

si tenemos en cuenta que el 90% del consumo mundial de productos ecológicos tiene lugar sólo en el top de diez principales países”, dicen en el MAPA.

“El crecimiento del consumo total para el periodo 2014-2018 ha sido destacado al superar el 81%, hasta alcanzar los 2.178 millones de euros, con crecimientos de dos dígitos en cada uno de esos años”, dice el portavoz de la dirección general de Industria Alimentaria del MAPA; “esto sólo supone el 2,11% del consumo total de alimentos y bebidas en España, pero ello no deslucen el importante avance del consumo interior, que ha sido uno de los objetivos tanto de la Administración como del sector” Esta misma fuente asegura que el mayor porcentaje de dicho consumo se lleva a cabo por parte de los hogares, mientras que el consumo de productos ecológicos en el canal de Hostelería y Restauración (HORECA) tan sólo alcanza el 3,2%, con un peso específico del producto ecológico en el consumo total del canal del 0,2%; “a ello no es ajeno posiblemente el hecho de que la reglamentación sobre producción ecológica deje fuera de su ámbito de aplicación a la restauración colectiva”.

“La gente que es muy habitual del sector ecológico suele comprar en establecimientos especializados y, de forma más esporádica, en grandes superficies; en cambio, las personas que suelen comprar ecológico sólo de manera esporádica op-

tan mayoritariamente por hacerlo en grandes superficies; las dos tendencias son compatibles”, dice Ángeles Parra, presidenta de la asociación Vida Sana; “hasta ahora, los consumidores de ecológico han preferido los establecimientos especializados, las tiendas del sector”.

Lo que más valoran los consumidores con respecto a estos alimentos y bebidas es, según la directora de la feria BioCultura “que aportan salud, bienestar, que contribuyen a la prevención de enfermedades; también tienen en cuenta que son más sanos para el planeta y para los ecosistemas, o que en sus sistemas de producción tengan en cuenta el bienestar animal” Pero además, según Parra, “el consumidor opta por alimentos locales, de circuito corto de comercialización como otro de los valores añadidos de los ecológicos certificados”; “diría que la ciudadanía va por delante de la política, de la industria, o del empresariado, pues lo que más ha crecido es el consumo familiar, doméstico y especialmente por lo que se refiere a un perfil de consumidores, los llamados millennials, sobre todo aquellos que han sido padres”.

Por tipo de productos y tal y como recoge el estudio elaborado por el MAPA, la mayor cuota de participación corresponde a las referencias ecológicas de origen vegetal, con un valor de 1.230 millones de euros, seguidas de lejos por los productos de

organic
food
IBERIA

IFEMA, Feria de Madrid
3-4 junio 2020

LOCALIZADA CON



La feria Internacional imprescindible
para profesionales del sector ecológico
Ecológico. Porque te importa.

@FoodIberia

Organic Food Iberia

Organic Food Iberia

@organicfoodiberia

Socializa con nosotros:

Busca Organic Food Iberia

#OFI2020

Organic Food Iberia tendrá lugar el 3 y 4 de junio de 2020 en IFEMA, Feria de Madrid
Descubre más información en www.organicfoodiberia.com

ORGANIZADO POR:

diversified
COMMUNICATIONS • UK

