



Plan de Actividades ASOBIO 2021

Actividades desarrolladas 2021

1. Actividad de captación de socios.
2. Actividad de comunicación externa.
3. Actividades sectoriales.
4. Relaciones institucionales, de representación y lobby.
5. Servicios a socios: actividad de información sectorial.
Estudio ESBIO.



1.- Captación Socios

Relación de empresas asociadas (septiembre 21)

- **33 empresas líderes** del sector de la elaboración y comercialización ecológica.
- Más de **400 Mill€** de facturación conjunta.
- **Amplia diversidad.** Grandes, medianos y pequeños elaboradores y comercializadores.



1.- Captación Socios

Representatividad ASOBIO:

- Presencia nacional: **10 CCAA.**
- **50% de la elaboración nacional** de productos ecológicos*.
- **40% de la comercialización** especializada nacional de productos ecológicos.

* Elaboración de vinos y aceites no incluido.





Actividades desarrolladas 2021

1. Actividad de captación de socios.
2. **Actividad de comunicación externa.**
3. Actividades sectoriales.
4. Relaciones institucionales, de representación y lobby.
5. Servicios a socios: actividad de información sectorial.
Estudio ESBIO.



2.2 Generación de Información Sectorial:

Creación de contenidos de interés sectorial y publicación en web corporativa.



España, con más de 2,4 millones de hectáreas escala puestos y se sitúa en el podio mundial productivo tras Australia (35,7) y Argentina (3,6).



El reciente informe elaborado por FiBL "The World of Organic Agriculture 2019" presenta los últimos datos mundiales del sector ecológico.

FiBL, uno de los principales centros de información internacionales sobre agricultura ecológica, acaba de publicar los nuevos datos anuales del sector ecológico internacional en el certamen BIOFACH 2021 que muestran un nuevo récord en la superficie ecológica alcanzando los 12,1 millones de hectáreas a nivel internacional en el año 2019.

Las principales megpotencias internacionales son:

* Decimosexta internacional de 1,8 millones de hectáreas (registro a 2018 alcanzando los



Obtiene el mayor crecimiento de los registrados en los últimos 15 años en el consumo interno.



El sector ecológico británico obtiene un crecimiento interanual del 12,6%.

La asociación británica asesora al gobierno en último informe "The Organic Market Report 2021" que muestra los datos de consumo interno de productos ecológicos en 2020 y que confirman un crecimiento interanual del 12,6% alcanzando los 2.730 millones de libras (3.180 MUR aprox).

El análisis pronostica un crecimiento especial para finales del 2021 alcanzando los 2.800 millones de libras (3.260MUR aprox).

Los principales canales comerciales en términos de crecimiento han sido el canal online y reparto a domicilio con un aumento del 26,2%, y representando el 23% de las ventas totales (ventas online de supermercados incluidas) y sobrepasando las ventas del canal especializado minorista.

El crecimiento de productos de cosmética, belleza y textiles ecológicos destaca sobre el resto.

Más info:

Ver el informe Market Report 2021

Participa en ASOBIO:

(¿Quieres más información sobre cómo participar?)



El consumo de productos ecológicos alcanza un nuevo récord



El sector ecológico internacional continúa batuyendo récords de consumo.

Bata la tercera economía de la Unión Europea, continúa su crecimiento del 11,9% en los últimos 10 años, alcanzando los 4.782 MUR de consumo interno según el último informe "Rapporto Bio Bank" elaborado por la prestigiosa organización BIOBANK. Al mismo tiempo, el informe concluye que las expectativas han crecido a un ritmo del 13,6% superando los 2.818 MUR.

Destacamos:

Más info: 0034968.10.03112021

Participa en ASOBIO:

2.3 Newsletter sectorial

Boletín de comunicación informativa dirigida a socios y terceros.

800 suscriptores.



ASOBIO estrena web oficial



ASOBIO lanza la nueva web www.asobio.org

La Asociación Española de Elaboradores y Comercializadores Ecológicos entra en el mundo online con una nueva web concebida como foro de información sectorial para profesionales.

En ella podrás encontrar las actividades de la asociación y sus objetivos, conocer a la Junta Directiva y nuestros socios, así como acceder a un portal de información dirigido a todos los agentes del sector ecológico profesional.

¡Visítala ya!

Para acceder pinchando aquí: www.asobio.org

Participa en ASOBIO

¡Hazte socio ahora!

Únete a ASOBIO, y forma parte de la asociación profesional del sector ecológico creada para representar al sector y fomentar la alimentación ecológica en el mercado nacional. Una nueva red que pretendes:

- Liberar una red de elaboradores y comercializadores de productos de alimentación ecológica y complementos alimenticios.
- Crear pasión común, recuperar el modo de alimentación ecológica y defender sus beneficios con una voz única.
- Dar voz a los intereses comunes del sector y representar la posición sectorial ante Administraciones Públicas nacionales, internacionales y otras organizaciones.
- Desarrollar un sistema de información de calidad para la evolución profesional del sector.
- Considerarse como referente de información del sector ecológico.
- Difundir los beneficios del sector para conseguir una mayor concienciación por parte de la sociedad y un aumento del consumo ecológico.

Solicita más información de cómo participar en info@asobio.org

(Te esperamos)

www.asobio.org

Actividades ASOBIO



ASOBIO participa en BioCulturaON

La asociación Española de Elaboradores y Comercializadores Ecológicos participará en la próxima edición digital de BioCulturaON el próximo viernes 23 de agosto entre las 10:00h y las 14:00h en "Redes de productores ecológicos y redes de consumidores responsables" de ASOBIO.

Este evento, promovido por ASOBIO, tendrá como objetivo dar voz a los productores ecológicos y a los consumidores responsables, así como a los agentes del sector ecológico profesional. El evento se realizará en formato online y tendrá lugar el día 23 de agosto de 2020 para contribuir y fomentar la comprensión de estos fenómenos.

¡Inscríbete ya!

Para acceder pinchando aquí: www.asobio.org

Noticias sectoriales



FRAGA: El sector ecológico profesionalizado continúa la formación itinerante de sus miembros

El sector ecológico profesionalizado continúa la formación itinerante de sus miembros...



Algunos comercializadores presentan "Alimentos de Egipto a la Producción Ecológica local"

Algunos comercializadores presentan "Alimentos de Egipto a la Producción Ecológica local"...

ASOBIO participa en BioCultura Barcelona



ASOBIO participará en la próxima edición presencial de BioCultura Barcelona (stand 222) que tendrá lugar en el Palau Sant Jordi entre el jueves 8 y domingo 11 de julio.

Invitamos a socios, amigos e interesados a fomentar el sector ecológico a nivel nacional a través de un stand 222 para conocer de primera mano las actividades de representación, comunicación e información que ASOBIO está realizando en la actualidad.

BioCultura es la feria pionera de productos ecológicos y consumo responsable que se celebra cada año, de forma excepcional, en unos 200 espacios dedicados a los sectores de alimentación bio, comercio ecológico, moda sostenible, casa ecológica, consumo responsable, artesanía y ONGs. Tradicionalmente a la exposición se celebran más de 400 actividades (presentes y online) y se esperan unas 20.000 visitantes para cumplir con las normas de aforo obligadas por la situación sanitaria.

Conoce una reunión con nosotros enviando un correo a info@asobio.org

Ten en cuenta que en la nueva edición presencial "Post COVID", los horarios del evento han sido ajustados para cumplir los protocolos de seguridad exigidos estableciendo dos turnos, uno de mañana y otro de tarde de jueves a domingo.

¡Te esperamos!

ASOBIO en medios



ALMARKET: El informe sobre Alimentación Ecológica acaba entrevistando al presidente de ASOBIO.

¡Reclamamos la aplicación de una facilidad ventajosa para los productores

ARAL Revista del Gran Consumo: Entrevista a ASOBIO en su último informe "Nutri" sobre Alimentación Ecológica 2020

2.4 Redes Sociales

Comunicación informativa a socios y terceros a través de perfil de LinkedIn.

1.000 suscriptores.



2.5 Participación en medios

Colaboración en medios de comunicación de relevancia para el sector.

Informes sectoriales:
Alimarket, Revista Aral.

© Publicaciones Alimarket, S.A. Queda permitida la reproducción total o parcial de este contenido, incluida la reproducción por medios electrónicos, en que figura esta asociación, explicándose parte de Alimarket.

ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA

.../ ENTREVISTA

J.P.: El fuerte crecimiento de la alimentación ecológica en los últimos 10 años es una característica típica de los mercados jóvenes en fase de expansión, que pasan de un volumen bajo para crecer poco porcentualmente rápidamente. Eso se ha visto impulsado en los últimos años por la incorporación decidida de productores y distribuidores convencionales al segmento ecológico, lo que ha contribuido a hacer más accesible su consumo. Con el tiempo, el mercado ecológico ha generado madurez y consolidación y aún así mantiene una más que notable tendencia de crecimiento al ir comparando con el comportamiento de la alimentación convencional. La situación sentiría ha alterado los patrones de consumo previos creando una nueva situación tanto en las cuotas de mercado de los diferentes canales como en su composición. En términos generales el consumo de productos ecológicos durante la pandemia está siendo positivo, en buena parte debido al aumento entre los consumidores de la preocupación por su salud, que se traduce en la búsqueda de una alimentación sana y saludable, y la escasez en los productos ecológicos. Respecto al comportamiento de los diferentes canales, las condiciones generales por la pandemia han favorecido la compra de proximidad y cercana y ha impactado, como ya ha mencionado sobre las motivaciones del consumidor, que ha buscado productos más saludables.

A.: En el caso de la distribución minorista, ¿las dificultades que están atravesando las especialidades independientes son fruto del contexto actual o del mercado que les están anulando las grandes cadenas de distribución generalistas?

J.P.: El fuerte crecimiento de la alimentación ecológica en los últimos 10 años es una característica típica de los mercados jóvenes en fase de expansión, que pasan de un volumen bajo para crecer poco porcentualmente rápidamente. Eso se ha visto impulsado en los últimos años por la incorporación decidida de productores y distribuidores convencionales al segmento ecológico, lo que ha contribuido a hacer más accesible su consumo. Con el tiempo, el mercado ecológico ha generado madurez y consolidación y aún así mantiene una más que notable tendencia de crecimiento al ir comparando con el comportamiento de la alimentación convencional. La situación sentiría ha alterado los patrones de consumo previos creando una nueva situación tanto en las cuotas de mercado de los diferentes canales como en su composición. En términos generales el consumo de productos ecológicos durante la pandemia está siendo positivo, en buena parte debido al aumento entre los consumidores de la preocupación por su salud, que se traduce en la búsqueda de una alimentación sana y saludable, y la escasez en los productos ecológicos. Respecto al comportamiento de los diferentes canales, las condiciones generales por la pandemia han favorecido la compra de proximidad y cercana y ha impactado, como ya ha mencionado sobre las motivaciones del consumidor, que ha buscado productos más saludables.

A.: ¿Afectarán las posibles dificultades económicas en España al consumo de productos de alimentación ecológica?

J.P.: Siendo un elemento de decisión importante también en ecológico, el precio no influye en la elección del consumidor de esta forma tan masiva como en la alimentación convencional. Debe razonarse pensar que el escenario económico puede llevar a una contracción en el consumo de alimentos ecológicos a causa de los menores recursos, pero creo que esta posible contracción tendría un efecto limitado a consumidores más necesitados y de menor tradición de consumo. El consumidor ecológico más tradicional y con años de experiencia de consumo no va a variar sus hábitos de consumo de forma significativa. Se trata de un consumidor muy concienciado en sus decisiones de compra.

A.: En el mercado español, por lo general, las marcas generalistas no han logrado tener éxito con sus gamas bio frente a los especialistas. ¿Por qué sucede esto?

J.P.: Creo que es debido a dos factores principalmente. Primero, el perfil de consumidor de mayor gasto es el que más años tiene consumiendo y más ser fieles a las marcas que está habituada. Y, segundo, las expectativas de venta de nuevos actores no se llegan a cumplir al ritmo que necesitan.

A.: Se acaba de poner en marcha el "Plan de Acción Para la Agricultura Ecológica" a nivel europeo. Al margen de lo que esto supone para el sector primario hortofrutícola, ¿qué mejoras puede introducir en

Alimarket | Opinión | Consumo

176

Mayo 2022

A FONDO

En primera persona

Ignasi Aguiló
Presidente de la Asociación de Agricultores Ecológicos de España (Asociedad Española de Agricultores y Comerciantes Ecológicos)

"EL CONSUMO NACIONAL DE PRODUCTOS ECOLÓGICOS MANTIENE SU BUENA SALUD Y PRESENTA UN FUTURO PROMETEDOR"

SITUACIÓN ACTUAL DEL MERCADO ECOLÓGICO. - En términos generales, se puede afirmar que el consumo nacional de productos ecológicos mantiene su buena salud y presenta un futuro prometedor. Si bien es cierto que las restricciones derivadas de la situación sanitaria han afectado a ciertos canales, como por ejemplo Horeca, esta situación se ha compensado en gran medida con el aumento del consumo de otros canales con lo que se evidencia el buen comportamiento iniciado en una situación como la que estamos viviendo.

CONSECUENCIAS DEL FACTO VEYDI EUROPEO. - El aumento de inversión de las políticas públicas europeas dirigidas, lideradas por Francia y España, va a suponer el impulso definitivo al sector de la alimentación ecológica. Recientemente, se ha aprobado el Plan de Acción Europeo para la Agricultura Ecológica 2021-2027 que es un punto de inflexión a partir del cual la alimentación ecológica va a mejorar el cambio de modelo alimentario y productivo, impulsando el camino para conseguir un alimento sano, saludable y sostenible. Este nuevo paradigma permitirá mejorar y estimular el consumo de productos ecológicos en España de forma que la mayor demanda genere un aumento de la superficie productiva ecológica para alcanzar el 20% en total en 2030. Desde un momento se ha estimado a España que tiene que aumentar el número de productores ecológicos para el consumo por habitante nacional. Así lo presenta 30 euros por persona anuales lo que contrasta con el medio europeo de 64 euros y lejos de perder más desahogada como Italia con más de 130 euros por persona anuales. Esta situación es la a lo contrario de los problemas actuales y que presenta un futuro prometedor.

INFLUENCIA DE LA COVID-19. - La situación sanitaria ha alterado los patrones de consumo previos creando una nueva situación tanto en las cuotas de mercado de los diferentes canales como en su composición. En términos generales, el consumo de productos ecológicos durante la pandemia está siendo positivo, en buena parte debido al aumento entre los consumidores de la preocupación por su salud, que se traduce en la búsqueda de una alimentación sana y saludable, y la escasez en los productos ecológicos. Respecto al comportamiento de los diferentes canales, las condiciones generales por la pandemia han favorecido la compra de proximidad y cercana y ha impactado, como ya ha mencionado sobre las motivaciones del consumidor, que ha buscado productos más saludables.

PERSPECTIVAS. - El fuerte crecimiento de la demanda de productos ecológicos en los últimos 10 años es una tendencia que se observará en todos los países europeos. En concreto en España se ha visto impulsado por la incorporación decidida de productores y distribuidores convencionales al segmento ecológico, lo que ha contribuido a hacer más accesible su consumo y mantenerlo un más que notable comportamiento al ir comparando con la alimentación convencional.

OBJETIVOS DE LA ASOCIACIÓN. - ASOCEO está al punto de representar a las empresas del sector ecológico y fomentar la alimentación ecológica en el mercado español. Como asociación profesional ya se han integrado 27 socios, empresas líderes del sector ecológico nacional, que suponen aproximadamente los 600 millones de euros de facturación, representando cerca del 30% de la elaboración ecológica a nivel estatal y el 45% de las ventas de canal minorista especializado.

Descubre

12% de los encuestados adquiere estos productos porque padecen alergias, otro 13% los compra pensando que son más saludables a pesar de no tener ningún tipo de alergia ni intolerancia alimentaria. Cabe resaltar, respecto a 2018, que el concepto de "más sano" aumenta y la necesidad de comprar también lo hace.

Conforme a la IMAC, el 38% de los encuestados consume productos ecológicos, biológicos, etc. por ser una opción más natural y saludable, siempre en primer lugar lo tiene para su consumo. Además, cabe destacar que un 7% preferiría consumir alimentos biológicos o ecológicos sobre la base de recomendaciones por la dieta que sigue.

A lo largo de los años, se mantiene la proporción de encuestados que confía en estos alimentos por ser una opción más sana y natural. Esto aumenta para el representar un 23% en 2019, a un 32% en 2011, y

18 | mayo 2022



Actividades desarrolladas 2021

1. Actividad de captación de socios.
2. Actividad de comunicación externa.
3. **Actividades sectoriales.**
4. Relaciones institucionales, de representación y lobby.
5. Servicios a socios: actividad de información sectorial.
Estudio ESBIO.



3.- Actividades Sectoriales

3.1 Organización presentación en España «Plan de Acción Europeo para la Agricultura Ecológica».



Con la participación



Con la colaboración



3.- Actividades Sectoriales

3.1 Organización presentación en España «Plan de Acción Europeo para la Agricultura Ecológica».

Participantes Inscritos

Evento Redes Sociales	782
Registro ASOBIO > Conferencia	341
Registro ASOBIO > Rueda Prensa	36
Total	1.159

Emisiones

Video Conferencia Plan Acción	814
Video Rueda Prensa Plan Acción	55
Total	869

* Directo y diferido hasta 20/04

Coberturas en medios

	Día	Impactos
Difusión Aprobación del Plan Acción Ecológico Europeo	26/03/2021	27
Difusión Jornada Presentación en España de Plan de Acción Europeo	12/04/2024	11
Conclusiones Jornada de Presentación en España	19/04/2024	12
Total		50

* No incluido coberturas en RRSS

Principales coberturas



RTVE- La2 (Agrosfera)
17/04/2021



El Confidencial
20/04/2021



RNE (Mundo rural)
31/03/2021



Bioeco Actual
15/04/2021



ABC (Agrònoma)
16/04/2021



Alimarket
25/03/2021

3.- Actividades Sectoriales

3.2 Participación en eventos sectoriales:



BioCultura ON
Enero 2021



BioCultura Barcelona
Julio 2021



Organic Food Iberia
Septiembre 2021

Actividades desarrolladas 2021

1. Actividad de captación de socios.
2. Actividad de comunicación externa.
3. Actividades sectoriales.
4. **Relaciones institucionales, de representación y lobby.**
5. Servicios a socios: actividad de información sectorial.
Estudio ESBIO.



4.- Relaciones Institucionales

4.1 Fijación de posición común ASOBIO.

Redacción, propuesta, proceso participativo y consenso sobre asuntos prioritarios para ASOBIO y redacción de la posición común de sus socios al respecto.



4.- Relaciones Institucionales

4.2 Estrategia sectorial conjunta con otras organizaciones sectoriales.



Por primera vez a nivel nacional: Estrategia sectorial conjunta ante MAPA:

- Nuevo Plan de Acción Nacional para AE: Dialogo participativo para elaboración nuevo Plan de Acción/Hoja de Ruta.
- Propuestas sectoriales.
 - Objetivo superficie productiva: 25% en 2030.
 - Objetivo consumo alimentario: 10% en 2030.
 - Objetivo compras públicas alimentación: 20% en 2030.
 - Cambios en fiscalidad: IVA superreducido 4% para productos bio
- Participación activa en desarrollo de la campaña de promoción «El país mas rico del mundo»/ Productos ecológicos.
- Reclamación de fondos Next Generation EU para sector ecológico.
- Reclamación sobre incoherencia de datos sectoriales:
 - Informe de Consumo Alimentario MAPA.
- Homogeneización de sistemas de certificación publico-privada y territoriales.



4.- Relaciones Institucionales

4.3 Otras acciones de ASOBIO con Administraciones.

- Contacto directo con la Dirección General de Calidad y Evaluación Ambiental del Ministerio de Transición Ecológica.
- Propuesta de plan de trabajo para desarrollo de iniciativas con la DGCEA dirigidas a potenciar el Sector Ecológico nacional desde las competencias del Ministerio de Transición Ecológica.



4.- Relaciones Institucionales

4.4 Relación con instituciones y organizaciones internacionales.

- Contacto con la Dirección General de Agricultura Ecológica y Desarrollo Rural de la Unión Europea y su consejero principal.
- Contacto con organizaciones sectoriales análogas a ASOBIO en Europa. Establecimiento de sinergias con estas entidades para aprovechamiento de la experiencia obtenida anteriormente en otros países europeos en relación a temas de interés común. ASSOBIO Italia, Synadis Bio.
- Contacto con IFOAM EU y OPTA Europe.



AssoBío

SYNABIO

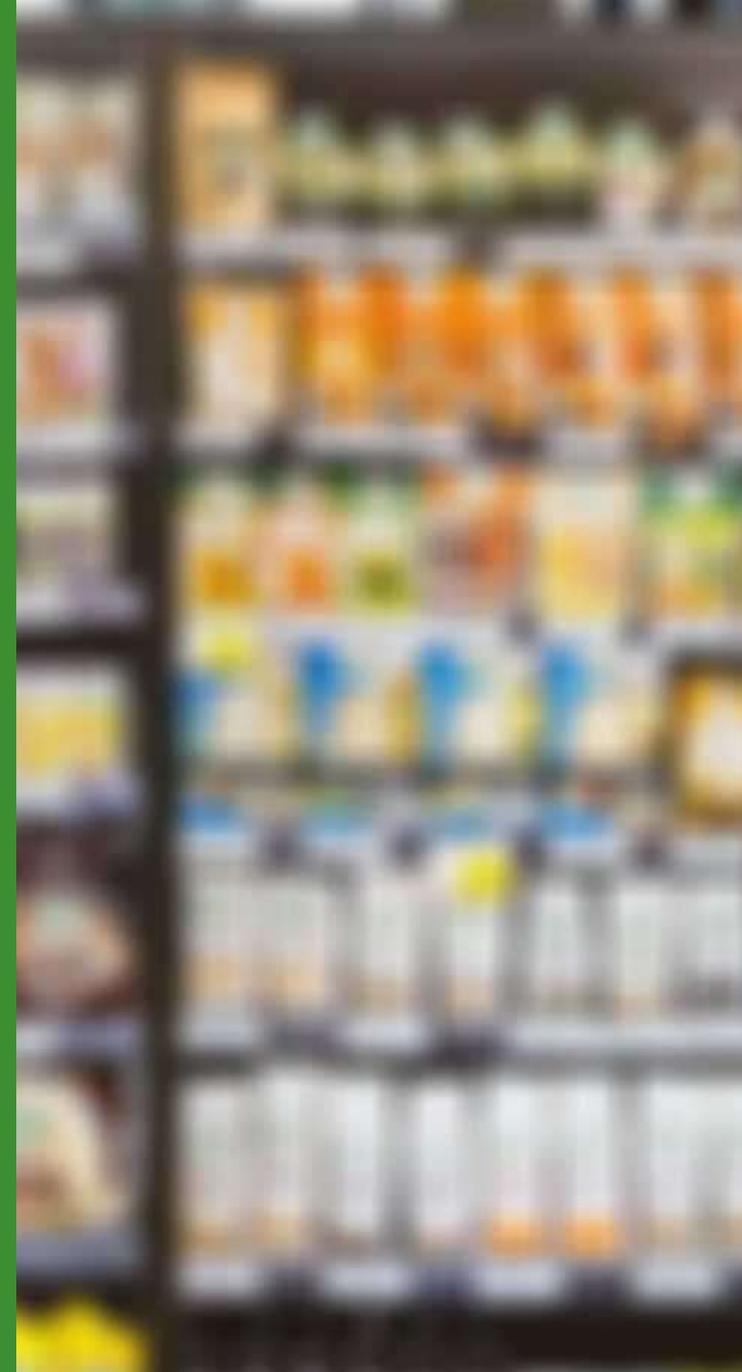
IFOAM
ORGANICS EUROPE
MAKING EUROPE MORE ORGANIC

OPTA
Organic Processing
and Trade Association
Europe



Actividades desarrolladas 2021

1. Actividad de captación de socios.
2. Actividad de comunicación externa.
3. Actividades sectoriales.
4. Relaciones institucionales, de representación y lobby.
5. **Servicios a socios: actividad de información sectorial.**
Estudio ESBIO.



5.- Servicios a Socios

5.1 Estudio Sectorial ESBIO.

Análisis trimestral de la evolución de las ventas de productos ecológicos en canal especializado.

(Datos de gráficas ficticios).





www.asobio.org

Más información:

info@asobio.org

633 588 200

C/Dr. Castelo 44

28009 Madrid