

Produkty ekologiczne przestają być już tylko fanaberią wąskiej grupy zapaleńców, którzy najchętniej zrezygnowaliby z wszystkich dobrodziejstw cywilizacji. Produkty naturalne wpisują się coraz wyraźniej w zdrowy tryb życia oraz dbałość o siebie samego i otoczenie. Choć są wciąż znacznie droższe od innych produktów, to z roku na rok ich sprzedaż się zwiększa, a one same stają się obiektem zainteresowania coraz szerszego grona klientów.

Sprawdzimy, czy sklep z żywnością ekologiczną jest dobrym pomysłem na biznes. Przeanalizujemy krajowy rynek tego typu produktów oraz przyjrzemy się tym, które będzie można uwzględnić w naszej ofercie. Policzymy także, czy na takim promowaniu zdrowej żywności można zarobić.

Charakterystyka rynku

Rynek żywności ekologicznej w Polsce od kilku lat rozwija się na bardzo wysokim poziomie ok. 20-30% rocznie. Wpływ na tak duży wzrost ma w głównej mierze zmiana preferencji konsumenckich. Choć żywność w skali globalnej cechuje się dużymi wzrostami cen, to mimo wszystko coraz więcej Polaków zaczyna zwracać coraz większą uwagę na jakość kupowanej żywności, a nie tylko jej cenę. Idzie za tym także coraz większy wybór oferowanych produktów ekologicznych, choć jest on wciąż skromny, jeżeli chodzi o produkty krajowe, np. przetwory mleczne czy mięsne.

Pomimo rosnącej wartości tego rynku wciąż można określić go jako niszo-
wy, a co za tym idzie – perspektywiczny. Obecnie rynek żywności ekologicz-
nej w Polsce wart jest ok. 50 mln euro. W ciągu 10 lat urósł o ponad 200%.
Jego wartość na świecie to łącznie ok. 55 mld dolarów. Dla porównania,
wartości charakteryzujące inne kraje to następujące liczby: Czechy – 68 mln
euro, Węgry – 25 mln euro, Słowacja – 3 mln euro. Niszowość tego rynku
najlepiej obrazuje wielkość udziału żywności ekologicznej w całym polskim
rynku spożywczym – wynosi ona ok. 1%.

Produkty dostępne w tzw. ekosklepach pochodzą w głównej mierze z go-
spodarstw ekologicznych. Jest ich w naszym kraju ok. 21 000 i prowadzą
one uprawy na ponad 400 000 hektarów powierzchni. Rolnictwo ekolo-
giczne jest w tej chwili najprężniej rozwijającą się gałęzią produkcji rolnej.
Wszystko wskazuje na to, że krajowi producenci są na jak najlepszej drodze
aby wykorzystać potencjał i polski rynek uczynić jednym z czołowych, jeżeli
chodzi o wytwarzanie produktów ekologicznych.

Klientów ekosklepów można zasadniczo podzielić na dwie grupy. Pierwszą
z nich tworzą osoby prowadzące ekologiczny i zdrowy tryb życia, dobrze
wykształcone i zarabiające. Druga grupa to osoby z problemami zdrowot-
nymi, dla których wybór produktów ekologicznych jest koniecznością.

Konkurencja

Obecnie w kraju działa ok. 450 sklepów z żywnością ekologiczną. Jest to tyl-
ko ok. 0,5% wszystkich sklepów spożywczych w kraju. Polski rynek charak-
teryzuje istotna cecha – dużej liczbie nowo otwartych sklepów towarzyszy
spora liczba zamknięć już działających. Nie wszystkie podmioty radzą sobie