




## IMAS Agri: Rolnictwo ekologiczne w opiniach firm z branży ekożywności

Z obserwacji konsumentów oraz badań IMAS International wynika, iż branża ekologiczna w Polsce rozwija się dynamicznie. Żywność ekologiczną można znaleźć nie tylko na półkach sklepów ze zdrową żywnością, ale również zwykłych - osiedlowych, marketów, jak również targowisk. Czy jest to łatwy i intratny biznes, czy może trudna walka o przetrwanie?

Wiedza oraz świadomość konsumentów rośnie i pomimo wyższej ceny ekożywności w porównaniu do konwencjonalnej, żywność ta znajduje coraz szersze grono stałych klientów. W przypadku wielu ekoproduktów popyt przewyższa podaż (z danych IMAS International wynika, że dotyczy to głównie mięsa i wędlin, pieczywa oraz produktów mlecznych typu mleko, sery czy jogurty). Porównując rynek ekożywności w 2017 z poprzednim rokiem, zaobserwowano co prawda spadek areалу upraw o 42 tys. ha i mniejszą o 2,1 tysięcy liczbę ekorolników, jednakże nastąpił znaczący procentowy wzrost liczby podmiotów przygotowujących produkty ekologiczne (więcej o 12,8%), co może świadczyć o rozwoju ekologicznego przetwórstwa i konfekcjonowania.

### Wybrane wskaźniki rozwoju rynku ekożywności (lata 2016 - 2017)



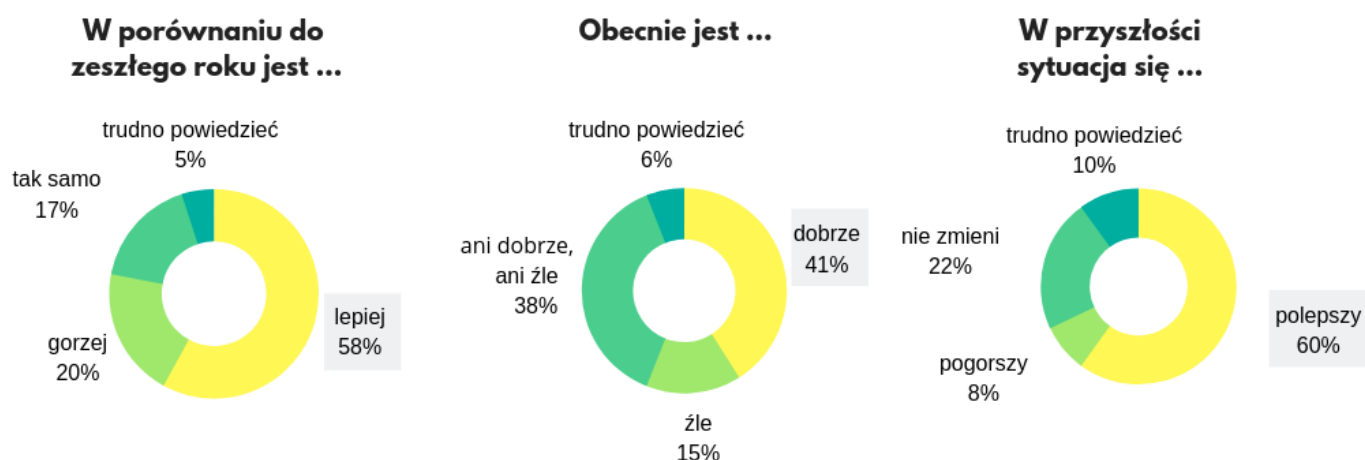
			
2016	537 tys. ha	22,4 tys.	705
2017	495 tys. ha	20,3 tys.	795
<b>zmiana w %</b>	<b>-7,8%</b>	<b>-9,4%</b>	<b>+12,8%</b>
	<b>areal upraw</b>	<b>liczba ekorolników</b>	<b>podmioty przygotowujące produkty eko</b>

Źródło: GUS „Rocznik Statystyczny Rolnictwa 2018”  
Ministerstwo Rolnictwa i Rozwoju Wsi

### Jak ekofirmy oceniają aktualną sytuację i czy z optymizmem patrzą w przyszłość?

Z ostatniego badania biznesowego IMAS International wynika, że oceny aktualnej sytuacji panującej w branży są pozytywne (41%) lub neutralne (38%). Ekofirmy zauważają poprawę sytuacji w porównaniu do ubiegłego roku (58% uważa, że sytuacja jest lepsza) i pozytywnie patrzą w najbliższą przyszłość (60% uważa, że sytuacja się polepszy, a tylko 8%, że pogorszy).

## Sytuacja w branży ekożywności w oczach jej przedstawicieli

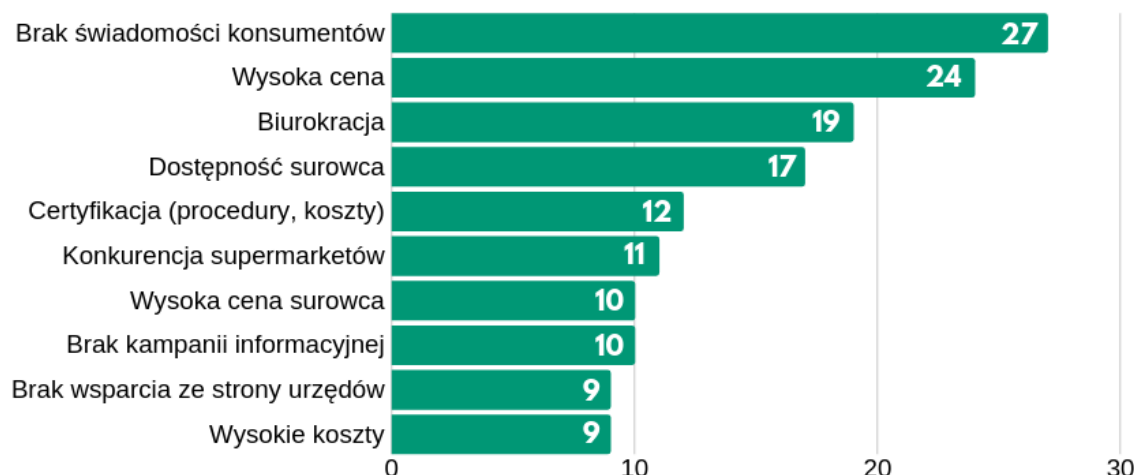


Podstawa, n=100 firm z branży ekożywności (Producenci/Rolnicy, Przetwórcy, Dystrybutorzy, Sprzedawcy)

Źródło: IMAS International „Żywność ekologiczna w Polsce 2018”

Ten optymizm musi skonfrontować się z wieloma wyzwaniami, z którymi mierzą się firmy na różnych etapach działalności. Ekofirmy najczęściej wskazują na nadal dość niską wiedzę konsumentów (27%), m.in. w obszarze odróżniania certyfikowanych produktów BIO od „ekologicznych” produktów z działki (sprzedawanych na targowiskach jako ekologiczne). Do kolejnych wyzwań należą wysokie cen produktów ekologicznych (24%), skomplikowana sytuacja formalno-prawna (19%) oraz problemy z dostępnością niektórych surowców (17%) – do których należą m.in. wspomniane wcześniej produkty nabiałowe.

## Aktualne problemy branży ekożywności, TOP 10 (wyniki w proc.)



Podstawa, n=100 firm z branży ekożywności (Producenci/Rolnicy, Przetwórcy, Dystrybutorzy, Sprzedawcy)

Źródło: IMAS International „Żywność ekologiczna w Polsce 2018”

Respondenci biorący udział w badaniu biznesowym, podawali interesujące przykłady problemów, z jakimi się borykają:

- Nieraz trzeba zjechać pół Polski, aby móc kupić ekologiczne owoce czy warzywa. **Producent/ Przetwórca**
- Proces certyfikacji jest dość skomplikowany i trwa bardzo długo na naszym rynku, w przypadku przetworzenia i obrotu mógłby zostać skrócony, często uniemożliwia szybkie odpowiadanie na potrzeby rynku i powoduje koszty utraconych korzyści. Również koszt takiego certyfikatu jest dużą przeszkodą dla małych przedsiębiorstw. **Przetwórca/ Dystrybutor**
- Rozwój branży jest uwarunkowany wzrostem świadomości konsumentów, konsumenci muszą rozumieć, jaka jest różnica pomiędzy produktem pochodzącym od masowego wytwórcy, a produktem lokalnym, niszowym, wytworzonym ekologicznie. Tak długo, jak będą oceniać produkt tylko przez pryzmat ceny - produkty ekologiczne czy tradycyjne będą przegrywały. **Przetwórca**
- Największa bariera jest cena. Jest za duża dysproporcja cenowa między żywnością ekologiczną, a konwencjonalną w Polsce. W Niemczech różnica cen jest mniejsza. **Dystrybutor**
- Niskie ceny supermarketów na produkty świeże ekologiczne, często gorszej jakości, mniej smacznych odmian, powodują, że klienci kierujący się ceną, a takich jest większość, przechodzą do robienia zakupów w marketach, a polscy rolnicy ekologiczni nie mają zbytu. **Dystrybutor**

Katarzyna Łozińska-Wróbel, badacz prowadzący projekt Ekożywności w IMAS, dodaje: „*Pomimo tych wyzwań można spodziewać się, że branża ekożywności niesiona przekonaniem o możliwym sukcesie, nadal będzie rosła. Trudno powiedzieć, w jakim tempie, ale pewne jest jedno – jest to w Polsce jeszcze trudny biznes.*”

Więcej raportów IMAS Agri: <http://imas.pl/raporty/imas-agri/>

#### O BADANIU

IMAS International (imas.pl) w dniach od 23 października do 6 listopada 2018 roku badanie dotyczące żywności ekologicznej. Badanie zrealizowano metodą ankiety internetowej CAWI, na celowej próbie firm z branży żywności ekologicznej i tradycyjnej, n=100. Dodatkowo przeprowadzono również badanie konsumenckie na reprezentatywnej próbie Polaków w wieku 15-65 lat; N=1000. Więcej informacji o obu badaniach można znaleźć na stronie [www.imas.pl](http://www.imas.pl).

#### O IMAS INTERNATIONAL

IMAS International Sp. z o.o. ([www.imas.pl](http://www.imas.pl)) od 1994 roku zajmuje się profesjonalnymi badaniami rynku i opinii społecznej. Prowadzi badania w Polsce i za granicą. Od 2017 roku prowadzi rolniczy panel badawczy IMAS Agri ([www.imasagri.pl](http://www.imasagri.pl)), w ramach którego wspólnie z rolnikami pomaga firmom i instytucjom związanym z branżą rolną w ulepszaniu produktów i dopasowywaniu usług do zmieniających się warunków pracy farmera.