

AGRICULTURA ORGÂNICA

Audiência Pública da Comissão de
Agricultura e Reforma Agrária – CRA
Senado Federal



www.planetaorganico.com.br

Mercado Orgânico movimentará 60 bilhões de dólares em 2010

Especialistas do setor orgânico afirmam que o mercado orgânico mundial já superou 40 bilhões de dólares em 2007. Em 2010, espera-se que a cifra atinja 60 bilhões de dólares em todo o mundo.

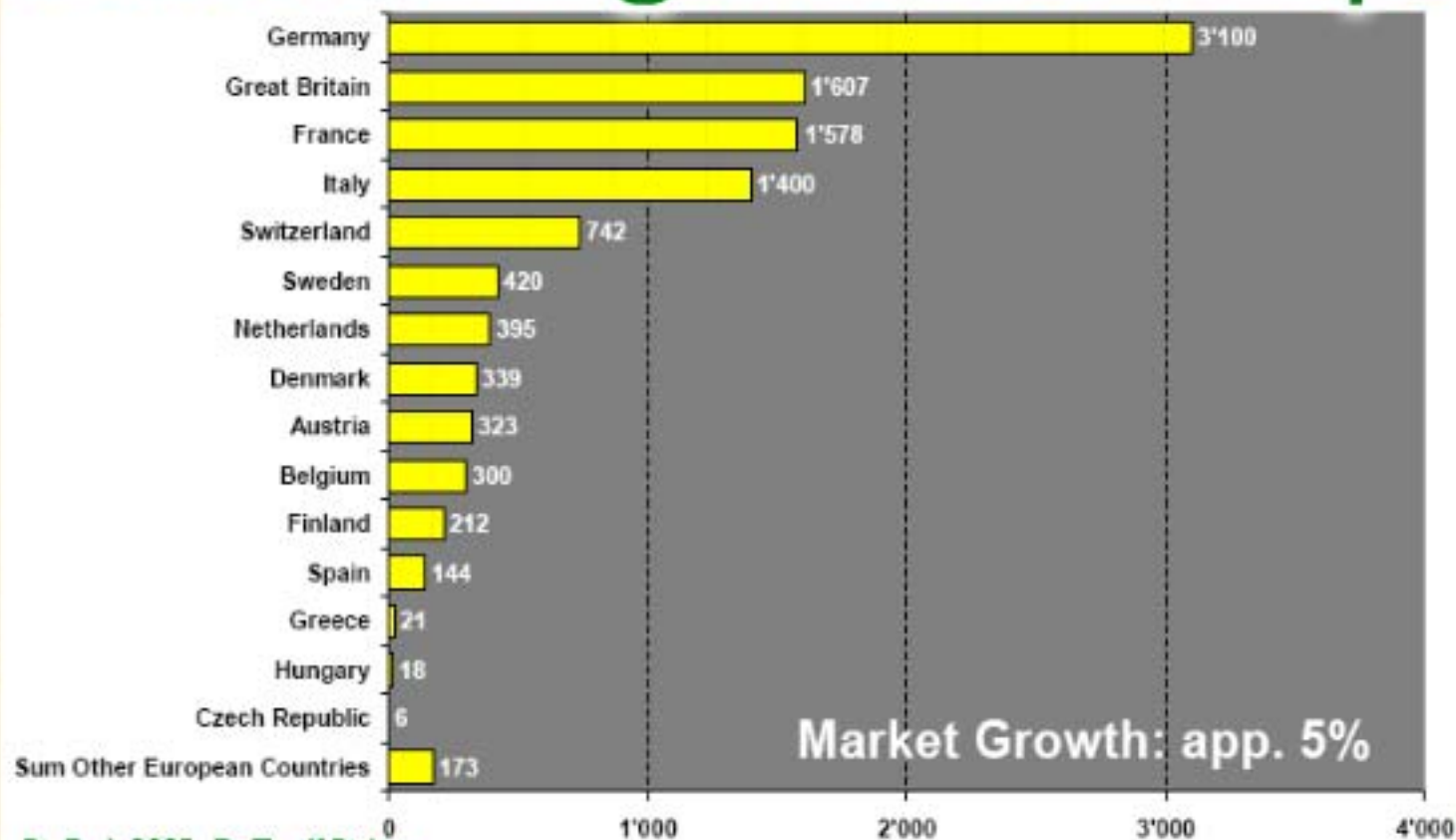


O mercado norte- americano já representa 20 bilhões de dólares, um crescimento de 20% em 2007 o que torna o país o maior mercado do mundo.

O mercado europeu, estimado em 15 bilhões de dólares, tem apenas na Alemanha um terço deste total.



Mercado Orgânico na Europa



BioFach 2005 -Dr.Toralf Richter





Selo nacional para produtos orgânicos, lançado em 2001 pelo Ministério de Proteção ao Consumidor, Alimentos e Agricultura da Alemanha, com um orçamento de 15 milhões de Euros.



Frescor e variedade devem ser diferenciais dos supermercados orgânicos

Michael Radau,
managing director SuperBioMarkt AG
BioFach América Latina
2005 - Rio de Janeiro

Sales development
organic products in
2004:
about

3,8 billion €

Number of
organic
supermarkets in
Germany: about
300 organic
markets

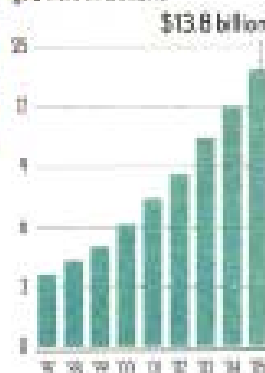
Turnover of the
organic
supermarkets in
2004:
350 million € =
9% of the total
sale of organic
products





ORGANIC FOODS

Sales have seen steady growth. In billions



Sources: Nutrition Business Journal and Organic Trade Association

CHRISSELL MCDONALD
(SUMMER ARTIST)

One-time niche foods going mainstream

BY ANDREA K. WALKER
(DEB REPORTER)

The natural and organic products industry was for years a niche market that conjured up stereotypical images of long-haired hippies eating granola and holding up peace signs.

Few traditional grocery stores carried the products and it was safe to say that most of the country's dinner tables didn't include organic food samplings.

But as the industry holds its annual Natural Products Expo East trade show in Baltimore this week, the organic and natural products that once were found only in health stores and co-ops are taking up more space on major retailers' shelves.

Giants like Wal-Mart Stores Inc. and Target Corp. expanded their offerings recently, taking notice of consumers' growing demand for the products. The increased competition has also helped to lower prices for a grocery seg-

ment that typically cost more than traditional foods.

"More of the conventional grocery stores have watched the success of these products," said Matt Schaeffer, senior vice president of marketing for Enzymatic Therapy, a Wisconsin dietary supplement and herbal medicine retailer.

"This is no longer a fad," Schaeffer said. "This is a long-term consumer trend. This is really important to everyone's business."

(Please see NATURAL, 68)



As grandes corporações que trabalham com alimentos convencionais estão atentas ao crescimento do mercado orgânico e por isso mesmo já trataram de ocupar terreno neste setor. Veja algumas delas:

Sopas Campbell - suco de tomate 100% orgânico (2003)

Coca-Cola- comprou a Odwalla sucos de frutas frescas

Danone - comprou 80% de participação da Stonyfield Farm (yogurte orgânico)

Dean Foods - comprou a Horizon Organic Dairy 2003,

Dole - bananas orgânicas e saladas

Dunkin Donuts - introduziu o café expresso com certificação Fair Trade em 2003

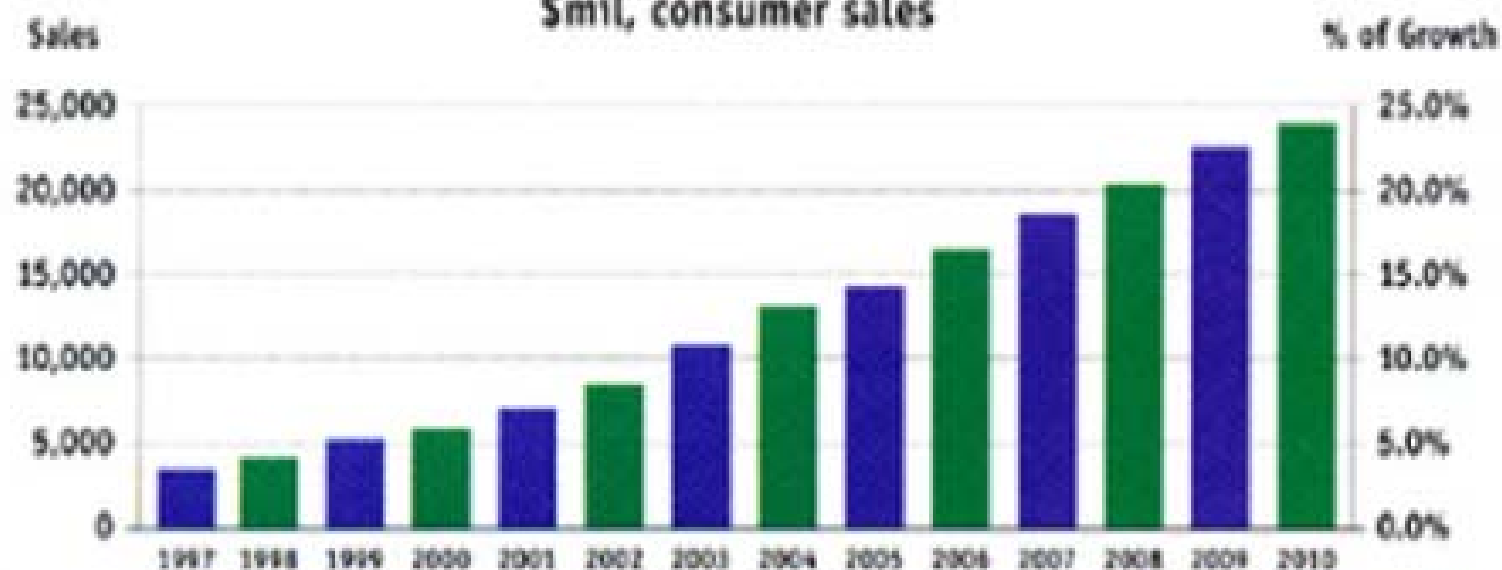
Heinz - Ketchup orgânico

Kellogg - cereal orgânico Kashi

Kraft Foods - comprou a Back to Nature em 2003



Organic Foods 1997 - 2010
\$mil, consumer sales



Source: Nutrition Business Journal

www.planetaorganico.com.br



Nurembergue
Alemanha





BioFach Global Concept



Estados Unidos



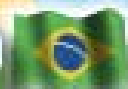
Alemanha



China



Japão



Brasil

**planeta
orgânico**

*Planeta Orgânico é o representante oficial da BioFach América Latina,
BioFach América e BioFach Japan na América do Sul*

Português & Inglês



www.planetaorganico.com.br
Referência na internet sobre o setor organico do Brasil

Seminários BioFach América Latina



Argentina 

Bolívia 

Brasil 

Chile 

Costa Rica 

Equador 

Paraguai 

Peru 

Uruguai 

ORGÂNICOS

Como gerar demanda?

Como criar mercado interno?

Respostas
unâнимes
em todas
as pesquisas

Informação
Capacitação

BRASIL ORGÂNICO



condições de solo
e clima

potencial de
produtos com
alto valor agregado

possibilidade de
crescimento nos
mercados locais
e internacionais

políticas públicas
interessadas no setor



BioFach Brasil 2003



BioFach América Latina 2004



BioFach América Latina e ExpoSustentat 2005



BioFach América Latina e ExpoSustentat 2006



BioFach América Latina e ExpoSustentat 2007



BioFach América Latina e ExpoSustentat 2008



biofach-americalatina.com.br

www.exposustentat.com.br



Os cosméticos naturais ou orgânicos são o destaque entre os produtos orgânicos não-alimentícios.

Pesquisa na rede de orgânicos Wellness da Alemanha mostrou que os produtos naturais para o corpo representam 19% de todo o mercado, incluindo alimentos.



EMPRESAS GLOBAIS DE ALGODÃO ORGÂNICO

As cinco empresas que mais utilizaram algodão orgânico em 2008 foram:

Wal-Mart (USA), Nike (USA), Coop Switzerland, Patagonia (USA) e Otto (Germany).

Woolworth's South Africa e C&A (Belgium) recentemente introduziram um programa de algodão orgânico em suas lojas

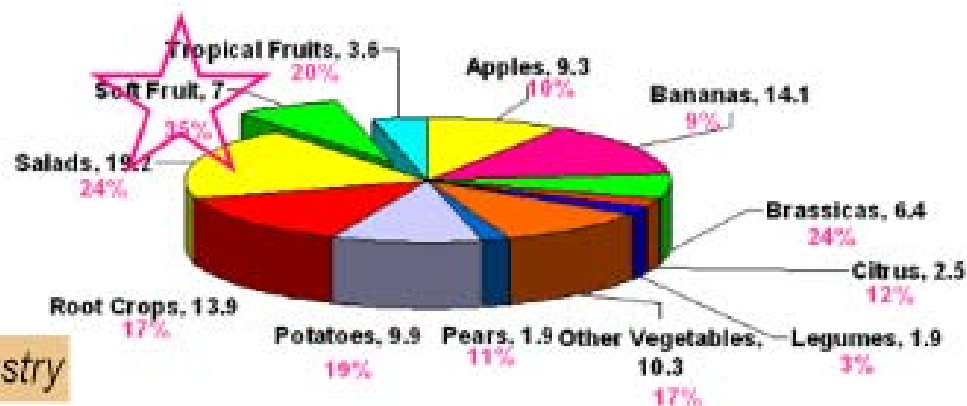


Na BioFach América Latina 2007 a Natural Fashion (Paraíba) fechou vários negócios e tem planos de crescimento para 2008



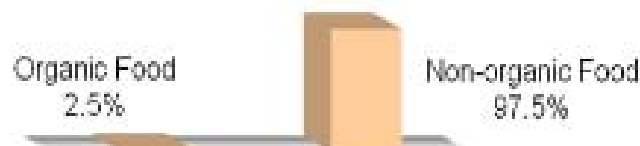
Organic Fruit and Veg Sector Value Share %

Total Organic growing at 17.6% yoy and soft fruit achieving excellent growth of 35%, alongside Tropical Fruits, Salads and Potatoes that are all gaining share.



The organic food industry

- A \$14 billion industry



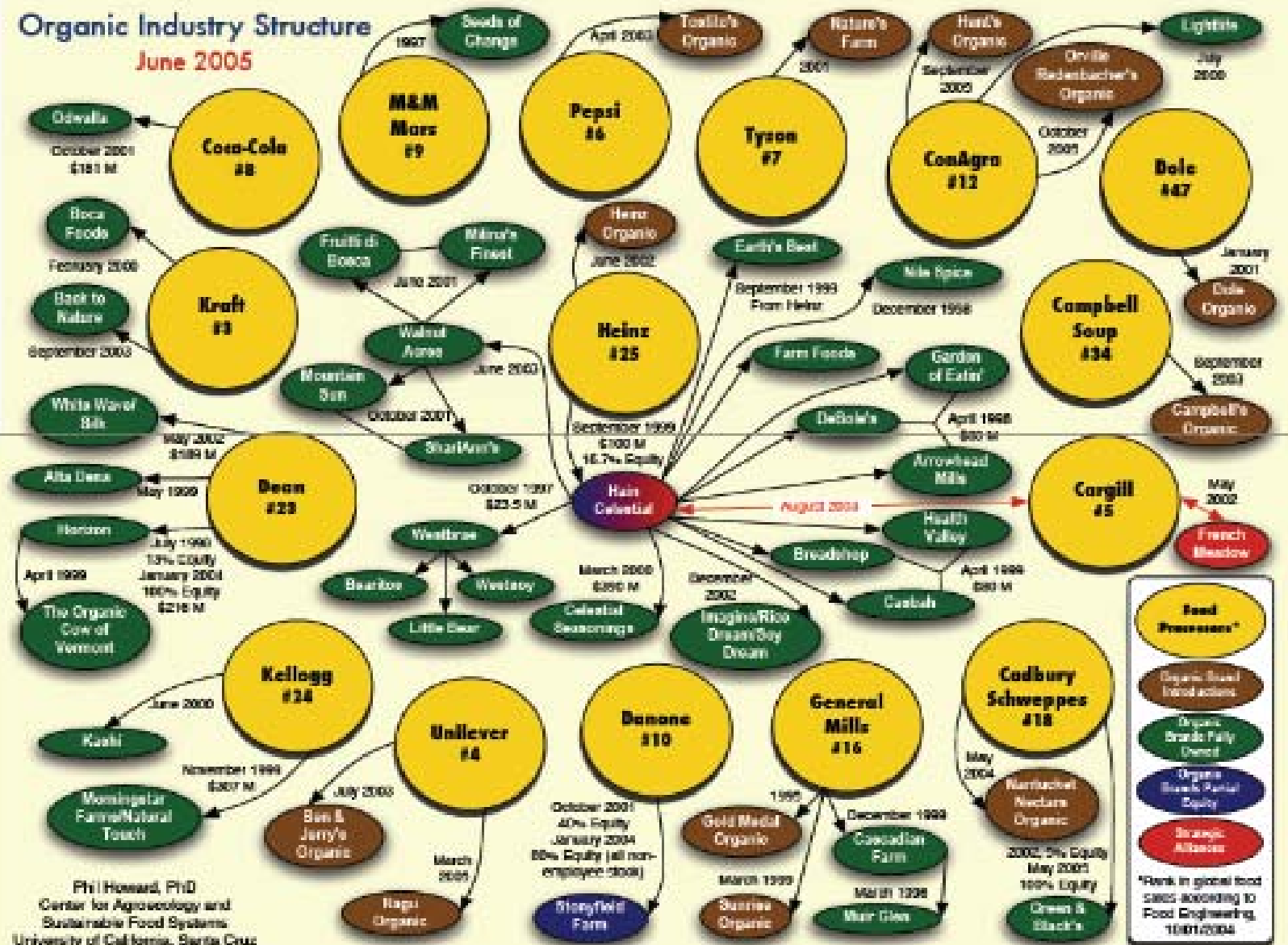
- Consistent annual growth rates of 15% to 21% since 1997
- Organic Fruit and Veg are purchased by 73% of the consumers

Onda de consumo saudável

- Consumidor se preocupa com a origem e a qualidade dos alimentos que consomem
- Crescimento da substituição de bebidas gasosas por sucos
- Consumidor quer saber a postura das empresas com responsabilidade social e ambiental



June 2005



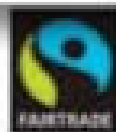
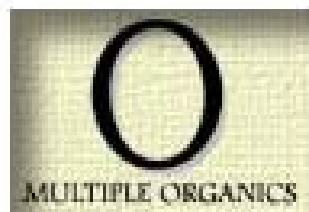


BioFach

América
Latina



ExpoSustentat





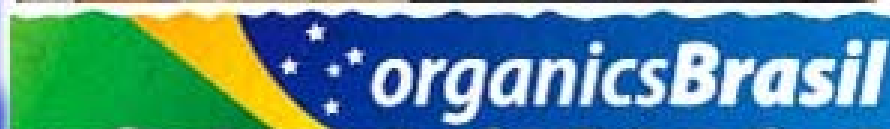
BioFach América Latina

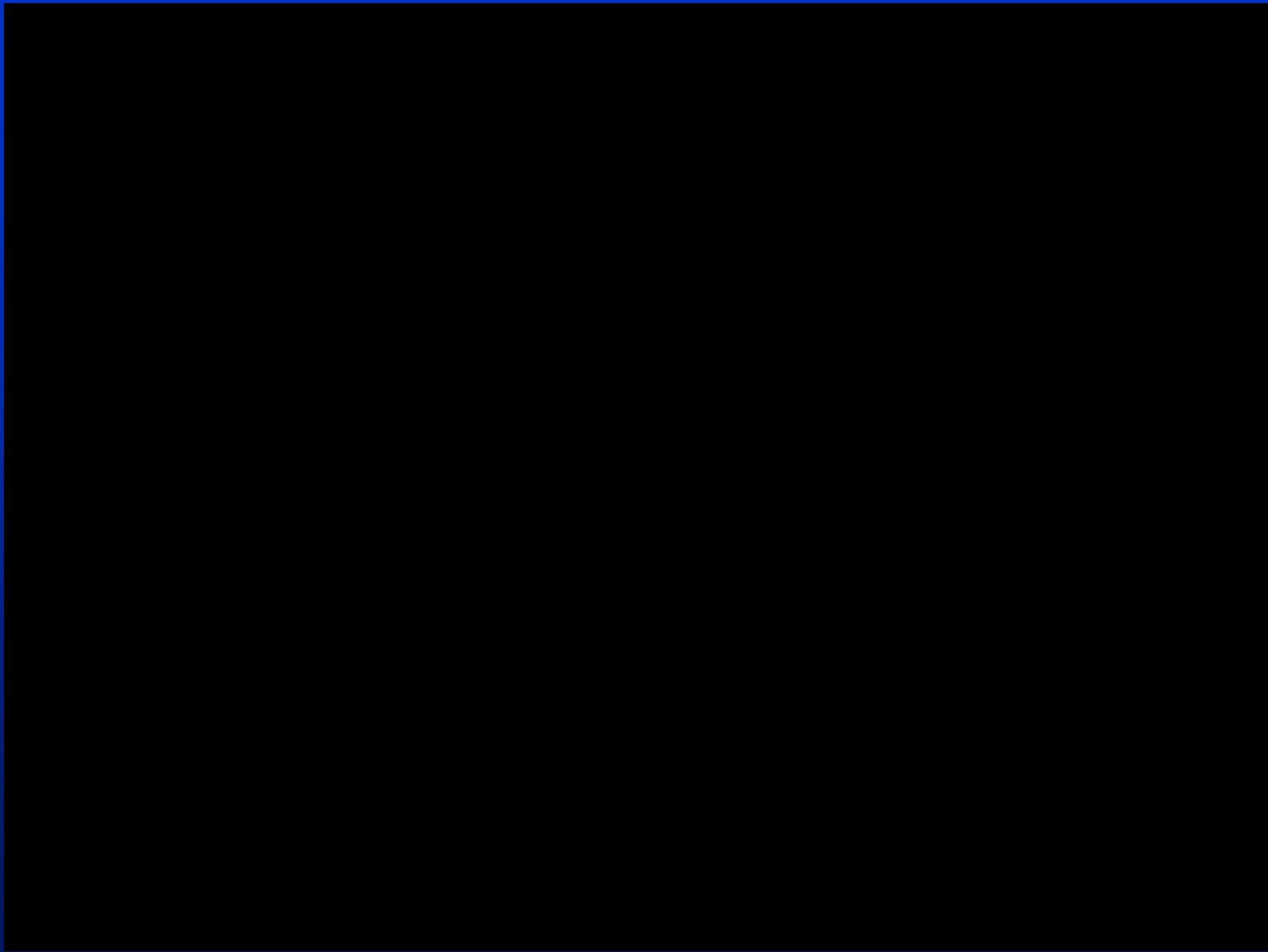


ExpoSustentat



**RODADA DE NEGÓCIOS
DE PRODUTOS ORGÂNICOS
E SUSTENTÁVEIS**





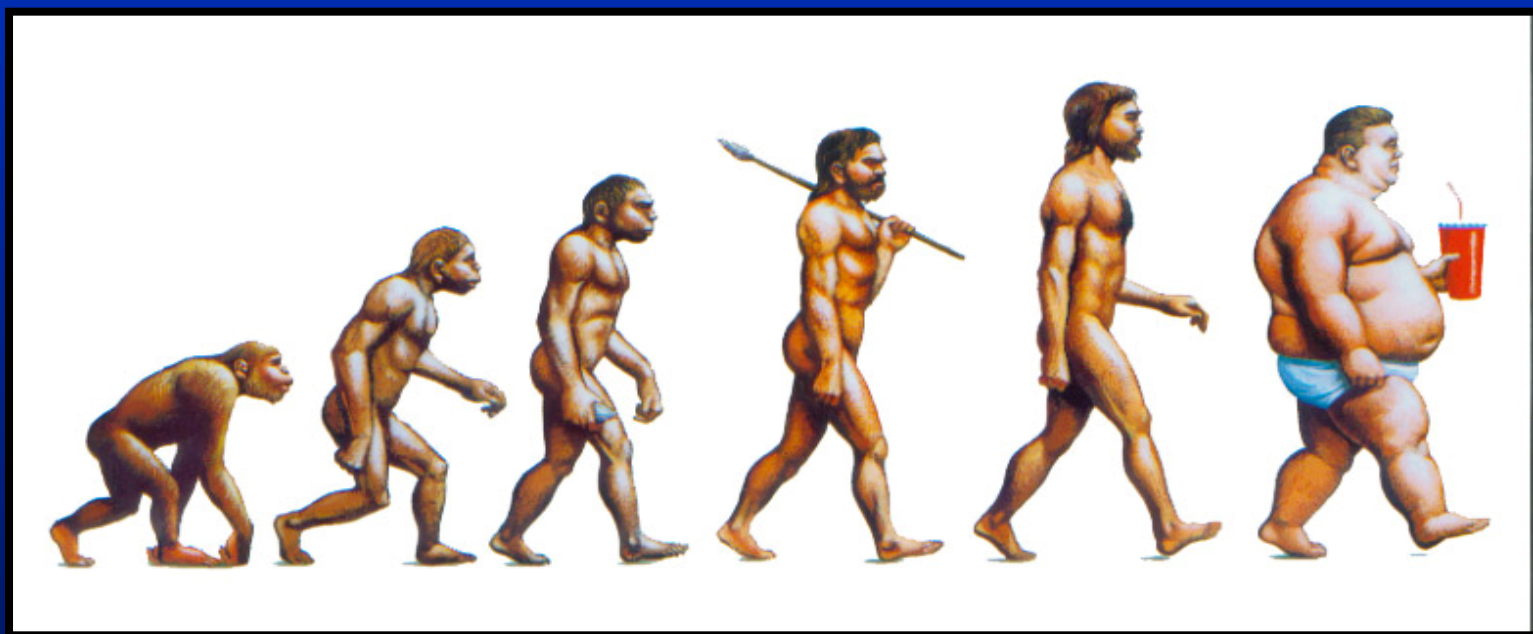


ExpoSustentat



OBESIDADE

A Organização Mundial de Saúde propôs um plano para combater a obesidade mediante uma dieta global. Entre as estratégias consta a implementação de subsídios para venda de frutas e vegetais nas cantinas escolares



Fonte: The Economist / Globesidad



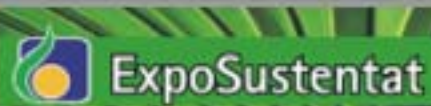


Painel Orgânicos & Merenda Escolar BioFach América Latina/ExpoSustentat 2008





German Brazilian
Initiative for Cooperation
in Agribusiness



25 Outubro 2008

17:30

PAINEL - Orgânicos & Catering Saudável na Copa 2014 : Oportunidades e Desafios /

Palestra de Ingo Plöger - Presidente da IP Desenvolvimento Empresarial - Comissão de Infra Estrutura / Brasil Alemanha

Mesa Redonda com a participação de:

Organics Brasil - Ming Liu

Câmara Setorial de Agricultura Orgânica - Pedro Santiago

Ministério do Desenvolvimento Agrário - Marcelo Nunes

SEBRAE- Maria Maurício

Moderadora - Maria Beatriz Martins Costa - Planeta Organico



Roberto Ugás – Vice-Presidente IFOAM



Obrigado!

organico@planetaorganico.com.br



www.planetaorganico.com.br