoby, roste, zdaleka však nepokrývá poptávku. Ke státům, které v pěstování ekologického ovoce a zeleniny zaujímají přední místo v Evropě, patří Itálie a Francie.

Cílem příspěvku je analýza trhu s ekologickým ovocem a zeleninou ve Francii a Itálii. Analýza je zaměřena na strukturu nabídky, vývoj poptávky, hlavní distribuční kanály a rozdíly v cenách ekologických produktů oproti produktům konvenčním.

Příspěvek je dílčím výstupem projektu Mze ČR č. QF 3278 „Objektivizace vývoje nabídky a poptávky po ekologických produktech“, řešeného na PEF MZLU v Brně.

VÝSLEDKY A DISKUSE

Trh s ekologickým ovocem a zeleninou v Itálii

Itálie je zemí s největším počtem ekologických farem a s největší plochou ekologicky obhospodařované půdy v Evropě. Ekologické zemědělství zde zaznamenalo v posledních letech jedno z největších temp růstu.

Zelenina a ovoce představují přibližně 27% z celkového maloobchodního prodeje v Itálii, jak je zřejmé z údajů v tabulce č. 1.

Tabulka č. 1 Struktura maloobchodního prodeje potravin v Itálii (v %)

Kategorie	Konvenční	Ekologické
Chléb a obilniny	16,3	39,5
Maso	23,2	2,0
Ryby	6,6	0,0
Mléčné výrobky a vejce	13,6	16,9
Ovoce	6,4	19,0
Zelenina	10,9	8,0
Oleje a tuky	5,2	4,0
Alkoholické nápoje	4,9	0,5
Nealkoholické nápoje včetně džusů	4,8	3,0
Ostatní	8,2	7,1
CELKEM	100,0	100,0

Zdroj: ISTAT

Ekologické farmy nejsou v Itálii rozmístěny rovnoměrně. Téměř 50% ekologicky obhospodařované půdy se nachází na Sicílii a Sardinii. Hlavním producentem ekologického ovoce je Sicílie, kde je soustředěno více než 50% producentů ovoce. Dalšími regiony specializovanými na ekologickou produkci ovoce, je Campania a Friuli. Nejvíce producentů ekologické zeleniny se nachází v jižních regionech Sicílie a Apulia.

Hlavním ekologicky pěstovaným ovocem v Itálii jsou citrusové plody, především citrony a pomeranče, které představují okolo 63% produkce ovoce v Itálii. Dále jsou pěstována především jablka a broskve. K hlavním druhům ekologicky pěstované zeleniny patří rajčata, mrkev, hlávkový salát, květák, cibule a fenykl.

Velký podíl produkce ekologického ovoce a zeleniny (cca 50% ovoce a 60% zeleniny) je exportován do dalších zemí Evropské unie, převážně do severní Evropy a do Švýcarska. 55% dovozu ekologického ovoce tvoří banány.

Do roku 1993 bylo ekologické ovoce a zelenina prodáváno pouze ve specializovaných obchodech, přímým prodejem na farmách a na příležitostných trzích s ekologickými produkty.

V roce 1993 společnost Brio zavedla úspěšně ovoce a zeleninu do družstevních supermarketů. Prodej ekologického ovoce a zeleniny velmi rychle dosáhl 10% celkového objemu prodeje ovoce a zeleniny.

V dalších letech rozšířil prodej ekologických produktů i Coop, největší řetězec supermarketů v Itálii a byl postupně následován i dalšími konkurenty. V roce 1996 bylo v Itálii 130 supermarketů a hypermarketů s ekologickým koutkem. V roce 1999 jich bylo již 624 a v současné době jich je kolem 1400. Největší podíl supermarketů prodávajících ekologické ovoce a zeleninu je na severu Itálie, který je nejbohatší částí země.

Významné místo v prodeji ekologické produkce stále zaujímají specializované obchody,

jejichž nabídka je daleko širší než nabídka supermarketů s koutky nabízejícími ekologické ovoce a zeleninu.

Z pohledu struktury distribučních cest je přibližně 20% ekologického ovoce a zeleniny prodáváno přímým prodejem na farmách, 40% ve specializovaných obchodech s ekologickými produkty a 40% v supermarketech a hypermarketech.

V současné době supermarkety nenakupují ovoce a zeleninu přímo od výrobců, ale od specializovaných velkoobchodů nebo sdružení pěstitelů.

Ekologické ovoce a zelenina je prodávána za ceny vyšší než produkce konvenční (viz tabulka č. 2).

Tabulka č. 2 Cenová přírážka ekologické produkce oproti konvenční (v %)

Produkt	Přirážka	Produkt	Přirážka
Pomeranče	89	Mrkev	150
Citrony	71	Cibule	146
Jablka	72	Hlávkový salát	72
Hrušky	58	Brambory	107
Rajčata	89		

Zdroj: E-BIO & ISMEA

Obecně spotřebitelé platí vyšší přírážku u zeleniny než u ovoce. Za cenu vyšší o 100 – 200% než konvenční jsou prodávány dovezené ekologické banány. Nepatrně vyšší jsou ceny ve specializovaných obchodech ve srovnání se supermarkety a hypermarkety.

Růst maloobchodního prodeje ekologického ovoce a zeleniny se velmi rychle zvyšuje, zejména jako reakce na klesající poptávku po masu a mléčných výrobcích.

Trh s ekologickým ovocem a zeleninou ve Francii

Francie je státem, jehož cílem je stát se do roku 2010 evropským vůdcem v zásobování ekologickými potravinami. S odhadovanou hodnotou prodeje ekologických potravin je v současné době na čtvrtém místě v Evropě za Německem, Velkou Británií a Itálií.

Ekologické ovoce a zelenina jsou pěstovány na přibližně 28 000 ha, což představuje 7,5% ekologicky obdělávané půdy. Ekologickou zeleninu pěstuje více než 2100 farem, zejména v regionu Bretagne. Základními produkty jsou brambory, zelí, čočka, tykev, salát a artyčoky. Pěstován ekologicky je i chřest, čekanka, cibule, hrách, fazole, pórek, rajčata a další druhy zeleniny.

Více než 2200 farem pěstuje ekologické ovoce. Hlavními regiony jsou Rhone Valley, pobřeží Středozemního moře a jihozápad Francie. Na největší ploše jsou pěstovány kaštiny, jablka, švestky, meruňky, kiwi, mandle a třešně. Menší podíl pak zaujímají broskve, hrušky, mandarinky, černý rybíz a další. Současným trendem je rozšiřování ploch ekologicky pěstovaného kiwi, meruněk, broskví, bobulových plodin a ořechů.

Celkový prodej ekologických potravin představuje ve Francii cca 10% celkového prodeje ekologických potravin v EU. Ekologické potraviny představují méně než 1% výdajů domácností na potraviny.

Ekologické ovoce a zelenina představují přibližně 25% maloobchodního prodeje ekologických potravin, což je druhý největší segment ekologického trhu po obilovinách (viz tabulka č. 3).

Podstatný podíl (odhadem 30 – 35%) ekologického ovoce a zeleniny je exportován do Velké Británie, Skandinávie, Německa a Švýcarska, kde jsou ceny příznivější než na domácím trhu. Předními prodejci ekologických potravin se ve Francii staly konvenční supermarket. Specializované obchody se zdravou výživou na tuto skutečnost reagovaly zvýšením průměrné plochy svých prodejen a tím vytvořily ekologické supermarket. Jejich počtem zaujala

Francie první místo v Evropě.

Tabulka č. 3 Struktura ekologického trhu potravin ve Francii (v %)

Potravina	Podíl	Potravina	Podíl
Obiloviny	42	Ovocné džusy	6
Víno	2	Mléčné výrobky	8
Ovoce a zelenina	25	Maso a drůbež	3
Sojové produkty	6	Ostatní	8

Zdroj: Bio convergne

Distribuční cesty ekologických potravin ve Francii tvoří z 29% obchody se zdravou výživou, 16% je přímý prodej, 38% supermarkety a 17% pekařství.

Přestože se konvenční supermarkety staly předními prodejci ekologických potravin, je situace zcela jiná v případě ekologického ovoce a zeleniny. Ta je převážně pěstována menšími farmáři, kteří prodávají svou produkci přímo spotřebitelům nebo prostřednictvím družstev, případně dalších forem organizací. U ovoce a zeleniny tvoří přímý prodej okolo 50% domácí produkce. Distribuční cesty ekologického ovoce a zeleniny zahrnují ze 48% přímý prodej, 20% supermarkety a 32% specializované obchody.

Ve Francii existuje služba, zajišťující domácnostem, které si tuto službu předplatí, každý týden dodávku košíku ekologického ovoce a zeleniny.

Průměrná maloobchodní cena ekologických potravin je ve Francii o 25 – 35% vyšší než u potravin konvenčních. Poměrně velké rozdíly v cenách existují mezi supermarkety a specializovanými obchody s ekologickými produkty, které prodávají za ceny vyšší. U ekologického ovoce a zeleniny jsou rozdíly v cenách oproti konvenčním produktům ještě větší, mnohdy až o 100%.

Tempo růstu trhu s ekologickými produkty se ve Francii zvyšuje, vývoj trhu s ekologickým ovocem a zeleninou bude do značné míry záviset na chování řetězců supermarketů, kde je především předpokládáno rozšíření prodeje. V současné době se ovoce a zelenina podílí pouze 0,5% na celkovém prodeji ekologických produktů v supermarketech. Důvodem je zejména nedostatečná nabídka, nepravidelné dodávky, kazivost ekologických produktů a balení ekologického ovoce a zeleniny při prodeji, což zvyšuje cenu a vytváří problém pro ekologické výrobce, kteří nejsou vybaveni balícím zařízením.

Ve Francii je předpokládáno slučování dodavatelů a vertikální integrace, což by mělo vést ke zkrácení marketinkového řetězce, k efektivnější distribuci a nižším maloobchodním cenám.

ZÁVĚR

Z analýzy trhu s ekologickým ovocem a zeleninou v Itálii a ve Francii vyplynuly některé poznatky, které jsou typické i pro ostatní státy.

Ke zvýšení podílu ekologického ovoce a zeleniny na trhu ekologických potravin může přispět vyřešení několika problémů, prodej omezujících.

Prvním problémem je nedostatečná informovanost spotřebitelů o ekologických produktech a o ekologickém zemědělství obecně. Nedostatečná je i výchova k modernímu životnímu stylu, uznávajícímu potřeby trvale udržitelného rozvoje.

Dalším významným problémem jsou vysoké ceny ekologických produktů, které se stávají hlavní překážkou pro spotřebitele, kteří, i když uznávají, že ekologické potraviny jsou kvalitní, nejsou většinou ochotni velký cenový rozdíl financovat.

Opět to souvisí s nízkou informovaností spotřebitelů o rozdílech mezi ekologickými a konvenčními potravinami a opodstatněnosti rozdílu v cenách.

Problémem je i věrohodnost původu ekologických produktů a nedůvěra spotřebitelů v systém

kontroly a certifikace.

Za problém je možno považovat i nedostatek ekologického ovoce a zeleniny v obchodech, neboť ekologický sektor je roztržštěný a nabízené množství je malé. Supermarkety pak mají problémy vytvořit obchodní vztahy s dodavateli, což je odrazuje od větší účasti při prodeji ekologického ovoce a zeleniny.

Literatura:

Živělová, I., Jánský, J.: Vývojové tendence ekologického zemědělství v zemích EU a v České republice. Acta universitatis agriculturae et silviculturae Mendelianae Brunensis, č.2, roč. L, s.179-186, ISSN 1211-8516

Jánský, J., Živělová, I., Novák, P.: Economical efficiency of agricultural enterprises in the system of organic farming. Zemědělská ekonomika, č. 5, 2003, roč. 49, s. 242 – 246. ISSN 0 139-570X

Jánský, J., Živělová, I.: Vývoj trhu s ekologickými produkty ve vybraných evropských zemích. Sborník z konference

Kontaktní adresa:

Ing. Jaroslav Jánský, CSc., Prof. Ing. Iva Živělová, CSc.,

Ústav podnikové ekonomiky, Mendelova zemědělská a lesnická univerzita v Brně, Zemědělská 1, 613 00 Brno, Česká republika, tel. +420545132009, podeko@mendelu.cz