

Luces y sombras del consumo y la producción ecológica en Suiza

Las ventas aumentaron en 2006 en un 1,6% y alcanzaron 1202 millones de francos. El mercado ecológico conserva su dinamismo y las cifras de 2008 siguen demostrando que los suizos son los campeones del mundo en consumo de productos ecológicos. Sin embargo, el número de explotaciones dedicadas a la producción ecológica sufrió una reducción del 4%.

Esto demuestra que las convulsiones de la agricultura a nivel mundial, atañen también a los productores ecológicos. Cada suizo gasta una media de 170 francos (102€) en la adquisición de productos ecológicos. En estas cifras es importante matizar que, al contrario de España, en Suiza el comercio de productos ecológicos está presente también en las secciones de los supermercados digamos convencionales. En el caso Helvético, Coop y Migros son sus dos mayores ejemplos.

Los productos frescos autóctonos están acreditados por la marca “Bourgeon” y su aceptación es muy alta en el mercado suizo. Dichos productos frescos son el estandarte de la agricultura ecológica suiza. En 2006 registraron una cifra de ventas de 580 millones de francos, correspondiendo al 5,7 % total del mercado. La dinámica del mercado es bastante diversa, las frutas registraron un aumento de 12% y una cifra de negocio de 58,5 millones de francos. Las legumbres ecológicas registraron un alza del 8,5% y 112 millones de francos, los huevos por su parte subieron un 4,5% con 32,5 millones de francos. La venta de carne ecológica registró una subida de aproximadamente un 2%.

Los productos lácteos sufrieron un retroceso de ventas en Suiza, sin embargo, el mercado de la exportación constató un alza en las de ventas de queso.

Los productores ecológicos están destinados a especializarse y producir alimentos con características diferenciales cuya demanda tiende claramente al alza

Estos datos hacen que se consacre cada día más importancia a la exportación. La demanda de leche ecológica así como la de queso, es importante en Alemania, Holanda y Bélgica. Las experiencias que se extraen en este campo, demuestran que el mercado de productos lácteos suizos en el exterior puede ser muy productivo. Los consumidores extranjeros acogen con agrado este tipo de productos al diferenciarse claramente del resto de su gama. Un ejemplo es el “Lassi bio”, una variedad de Yogurt Bebible que ha conocido un verdadero éxito en Alemania.

En 2006, eran 5871 las explotaciones que trabajaban según las directrices de la certificación “Bio Suisse” y por lo tanto gozaban de la acreditación “Bourgeon”. Con una reducción de 243 unidades sobre el año precedente, representan el 10,5% del total de el suelo agrícola suizo.

Estas 5871 granjas, explotaban un total de 110.000 hectáreas de terreno, lo que representa un retroceso de 3000 hectáreas sobre el año precedente. Sin embargo, representan aún el 10,5% del total del suelo agrícola suizo. Este porcentaje confirma que la superficie total agrícola suiza ha descendido también. Los cambios estructurales no afectan solamente a la agricultura ecológica.

Las explotaciones con denominación de origen “Bourgeon” han crecido de tamaño. La reducción del número de explotaciones puede responder a causas económicas y a la falta de sucesión en las granjas. Otros agricultores, tienden a escapar de la presión dándole la espalda a la agricultura ecológica o convirtiéndose al “Bio Federal” cuyas normas y reglamentos sustentan menor rigidez.

De cualquier forma, el principal motivo de la disminución de las explotaciones ecológicas reside en los mismos cambios estructurales que incitan también a los agricultores convencionales a abandonar la agricultura.

El mercado mundial confirma un alza de los productos ecológicos. Sobre todo en EE.UU, donde se constata que un producto que conserve su originalidad y su historia, que acredite su procedencia y su técnica de elaboración, tendrá éxito seguro en sus ventas.

Por otra parte, es aún muy pronto para constatar los efectos de la decisión que tomó el parlamento en 2007 por la que se autoriza a una explotación convencional a compartir otra ecológica. Es decir, que autoriza a dividir en dos partes completamente distintas la explotación. De esta forma se elimina el concepto “Bio” del conjunto de la explotación. La asociación “Bio Suisse” rechaza completamente esta decisión. Para esta organización, el concepto global representa un elemento clave de la agricultura ecológica: en una granja en la que se practique el concepto “Bourgeon”, todo debe producirse de forma ecológica. El cumplimiento del ciclo biológico es fundamental. Toda derogación de este principio representa una amenaza para la credibilidad del conjunto de los agricultores ecológicos y desconcierta a los consumidores.

El mercado ha conocido profundas convulsiones, muchos productos baratos han poblado las secciones de los supermercados y son el objeto de grandes campañas publicitarias. El producto ecológico con el distintivo “Bourgeon” sigue teniendo muy buen “mercado” gracias a la confianza que inspira en el consumidor pero sobre todo a su calidad, a su sabor. Es un producto que encaja perfectamente en la compra de quien se preocupa por su salud y por la del planeta. Mantener esta confianza en el consumidor es la clave para que el éxito del producto se mantenga.

Bio Suisse

(fin del artículo)