

ბიო პროდუქტები ევროკავშირში

ბოლო ათწლეულის განმავლობაში ევროკავშირის ქვეყნებში ძალიან დიდი ტემპებით იზრდება ორგანული (ბიო) პროდუქტების მოხმარება. ამას მრავალი ფაქტორი განაპირობებს, რომელთა შორისაცაა მომხმარებლების გაზრდილი ინტერესი ჯანმრთელობის დაცვის და მდგრადობის მიმართ. ევროპის ბევრ ქვეყანაში ბიოპროდუქტებზე მოთხოვნა ჯერ კიდევ აჭარბებს ამ პროდუქტების მიწოდებას და აქ საქართველოს შეუძლია არსებული სიცარიელის ნაწილობრივ ათვისება.

ძირითადი იმპორტირებული ორგანული პროდუქტები ევროკავშირში.

ათი ყველაზე უმსხვილესი საიმპორტო პროდუქტის კატეგორია წარმოადგენს ორგანული პროდუქტების მთლიანი იმპორტის მოცულობის 82%-ს, 2019 წლისთვის. პირველ ადგილზეა ტროპიკული ხილი, თხილი და სანელებლები 27%-ით (0.9 მლნ ტ), შემდეგ მოდის ტკბილეული 12%-ით (0.4 მლნ ტ), შემდეგ მარცვლეული და ლერწმის შაქარი (ორივე 7%, 0.2 მილიონი ტ).

ორგანული ზეთის თესლისა და წარმოებული პროდუქტების იმპორტი გაიზარდა საშუალოდ 6%-ით 2019 წელს.

ევროკავშირში იმპორტირებული ზეთუნის ზეთის თითქმის მეხუთედი ორგანულია. სხვა პროდუქტების კატეგორიებისთვის, ორგანული იმპორტი წარმოადგენს მთლიანი იმპორტის მაქსიმუმ 10%-ს, ხოლო დიდი უმრავლესობისთვის 5%-ზე ნაკლებს. მთლიანობაში, ორგანული აგროსასურსათო იმპორტი შეფასებულია, რომ წარმოადგენს აგროსასურსათო იმპორტის მთლიანი მოცულობის დაახლოებით 2%-ს.

ორგანული ხილისა და ბოსტნეულის იმპორტი

ხილი და ბოსტნეული იმპორტირებული ორგანული პროდუქტების კატეგორიების სიდიდით მეორე ჯგუფია, 2019 წელს 1.35 მილიონი ტონა იყო იმპორტირებული (მთლიანი ორგანული იმპორტის 42%).

იმპორტირებული ორგანული ხილის წვენების დაახლოებით ნახევარი მოდის თურქეთიდან და მექსიკიდან (ორივე 25%). ორგანული ბოსტნეული ძირითადი შედის ახლო აღმოსავლეთის ქვეყნებიდან, მათ შორის ეგვიპტე (26%), ისრაელი (22%) და თურქეთი (17%).

თაფლი ძირითადი იმპორტირებული ორგანული ცხოველური წარმოშობის პროდუქტია. ჩინეთი, მექსიკა და ბრაზილია ევროკავშირში კვერცხისა და თაფლის მთავარი ექსპორტიორი ქვეყნებია. მსხვილფეხა რქოსანი პირუტყვის ხორცი და ცხოველური წარმოშობის პროდუქტები ძირითადად ურუგვაიდან შემოდის. ორგანული ცხვრისა და თხის ხორცი ახალი ზელანდიიდან მოდის.

ევროკავშირში ორგანული პროდუქტების იმპორტიორ ქვეყნებს შორის საქართველო 76-ე ადგილზეა და ჩამორჩება ისეთ ქვეყნებს, როგორებიცაა ლესოტო, ჩადი, კოსოვო და სხვ.

2019 წელს ევროპაში 16,5 მილიონ ჰექტარზე მეტი სასოფლო-სამეურნეო მიწა ორგანული იყო. თითქმის 2,4 მილიონი ჰექტარით, ესპანეთი კვლავ რჩება ევროპაში ყველაზე დიდი ორგანული ფართობის მქონე ქვეყანა (ევროპის ორგანული მეურნეობის 14 პროცენტზე მეტი), შემდეგ მოდის საფრანგეთი (2,2 მილიონი ჰექტარი) და იტალია (2,0 მილიონი ჰექტარი).

ლიხტენშტეინი არის ქვეყანა, რომელსაც აქვს ორგანული წესით დამუშავებული მიწის ფართობის ყველაზე მაღალი წილი მსოფლიოში. ორგანული სასოფლო-სამეურნეო მიწა ევროპაში შეადგენს მთლიანი სასოფლო-სამეურნეო მიწების 3,3 პროცენტს და 8,1 პროცენტს ევროკავშირში. ევროპაში (და გლობალურად)

ლიბტენშტეინს აქვს ყველაზე მაღალი ორგანული წილი ყველა სასოფლო-სამეურნეო მიწებს შორის (41,0 პროცენტი), რასაც მოჰყვება ავსტრია (26,1 პროცენტი).

ევროპაში თითქმის 430,000 ორგანული მწარმოებელი იყო (ევროკავშირი: 343,000-ზე მეტი), ყველაზე დიდი რაოდენობა თურქეთში (74,545) და იტალიაში (70,561).

ორგანული საცალო გაყიდვები ევროპაში შეფასდა 45.0 მილიარდ ევროდ (41.4 მილიარდი ევრო ევროკავშირში). ევროკავშირი წარმოადგენს ორგანული პროდუქტების სიდიდით მეორე ბაზარს შეერთებული შტატების შემდეგ. 11,97 მილიარდი ევროს საცალო გაყიდვებით, გერმანია არის ყველაზე დიდი ბაზარი ევროპაში და მსოფლიოში სიდიდით მეორე.

ევროპული ორგანული პროდუქტების ბაზარმა დაფიქსირდა 8,0 პროცენტის ზრდის ტემპი (ევროკავშირი: 8,0 პროცენტი). ყველაზე მაღალი ზრდა დაფიქსირდა საფრანგეთში (13,4 პროცენტი). 2010-2019 ათწლეულში ევროკავშირის ორგანული პროდუქტების ბაზრის ღირებულება გაორმაგდა.

ორგანული პროდუქტების იმპორტი - ჩინეთი ყველაზე დიდი მიმწოდებელია

2019 წელს ევროკავშირში ორგანული პროდუქტების იმპორტის შესახებ მონაცემები აჩვენებს, რომ ევროკავშირში სულ 3,2 მილიონი ტონა ორგანული პროდუქტი იყო იმპორტირებული. ყველაზე დიდი მიმწოდებელი იყო ჩინეთი; ძირითადი პროდუქტის ჯგუფი იყო ტროპიკული ხილი. ყველაზე დიდი იმპორტიორი იყო ნიდერლანდები.

ევროპელი მომხმარებლები ორგანულ საკვებზე ბევრს ხარჯავენ. ევროპელმა მომხმარებლებმა 2019 წელს ერთ ადამიანზე 56 ევრო დახარჯეს ორგანულ საკვებზე (ევროკავშირი: 84 ევრო). ერთ სულ მოსახლეზე ბოლო ათწლეულის განმავლობაში ორგანულ საკვებზე სამომხმარებლო ხარჯები გაორმაგდა. დანიელმა და

შვეიცარიელმა მომხმარებლებმა ყველაზე მეტი დახარჯეს ორგანულ საკვებზე ერთ სულ მოსახლეზე (344 და 338 ევრო, შესაბამისად).

2020 წელს ორგანული სექტორის განვითარება ევროპაში ხასიათდებოდა მუდმივი ზრდით ყველა ძირითად მაჩვენებელში. 2020 წელს, ორგანული პროდუქტების ბაზარი მნიშვნელოვნად გაიზარდა, რითიც გაგრძელდა გასული რამდენიმე წლის ტენდენცია გაზრდილი ტემპით. ამ განსაკუთრებული, ხშირად ორნიშნა ზრდის დიდი ნაწილი პანდემიას უნდა მივაწეროთ.

მიუხედავად იმისა, რომ კარგია ბაზრის ძლიერი ზრდის ხილვა, ორგანული სასოფლო-სამეურნეო მიწების ფართობი უფრო სწრაფად უნდა გაიზარდოს, რათა 2030 წლისთვის მიაღწიოს ორგანული ტერიტორიის 25 პროცენტის წილის მიზანს, როგორც ეს განსაზღვრულია ევროკომისიის სტრატეგიაში.

საცალო მარკეტინგის არხების მნიშვნელობა (კვების სერვისის/ქეტერინგის გამოკლებით) განსხვავდება ქვეყნებს შორის. წარსულში, ზოგიერთმა ქვეყანამ აჩვენა ორგანული ბაზრის სტაბილური ზრდა (მაგალითად, ავსტრია, დანია, შვედეთი, შვეიცარია და გაერთიანებული სამეფო). საფრანგეთი და იტალია კარგი მაგალითია ბაზრის ძლიერი ზრდის მქონე ქვეყნებისა, სადაც სპეციალიზებული საცალო ვაჭრობა მნიშვნელოვან როლს თამაშობს, მიუხედავად იმისა, რომ მათი მნიშვნელობა მცირდება.

გერმანიაში სუპერმარკეტები გახდა ბაზარზე მამოძრავებელი ძალა, მაშინ როდესაც სპეციალიზებული საცალო ვაჭრობა უფრო და უფრო მეტ კონკურენციას აწყდება. მაშინ როცა 2014 წელს ორგანული პროდუქტების 33 პროცენტი ორგანული საკვების მაღაზიებში იყიდებოდა, ეს რიცხვი 2020 წელს 24,6 პროცენტამდე შემცირდა. სუპერმარკეტების ქსელებმა დაამყარეს პარტნიორობა ორგანულ მეურნეობებთან და ყიდიან პროდუქტებს თავიანთი ბრენდებით.

არსებობს მჭიდრო თანამშრომლობა საცალო ქსელებსა და შესაბამის ორგანულ ასოციაციებს, Bio Austria-სა და Bio Suisse-ს შორის და სუპერმარკეტების ქსელები დაეხმარნენ მათ სავაჭრო ნიშნების განვითარებაში. Coop და Migros შვეიცარიაში წლების განმავლობაში ახორციელებენ პროექტების პოპულარიზაციას და განვითარებას.

ორგანული საკვების გაყიდვები კიდევ უფრო სწრაფად დაჩქარდა, რადგან მომხმარებლებს აქვთ არჩევანი და ორგანული პროდუქტის შეძენა მხოლოდ რესტორნებში არ უწევთ. მაგალითად, 2020 წელს გერმანიაში ორგანული პროდუქტების ბაზრის ზრდა ორჯერ უფრო ძლიერი იყო, ვიდრე ზოგადად სურსათის ბაზრის ზრდა. ჯანმრთელობა, გარემო და კლიმატის ცვლილება მოსახლეობაში დიდ პრობლემად იქცა - მით უმეტეს, პანდემიის პერიოდში. ორგანული პროდუქტების მიმართ ინტერესიც კიდევ უფრო გაიზარდა.

გაგრძელდება თუ არა ეს განვითარება ორგანულ სექტორში პანდემიის დასრულების შემდეგ? ექსპერტების უმეტესობა ხედავს გაყიდვების მინიმუმ მსგავს დონეს და ზრდის ტემპებს.