

ANALIZA TRGA Z EKOLOŠKIMI ŽIVILI V REPUBLIKI SLOVENIJI

Končno poročilo projektne naloge
(št. projektne naloge: 430-102/2021)

Naročnik:

Ministrstvo za kmetijstvo, gozdarstvo in prehrano

Izvajalec:

IRSA, Inštitut za razvojne in strateške analize

Podizvajalci:

ARAGON,
raziskovanje in načrtovanje, d. o. o.

UNIVERZA V MARIBORU,
Fakulteta za kmetijstvo in biosistemske vede

Avgust 2022

SKLOP 1:

ANALIZA OBSEGA IN DINAMIKE PONUDBE IN POVPRAŠEVANJA EKO ŽIVIL

Ocena prometa z ekološkimi živili: **KMETIJE**

Obseg prodaje ekoloških živil

Kolikšen delež vaših EKOLOŠKIH živil je namenjen za prodajo (in ne za lastno porabo)?

V povprečju kmetije prodajo tri četrtine ekoloških živil, drugo je za lastno porabo.

So bila v letu 2021 vsa ekološka živila, ki ste jih prodali, prodana kot ekološka živila?

Dobrih 30 % ekoloških kmetij del svojih živil proda kot konvencionalna.

Ta delež je večji pri živinorejskih kmetijah in kmetijah, kjer ni prevladujočega tipa.

Ali ekološka živila lastne pridelave prodajate tudi na tuje trge?

Skoraj 15 % kmetij svoja živila prodaja tudi na tuje trge. Te kmetije v povprečju na slovenskem trgu prodajo dobrih 60 % svojih živil, na tujih trgih pa dobrih 30 %. Kmetije na slovenskem trgu torej prodajo okoli 95 % svojih ekoloških živil.

Kolikšna je bila vrednost vseh prodanih ekoloških živil iz vaše lastne pridelave / predelave, ki so bila tudi prodana kot ekološka?

Povprečna vrednost vseh prodanih ekoloških živil znaša približno 27.000 EUR na kmetijo.

Izračun vrednosti prodaje ekoloških živil

Na osnovi raziskovalnih podatkov* znaša ocena skupnega obsega prodanih ekoloških živil, pridelanih / predelanih s strani slovenskih ekoloških kmetij, in prodanih kot ekološka živila na slovenskem trgu (za leto 2021) okoli **58 mio EUR**.

Ocena prometa z ekološkimi živili: **KMETIJE**

Distribucijske poti

Katere prodajne poti uporabljate za prodajo vaših lastnih EKO pridelkov in izdelkov?

Za vsako od prodajnih poti, ki jih uporabljate, navedite kolikšen % predstavlja v skupni prodaji.

Kmetije preko vseh neposrednih prodajnih poti (vključeni tudi javni zavodi in skupinsko naročanje) prodajo skupaj okoli 70 % živil. Pri tem se največ proda z lastno neposredno prodajo na kmetiji (38 %).

Vse druge prodajne poti pa pomenijo petino celotne vrednosti prodaje slovenskih ekoloških živil.

Delež prodaje trgovskim verigam je nizek.

		relativni delež prodaje prek poti (če je pot prisotna)	absolutni delež prodaje prek posamezne poti
neposredna prodaja na kmetiji	78%	49%	38%
zadruge, skupine proizvajalcev in druge oblike tržnega povezovanja kmetov	34%	37%	13%
lastna prodaja preko spleta, dostava na dom, partnersko kmetijstvo, ipd.	31%	32%	10%
neposredna prodaja na (eko)tržnici	25%	42%	11%
javni zavodi (šole, vrtci idr.)	21%	26%	5%
specializirane ekološke trgovine	15%	21%	3%
distributerji	13%	49%	6%
drugi mali trgovci, trgovine	10%	25%	3%
gostinski obrati, hoteli	10%	14%	1%
klavnice, mesnice, mlekarne, drugi predelovalni obrati	9%	36%	3%
skupinsko oz. skupnostno naročanje	8%	24%	2%
trgovske verige	6%	29%	2%
drugo	8%	30%	2%

Ocena prometa z ekološkimi žvili: **KMETIJE**

Ovire pri prodaji ekoloških živil

Glavne težave, ki so jih izpostavili anketiranci, lahko razdelimo v tri glavne sklope:

- **kupci**
 - nizka odkupna cena ekoloških živil
 - cenovni pritiski večjih trgovcev
 - neredna in nestabilna naročila javnih zavodov
- **potrošniki:**
 - nizka kupna moč potrošnikov
 - slaba ozaveščenost potrošnikov o pomenu eko živil
 - slabo razločevanje potrošnikov med številnimi oznakami kakovosti (jih posledično enačijo kot enako dobre)
- **pridelovalci**
 - vpliv vremenskih razmer na količino pridelka
 - zapletena in zamudna birokracija s prodajo eko živil
 - pomanjkanje resursov za ukvarjanje s prodajnim procesom (potrebna znanja in delovna sila)

Načrtovane spremembe

Ali v prihodnjih letih (2022–2025) načrtujete katero od naslednjih sprememb?

Načrtovana je širitev obsega pridelave ter razvoj novih prodajnih poti. To načrtujejo predvsem kmetije, ki že sedaj vse svoje ekološke pridelke uspejo prodati kot ekološke. Pri kmetijah, ki del ekološko pridelanega / vzrejenega prodajo kot konvencionalno, pa je opaziti več namer za zmanjšanje obsega pridelave, predelave ali celo za izstop iz ekološke kontrole.



Ocena prometa z ekološkimi živili: **JAVNI ZAVODI**

Obseg in dinamika nabave ekoloških živil

Kolikšen delež v strukturi nabave vseh živil predstavljajo ekološka živila? Ocenite za leto 2019.

V letu 2019 so eko živila v povprečju predstavljala 13 % delež v strukturi nabave vseh živil v javnih zavodih.

Kolikšen delež v strukturi nabave vseh ekoloških živil predstavljajo SLOVENSKA ekološka živila? Ocenite za leto 2019.

Znotraj ekoloških živil je okoli 40 % slovenskih. Skupni delež slovenskih ekoloških živil v nabavi vseh živil tako znaša 5 %.

Pri katerih vrstah živil nabavljate tudi ekološka živila?

Od ekoloških živil javni zavodi v največjem obsegu nabavljajo sadje, zelenjavo ter mleko in mlečne izdelke.

Kako nabavljate ekološka živila?

Javni zavodi 58% ekoloških živil nabavijo preko javnih naročil, 42 % pa preko kratkih dobavnih verig.

Tiste šole, ki so vključene v šolsko shemo, v povprečju 20 % vseh nabavljenih ekoloških živil nabavijo preko sheme.

Primerjajte sedanjo nabavo ekoloških živil z nabavo v preteklosti. Ocenite nabavo ekoloških v prihodnje.

Skoraj polovica javnih zavodov naroča več eko živil kot so jih v preteklosti.

Večina anketirancev namerava v prihodnjih letih povečati obseg nabave eko živil, ki naj bi do leta 2025 znašal med 15-20%.

Izračun vrednosti nabave ekoloških živil

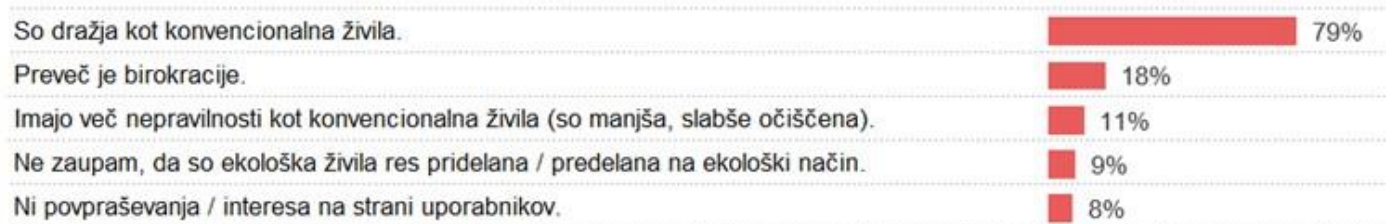
Po naših ocenah* je skupna nabavna vrednost eko živil v javnih zavodih ter pri drugih zavezancih za javno naročanje (za leto 2019) okoli **18 mio EUR**.

Ocena prometa z ekološkimi žvili: JAVNI ZAVODI

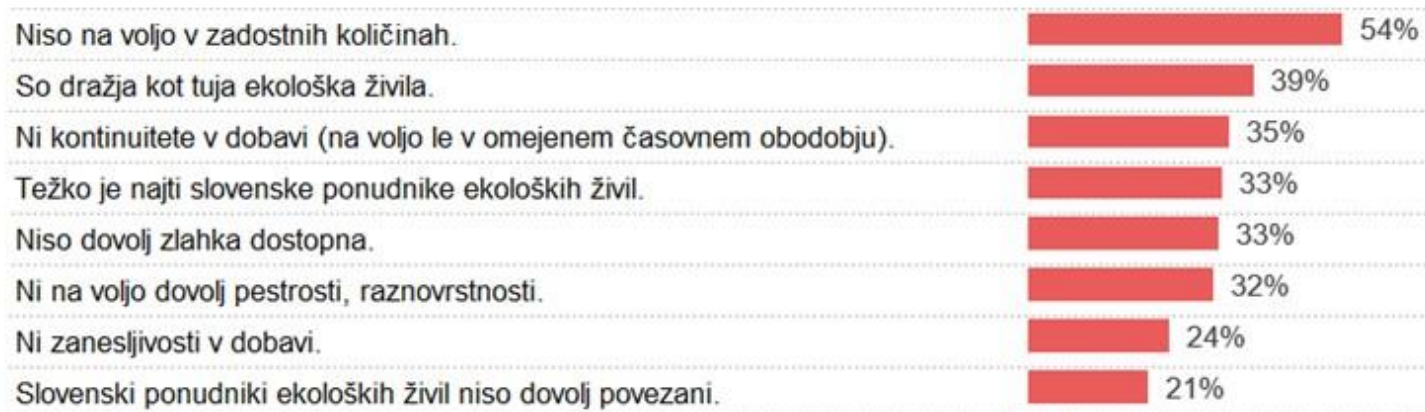
Ovire pri nabavi (slovenskih) eko živil

Glavna ovira je predvsem cena, pri nabavi slovenskih eko živil pa tudi dostopnost (ponudnikov, količin, raznovrstnosti) in kontinuiteta.

Katere so glavne ovire, da ne nabavljate eko živil v večjem obsegu kot jih trenutno?



Katere so glavne ovire, da ne nabavljate SLOVENSКИH eko živil v večjem obsegu?



Predlogi za izboljšanje pri uvajanju slovenskih ekoloških živil v javne zavode

Ključne iztočnice iz odgovorov anketiranih:

- ukrepi za **povečanje ponudbe**:
 - razvoj ekološkega kmetijstva
 - povezovanje kmetov za skupni nastop na trgu
- podporno okolje za **povezovanje ponudnikov in javnih zavodov** (ponudbe in povpraševanja)
 - izboljšave »Kataloga živil za javno naročanje« (GZS)
 - sprememba trenutnega sistema javnega naročanja (dodatne točke za slovensko poreklo)
- ukrepi za **spodbujanje povpraševanja**:
 - subvencioniranje nabave ekoloških živil s strani države / občin oz. zvišanje postavljenih cen obrokov
 - izvajanje sistematičnega izobraževanja za vodje prehrane in kuharje v javnih zavodih

Ocena prometa z ekološkimi živili: TRGOVSKE VERIGE

Obseg nabave ter prodaje ekoloških živil

V zadnjih letih se je v trgovskih verigah ponudba ekoloških živil močno povečala, povečalo se je tudi število slovenskih ekoloških živil.

Ekološka živila

V povprečju se delež ekoloških živil v živilskih trgovskih verigah (vključno z diskontnimi trgovci) giblje od 0,5 % do 2 %.

V nekaterih specializiranih trgovskih verigah lahko delež nabave ekoloških živil znaša tudi 90 % (ekološke živilske trgovske verige ter trgovske verige, ki niso primarno živilske, v ponudbi živil pa velik poudarek namenjajo prav ekološkim živilom).

Slovenska ekološka živila

Delež slovenskih ekoloških živil (znotraj vseh nabavljenih ekoloških živil) v večjih živilskih trgovskih verigah znaša okrog 15 %.

Manjše živilske trgovske verige imajo med ekološkimi živili večji delež slovenskih, 50 % in tudi več.

Pri drugih tipih trgovin (npr. specializirane ekološke trgovine) pa se delež slovenskih ekoloških živil giblje le okoli 10 %.

Izračun vrednosti prodaje ekoloških živil temelji na podatkih, prejetih od trgovcev, na deležu ekoloških živil (med vsemi živili) ali / in vrednosti prodaje ekoloških živil ter lastnih ocenah za tiste trgovce, ki nam teh podatkov niso posredovali. Pri izračunu smo si pomagali tudi s statističnimi podatki o prihodkih od prodaje hrane in pijače (SURs, 2019) ter tržnih deležih posameznih trgovcev (Bratanič, 2018).

Po naših ocenah znaša skupni prihodek od prodaje ekoloških živil v trgovskih verigah (za leto 2019) okoli **110 mio EUR**, od tega je za okoli 10 mio EUR slovenskih ekoloških živil. Tržni delež ekoloških živil pa znaša okoli **3,5 %**.

Ocena prometa z ekološkimi živili: TRGOVSKE VERIGE

Dinamika nabave ter prodaje ekoloških živil

V preteklem obdobju anketirani opažajo močan trend rasti ponudbe in povpraševanja po ekoloških živilih. Ocenjena rast je tako dosegala okrog 15 % letno, pri čemer nekateri trgovci opažajo tudi višjo stopnjo rasti (večji ponudbi namreč sledi večja prodaja).

»Še naprej pričakujemo rast prometa in pa vstop novih ponudnikov, še naprej je predvidena rast 15–20 % na leto ... «

»Gre za močen trend rasti, ker je vedno več proizvajalcev, dobaviteljev in kupcev, ki to kupujejo. Od leta 2016 se je več kot potrojilo število artiklov v asortimanu. Posledično so cene do leta 2020 za ta živila začela padati.«

K temu naj bi predvsem pripomogla naraščajoča ozaveščenost kupcev, kar za trgovce predstavlja priložnost za rast.

»Eko del živilih se absolutno večja in ga krepimo. To ni več želja, to je pogoj, če tega nimaš, te tukaj ni.«

»Še nadaljnja rast in večja ozaveščenost kupcev, za kvaliteto so pripravljene plačati. ... Raje kupili manj, pa tisto kvalitetno.«

Pričakuje se torej nadaljnjo rast povpraševanja, hkrati pa nekateri opozarjajo na možnost zmanjšanja kupne moči in posledično na prodajo ekoloških živil, saj ta v povprečju dosegajo višje cene.

»Naraščanje povpraševanja bo, če bodo ekonomske razmere oziroma kupna moč dopuščale. Eko živila so cenovno občutljiva in v primeru nižje kupne moči se bodo kupci (prej) odpovedali eko živilom. Zdravo življenje je stvar kupne moči.«

»Prišla bo ekonomska kriza (zaradi covid, zaradi vojne). Živila bodo poskočila. Eko živila bodo še bolj poskočila. Mislim, da bo padec, ker si ljudje ne bodo mogli privoščiti.« *»Velike rasti ne vidim. ... Je ozaveščenost, ni pa denarja.«*

Trgovci opažajo, da tudi povpraševanje po slovenskih ekoloških izdelkih raste. Veliko je povpraševanja po slovenskih živilih, pri čemer potrošniki veliko vrednost pripisujejo že poreklu, četudi gre za konvencionalni način pridelave. Vsem trgovcem je v interesu povečati delež slovenskih ekoloških živil, ker je zaradi kratke dobavne verige tudi kakovost boljša od uvoženih ekoloških živil.

Ocena prometa z ekološkimi živili: TRGOVSKE VERIGE

Mnenje o ponudbi slovenskih ekoloških živil

Slovenska ekološka živila so s strani trgovcev percipirana kot **kakovostna**, vendar so **cenovno dražja** v primerjavi z uvoženimi eko živili (nižji proizvodni stroški tujih pridelovalcev). Največjo težavo pa predstavlja **dostopnost** slovenskih ekoloških živil.

Slovenski ekološki pridelovalci ne omogočajo **zadostnih količin** živil večjim trgovcem, kot jih ti potrebujejo.

Ponudba je **sezonsko vezana**, ni oskrbe čez vse leto, kar dodatno pripomore k večjemu uvozu ekoloških živil iz tujine.

Trgovci vidijo razlog za takšno stanje predvsem v **premajhni povezanosti med ekološkimi kmeti**, ki bi tako lahko zagotavljala večje količine ekoloških živil.

Predlogi za izboljšanje stanja na področju prodaje slovenskih eko živil

Podani predlogi izboljšav se navezujejo zlasti na:

- **ozaveščanje potrošnikov** o prednostih ekološkega kmetijstva in živil
- **povezovanje** ponudnikov
- večjo **prilagodljivost** ponudnikov
- večjo pripravljenost na **sodelovanje** s trgovci
- večjo **podporo države** za povečevanje obsega ekološke pridelave
- večjo **cenovno konkurenčnost** (v primerjavi s tujimi ekološkimi živili)

»Kampanje z izpostavljanjem pomembnosti ekoloških živil in njihove pridelave.«

»Naj še več vložijo v ozaveščenost potrošnika, kakšen je pomen ekoloških živil. Večino vlagajo v Izbrano kakovost Slovenija. Tudi za ekološka živila je priložnost, da ozavestimo potrošnika.«

»Potrebna je dolgoročna kampanja EKOLOŠKO + LOKALNO = IDEALNO, ljudje morajo to ozavestiti...«

Ocena prometa z ekološkimi živili: **HORECA**

Obseg in dinamika nabave ekoloških živil

Obseg nabave ekoloških živil

V restavracijah, barih, kavarnah je delež eko živil v skupni nabavi živil manjši kot 1 %. Podobno velja za hotele.

V segmentu, ki posveča večjo pozornost kakovosti (hoteli s 5 zvezdicami in ekološki hoteli), delež eko živil v povprečju znaša do 2 %. Pogosto je polovica teh živil hkrati tudi slovenskih.

Tudi ocene gastro-distributerjev kažejo, da je interes še majhen: »Glede na povpraševanje se tej industriji niti ne splača ponujati.«

Dinamika nabave ekoloških živil

Osnovni segment HORECA, kjer je nabava eko živil komaj prisotna, ni bistveno spremenil vzorcev nabave v primerjavi s preteklostjo. Glede prihodnosti ne načrtujejo povečane nabave eko živil, dopuščajo pa možnost, če se pojavi povpraševanje na strani gostov.

Nišni, v kakovost usmerjeni del HORECE je v primerjavi s preteklostjo delež eko živil povečal ter povečanje načrtujejo tudi v prihodnje, in sicer naj bi se podvojil. Ker je za goste pomemben tudi izvor, upajo, da bo mogoče naročati eko živila, ki bodo hkrati tudi slovenska.

Ocena prometa z ekološkimi živili

Sektor HORECA je z vidika tržnih akterjev specifičen, saj je predvsem v vlogi nabave ekoloških živil. Večinoma gre za vključitev ekoloških živil v jedi. Nabavljena ekološka živila predstavljajo sestavino v jedeh, ki pa niso prodane kot ekološke jedi. Predstavniki tega segmenta pogosto tudi navajajo, da niti ne poznajo vseh pravil, ki bi jim morali zadostiti, da bi lahko trdili, da so njihove jedi ekološke. Izjema so ekološka vina, ki so tudi najprej prodana kot ekološka živila. Nabava teh pa je zelo majhna.

Po naših ocenah je promet z ekološkimi živili v sektorju HORECA (za leto 2019) **zanemarljiv**.

Ocena prometa z ekološkimi živili: **HORECA**

Motivacijski dejavniki za naročanje ekoloških živil

Glavni razlogi za nabavljanje ekoloških živil so:

- **dodana vrednost**
- **dodatna ponudba**
- **povpraševanje** gostov s tovrstno miselnostjo in življenjskim slogom (ekološka ozaveščenost)
- **miselnost lastnikov** (trajnostno usmerjeno poslanstvo)

Glavne ovire, da ne nabavljajo več (slovenskih) eko živil:

- **cena**
- **ponudba** (dobavljivost omejena na sezono)
- **dostopnost** (neprilagodljivost potencialnih ponudnikov, ki raje ostanejo pri že utečenih distribucijskih poteh, ni zanimanja za vzpostavljanje novih)
- **administracijske ovire in stroški** (npr. certificiranje)

Slovenskih ekoloških živil ne nabavljajo predvsem zaradi cene, pomanjkljive dostopnosti in kontinuitete v dobavi.

Predlogi za izboljšanje na področju uvajanja slovenskih ekoloških živil v hotelirstvo in gostinstvo

Predlogi za izboljšanje odsevajo motivacijske dejavnike.

Za izboljšanje dostopnosti slovenskih ekoloških živil se jim ključno zdi **podpreti proizvajalce**. Ključno jih je spodbuditi k medsebojnemu **povezovanju in skupnemu nastopu**, saj bodo tako lažje zagotavljali širšo paleto ponudbe, večje količine in hkrati lažje investirali tudi v promocijo.

Za izboljšanje z vidika **cenovne dostopnosti** slovenskih ekoloških živil pa so bile predlagane subvencije za ponudnike storitev s tovrstno ponudbo.

SKLOP 2:

ANALIZA POTROŠNIŠKIH NAVAD IN ODNOSA DO EKO ŽIVIL

Metodologija



METODA

Računalniško podprto spletno anketiranje (CAWI)



VZORČNI OKVIR

Splošna populacija, 15 let in več



ČASOVNI OKVIR

November - december, 2021



VELIKOST VZORCA

N=1.022

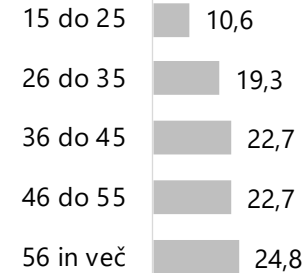
Vzorec

Spol

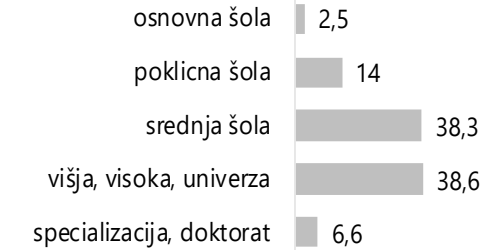
49% 51%



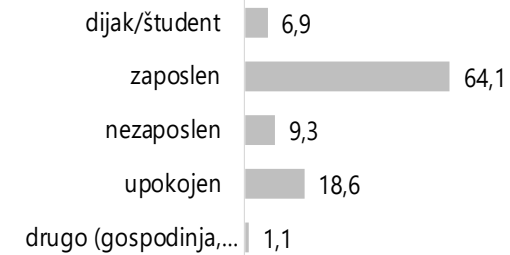
Starost



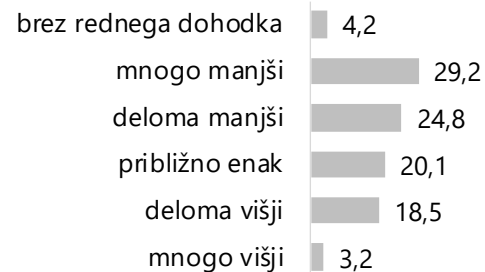
Izobrazba



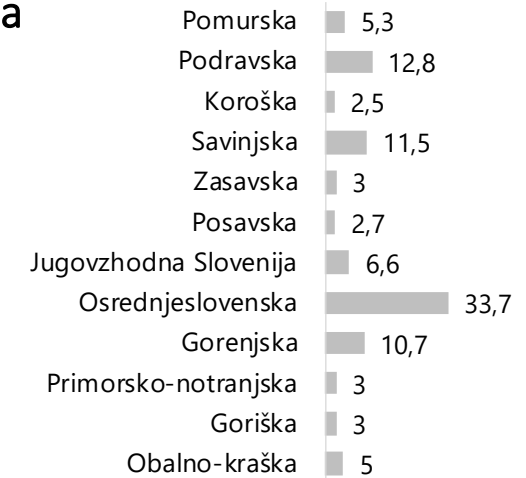
Zaposlitveni status



Dohodek v primerjavi s povprečjem



Regija



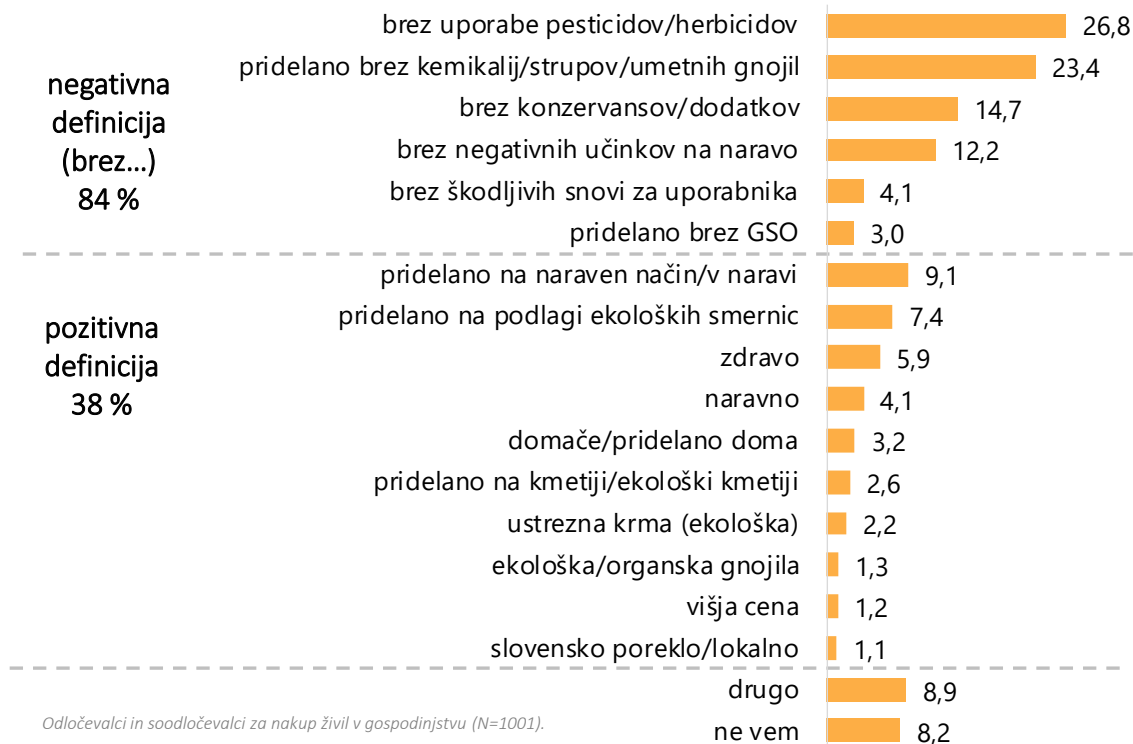
Prepoznavnost ekoloških živil

Večina potrošnikov ekološka živila povezuje z odsotnostjo škodljivih dodatkov – pridelano brez uporabe pesticidov in herbicidov, brez kemikalij / strupov, brez konzervansov... Pogosta je tudi povezava z naravnostjo (brez negativnih učinkov na naravo, pridelano na naraven način).

Pri prepoznavi ekoloških živil večina zaupa oznakam, redki pa se zanašajo na zaupanje pridelovalcu, pri katerem kupujejo.

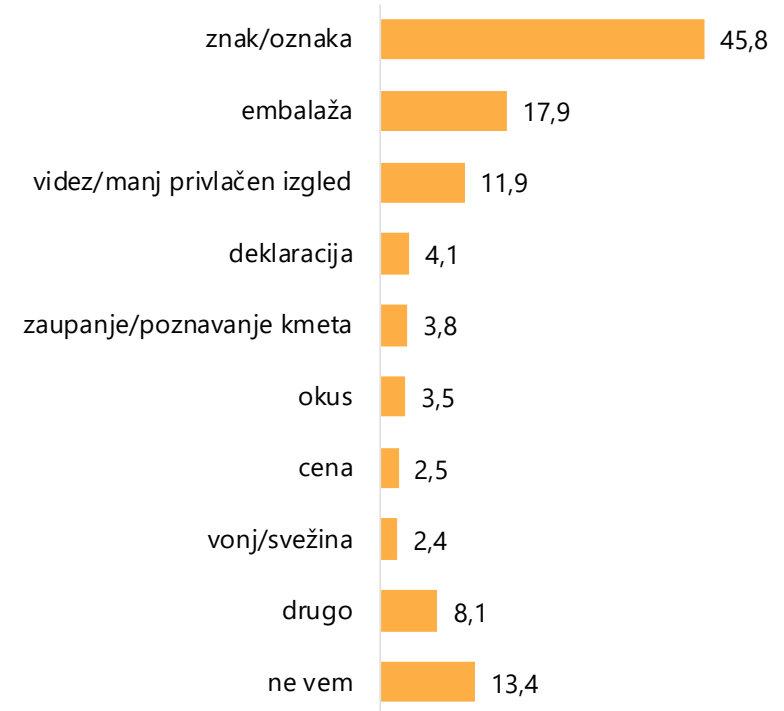
Kaj pomeni, da je živilo ekološko?

Odprte navedbe, kategorizirane v post analizi. Več možnih odgovorov.



Kako prepoznate ekološko živilo?

Odprte navedbe, kategorizirane v post analizi. Več možnih odgovorov.

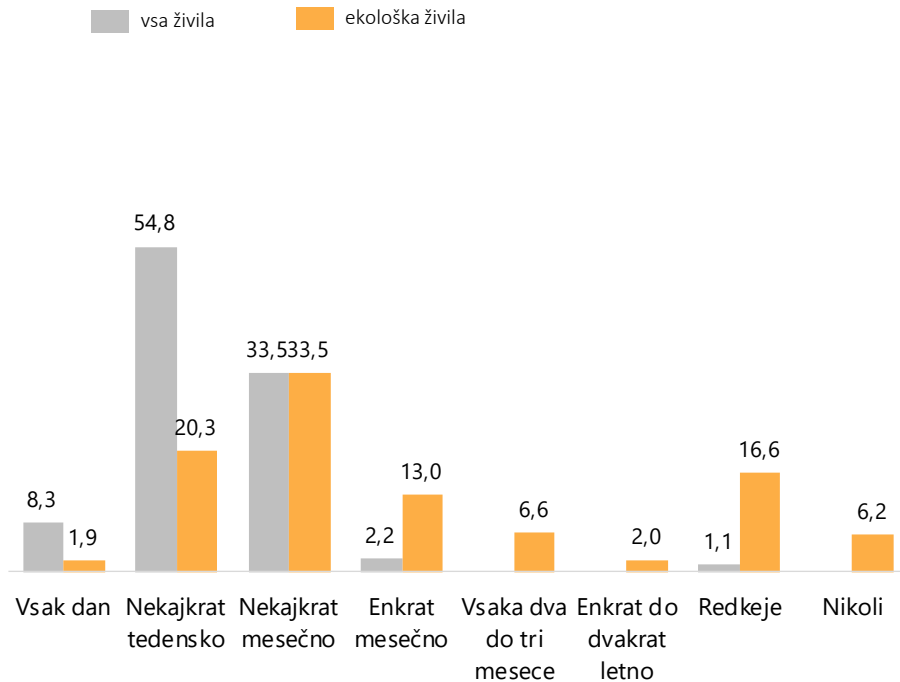


Pogostost in kanal nakupa

Večina anketiranih vsaj občasno kupuje ekološka živila – le 23 % jih ne kupuje niti na letni ravni. Kljub temu pa se ekološka živila kupuje redkeje kot ostala živila – večina jih kupuje nekajkrat mesečno, medtem ko nakup živil v splošnem izvajajo na tedenski ravni.

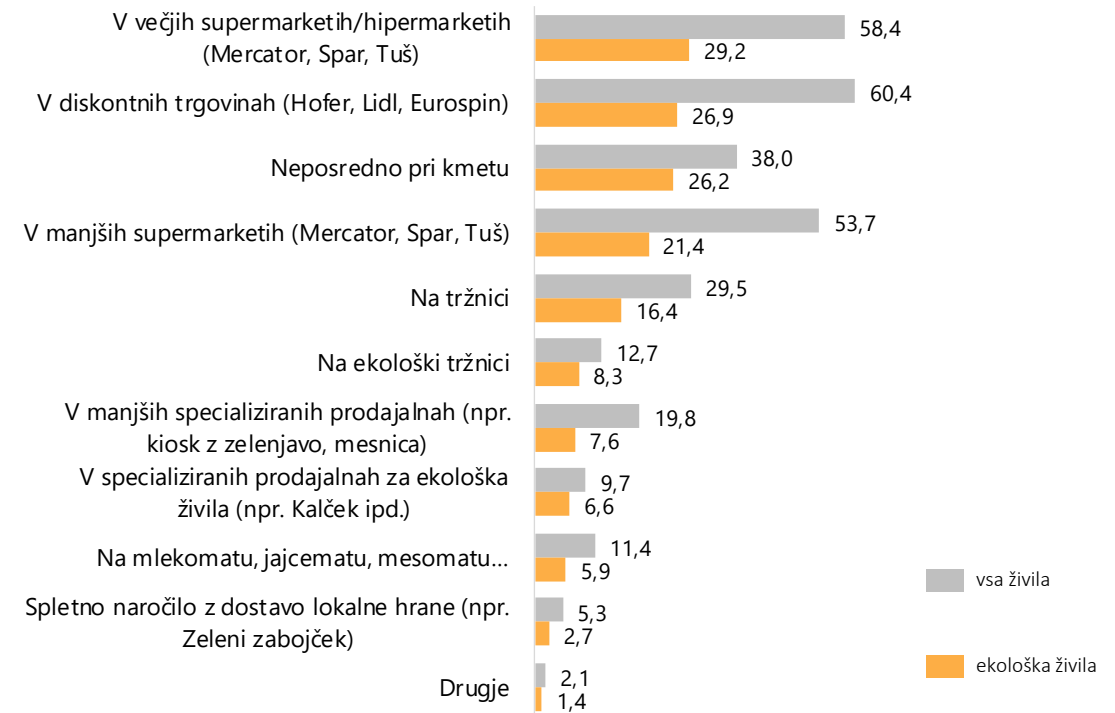
Kar se tiče trgovskih verig oz. kanalov nakupa za ekološka živila ni bistvenih razlik v primerjavi z ostalimi živili, je pa izrazito več nakupov neposredno pri kmetih.

Kako pogosto kupujete (ekološka) živila?



Odločevalci in soodločevalci za nakup živil v gospodinjstvu (N=1001).

Kje vse kupujete (ekološka) živila?



Anketirani, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni (N=989).

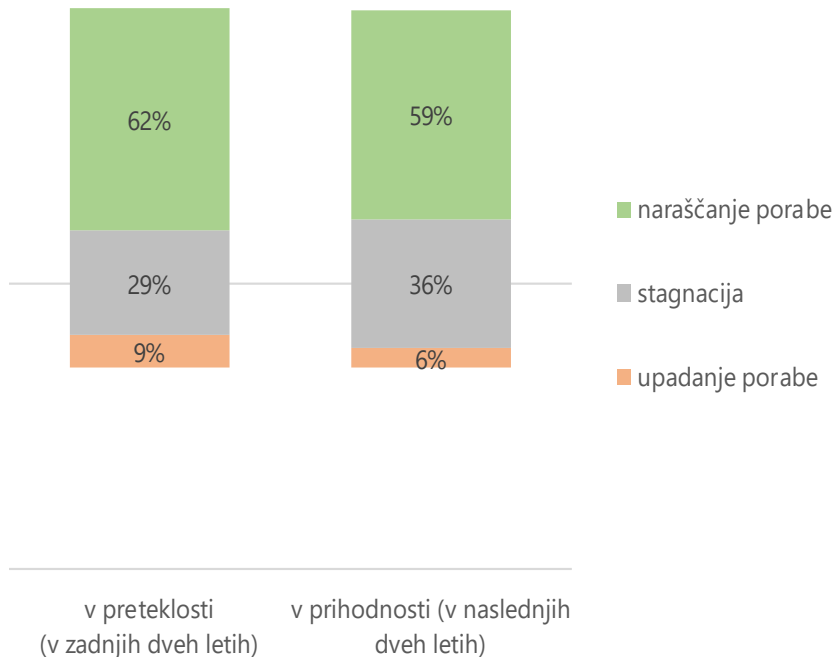
Dinamika nakupovanja ekoloških živil

Podroben pogled trendov kaže, da se pri večini poraba ekoloških živil konsistentno povečuje, vsekakor pa je malo nihanj – povečevanje v preteklosti in upadanje v prihodnosti ali obratno. V celoti lahko rečemo, da pri je pri dobri polovici kupcev ekoloških živil trend relativno konsistentno pozitiven (se poraba povečuje).

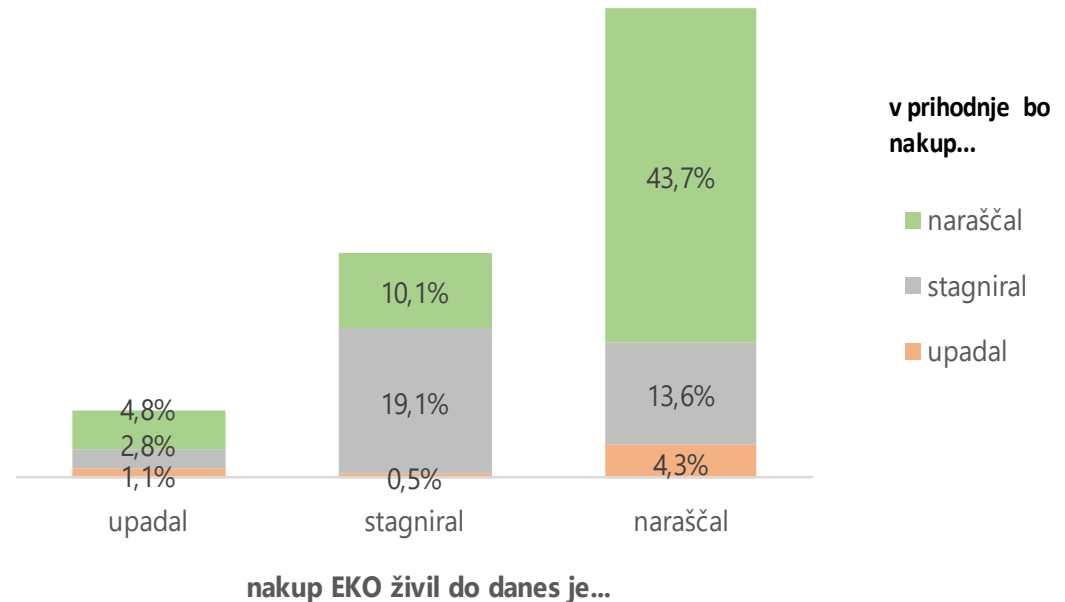
Pomislite na to, kako ste nakupovali ekološka živila pred dvema letoma. Pomislite na to, kako boste predvidoma nakupovali ekološka živila čez dve leti.

Anketirani, ki kupujejo ekološka živila vsaj enkrat na tri mesece in ki so lahko ocenili trend porabe v preteklosti in prihodnosti (N=645).

Nakup ekoloških živil v času



Prihodnja dinamika glede na preteklo dinamiko eko nakupov živil



Percepcija ekoloških živil

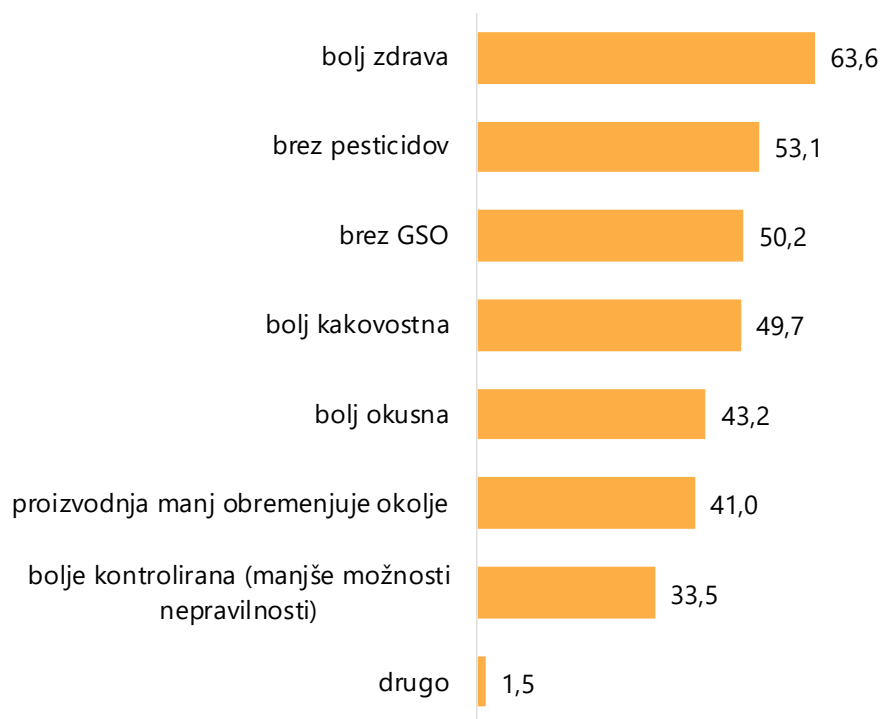
Anketirani, ki kupujejo ekološka živila, večinoma menijo, da so bolj zdrava, kot ostala živila, so brez pesticidov in GSO ter so nasploh bolj kakovostna. Prav tako relativno visok delež meni, da so bolj okusna in da proizvodnja manj obremenjuje okolje.

Glavni razlog, zakaj neuporabniki ne kupujejo ekoloških živil je previsoka cena, ki ji sledi pomanjkanje zaupanja. Približno četrтина tudi meni, da ni razlike v kakovosti in okusu v primerjavi z živila klasične pridelave.

+ Prednosti

Kateri so glavni razlogi, da kupujete ekološko pridelana živila?

Anketirani, ki kupujejo ekološka živila vsaj enkrat na tri mesece (N=753).
Več možnih odgovorov (vsota presega 100 %).



- Slabosti

Kateri so glavni razlogi, da ne kupujete ekološko pridelanih živil?

Anketirani, ki kupujejo živila, ampak ne kupujejo ekoloških živil vsaj enkrat na tri mesece (N=236).
Več možnih odgovorov (vsota presega 100 %).



Nakupni dejavniki: hierarhija širokega nabora dejavnikov (Maxdiff)

Potrošnike k nakupu najbolj pritegne slovensko oz. lokalno poreklo, sledi cena, vključno z akcijo, nato pa odsotnost aditivov in ekološka pridelava. Najmanj k nakupu pritegne integrirana pridelava, privlačen izgled in dolg rok trajanja.

V tem naboru ekološka pridelava nekoliko nadpovprečno pritegne k nakupu.

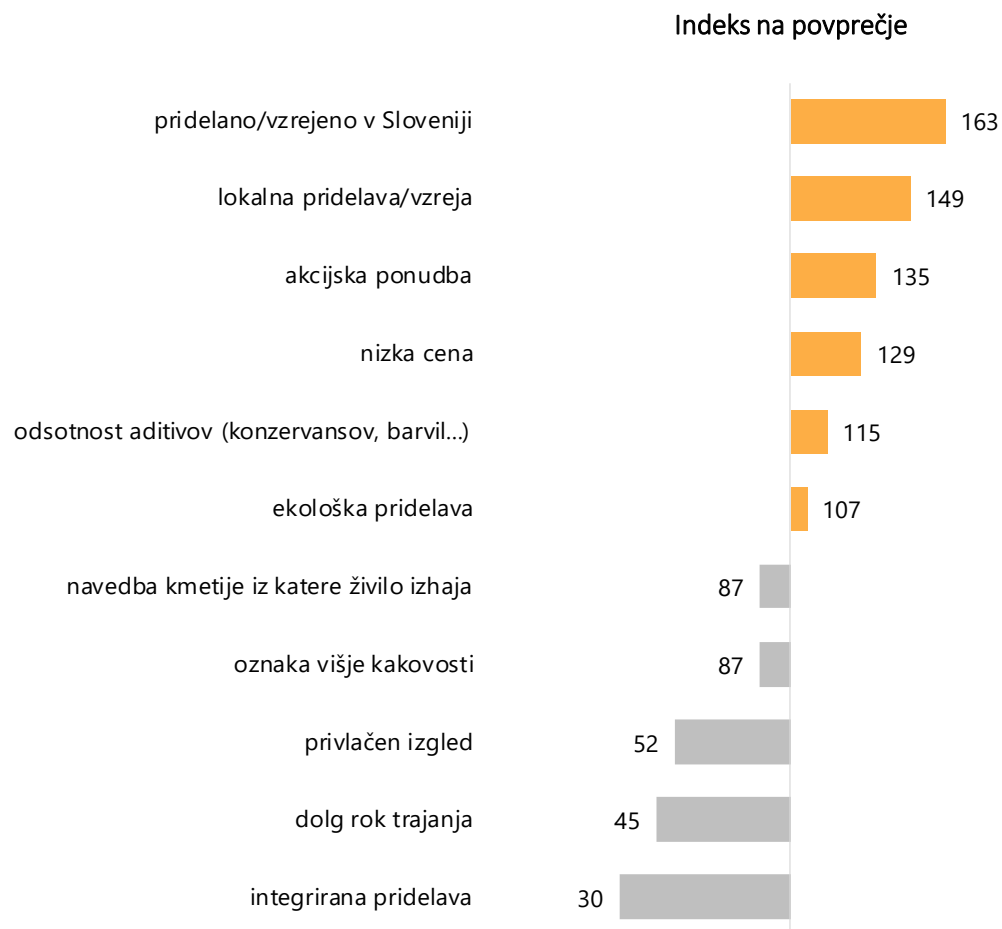
Maxdiff naloge: Ko kupujem živila, me najbolj/najmanj pritegne...

Anketirani, ki kupujejo živila vsaj na mesečni ravni (N=989).

Indeks na povprečje izraža pomembnost trditve v primerjavi s povprečno pomembnostjo vseh trditvev.

Indeks > 100... trditev je nadpovprečno pomembna

Indeks < 100 ... trditev je podpovprečno pomembna



SKLOP 3:

ANALIZA UVOZA IN IZVOZA Z EKO ŽIVILI

Uvoz

Vrednost uvoza

Količina skupnega uvoza ekoloških živil v zadnjih petih letih pada, medtem pa, ko vrednost le tega narašča.

	2016	2017	2018	2019	2020
Vrednost celotnega uvoza v EUR	36.635.677	31.352.854	29.864.994	31.311.086	36.788.451
Količina celotnega uvoza v kg	29.731.433	23.202.561	20.986.500	21.063.468	19.257.169
Vrednost uvoza, namembna država SLO v EUR	7.863.743	5.607.239	5.019.593	6.845.652	7.968.540
Količina uvoza, namembna država SLO v kg	12.067.938	3.187.843	3.432.479	4.276.675	5.362.531

Lokacije uvoza

V Slovenijo največ (60%) vseh uvoženih eko živil prihaja iz Turčije, Izraela in Srbije.

Vrsta živil

Največ se uvozi jabolčnega soka (Turčija), in sicer za okoli 10.900.000 kg, kar predstavlja dobrih 50% celotnega uvoza ekoloških živil. Sledi sveža zelenjava (zlasti z Izraela) z okoli 3.200.000 kg (zlasti paprika, tudi mladi krompir, čebula, korenje, česen, jajčevci, kumare, sladki krompir in paradižnik). Žit, zlasti pšenice, se uvozi za okoli 1.300.000 kg. Sledijo banane z dobrimi 1.000.000 kg, ki v celoti prihajajo iz Ekvadorja ter trsni sladkor, ki prihaja iz Paragvaja in Brazilije.

Izvoz

Vrednost izvoza

Vrednost izvoza smo izračunali na podlagi pridobljenih podatkov anketiranja.

	2017	2018	2019	2020	2021
Vrednost v €	365.627,00	637.100,00	988.059,00	1.022.610,00	1.684.527,00
Letna rast izvoza v %	/	74	55	3	65

Lokacije izvoza

Vina, ki predstavljajo največji delež izvoza eko živil, se tudi izvažata v največje število držav.

Ekološko živilo	Lokacije izvoza
Vino	Japonska, Indija, Kitajska, Koreja, Rusija, Kanada, ZDA, VB, Tajska, Avstralija, Izrael, Islandija, Švica, Srbija, Črna gora
Rožmarinov ekstrakt	ZDA, Kanada, Avstralija, Izrael
Sok aronije	ZDA
Otroška hrana in sokovi	BiH, Severna Makedonija, Srbija, Črna Gora, Kosovo
Testenine	VB
Kokosovo olje	ZDA, VB, Srbija
Oljčno olje	/

Vrsta živil

V 2021 je največji delež izvoza odpadel na vina (65%) in rožmarinov ekstrakt za živilsko industrijo (30%).

SKLOP 4:

ANALIZA CEN IN CENOVNIH TRENDOV

Metodologija

• Pristop

Analiza vsebuje popis cen ekološko in konvencionalno pridelanih živil, primerjavo s podatki SURS (za leto 2021), ki zbira podatke o povprečni drobnoprodajni ceni izdelkov in storitev, ter analizo glede na distribucijski kanal.

• Časovno obdobje popisovanja cen

Med 25. 10. 2021 ter 14. 11. 2021

• Lokacije popisovanja cen

Cene smo popisovali:

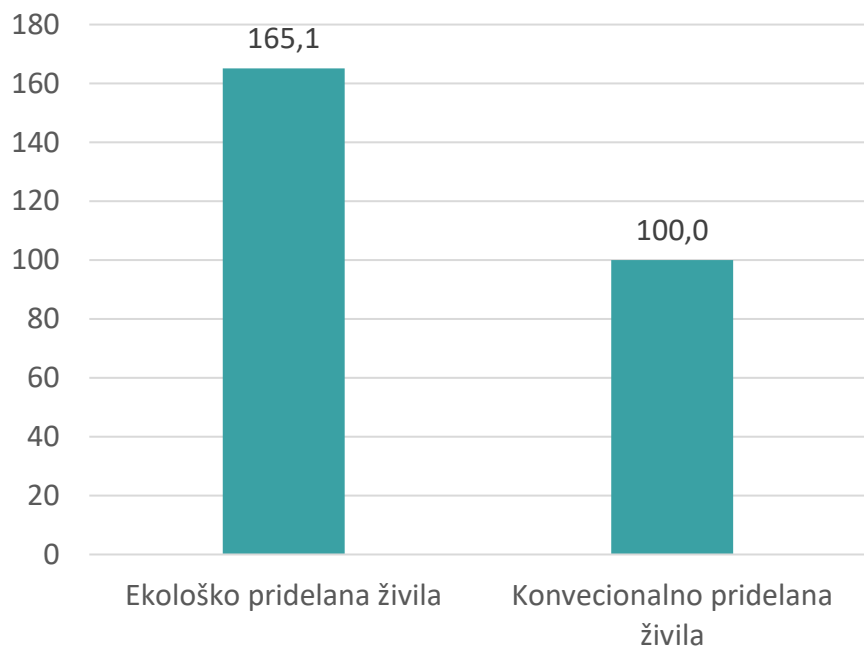
- na tržnicah (na Mariborski ter Ljubljanski), pri čemer smo podatke dopolnili s cenami pridelkov na slovenskih tržnicah objavljenimi v Kmečkem glasu 3. novembra 2021, leto LXXVIII in številko 44 ter 10. novembra 2021, leto LXXVIII in številko 45;
- v trgovinah večjih trgovcev (Interspar, Mercator);
- v diskontnih trgovinah (Lidl, Hofer);
- v specializiranih trgovinah (Kalček, Vita Care);
- spletnih trgovinah (Zeleni zabojček, Gajbica)

• Seznam artiklov (79 artiklov znotraj desetih kategorij)

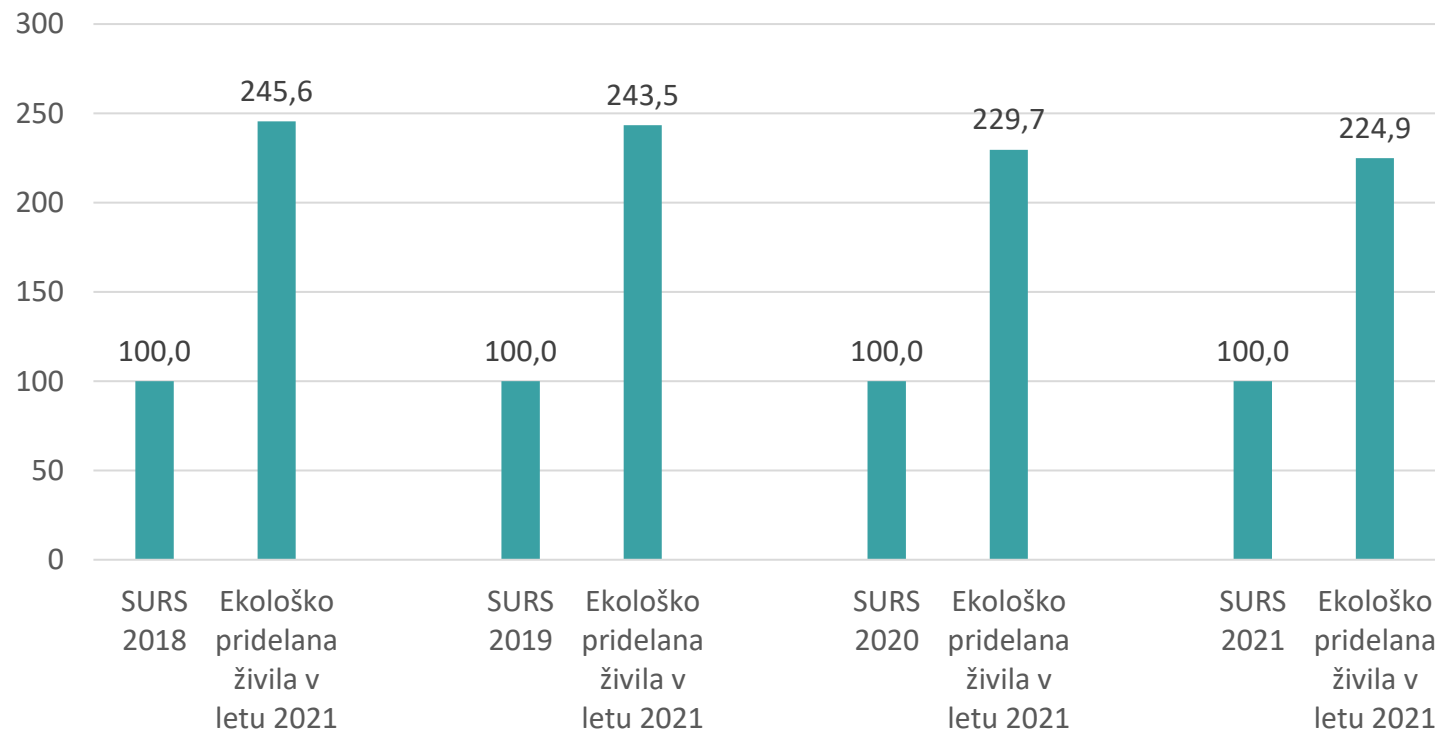
Kategorija	Število artiklov	Seznam artiklov
SADJE	11	banane, fige, belo in rdeče grozdje, hruške, jabolka, jagode, kivi, limone, pomaranče in kaki
ZELENJAVA	30	blitva, brokoli, bučke, cvetača, čebula, česen, fižol v zrnju in fižol v stroku, jajčevci, koleraba, korenje, krompir, kumare, paprika, paradižnik, por, radič, rdeča pesa, redkev, solata, zelje, rdeče zelje, repa, zelena (stebelni del in gomolj), buče hokaido, ohrovt, špinača, motovilec in sladki krompir
MLEVSKI IN PEKOVSKI IZDELKI	13	ajdova moka, ajdova kaša, koruzni zdrob, ovseni kosmiči, pirina moka, pirino zrnje, pirin kruh, pirine testenine, pšenična moka, pšenični kruh, pšenične testenine, prosena kaša in konopljina moka
MLEČNI IZDELKI	6	polnomastno kravje mleko, jogurt iz kravjega mleka, skuta iz kravjega mleka, kozje mleko, kravji sir, kefir
OLJA IN KISI	4	bučno olje, oljčno olje, jabolčni kis, vinski kis
JAJCA	1	škatlja 10 jajc
MED	2	gozdni med, cvetlični med
PIJAČE	5	jabolčni sok, sirup, slivovica, refošk, cviček
MESO IN MESNI IZDELKI	4	goveje mleto meso, teletina, piščanec, domača salama
RIBE IN ŠKOLJKE	3	klapavice, orada, dimljeni losos

Rezultati

Razlika v ceni med konvencionalno in ekološko pridelanimi živili v Sloveniji v letu 2021

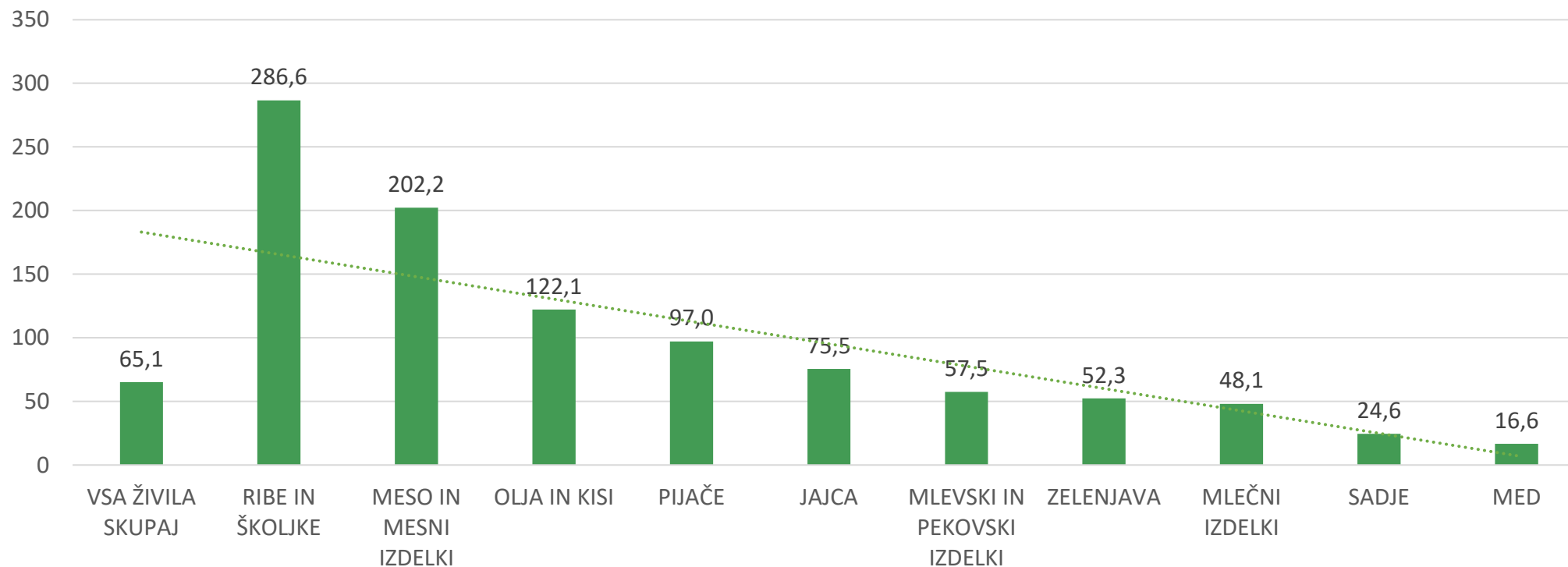


Razlika v ceni med ekološko pridelanimi živili v letu 2021 ter povprečno drobnoprodajno ceno izdelkov po metodologiji SURS v letih 2018, 2019, 2020 ter 2021



Rezultati

INDEKSI - razlike v cena med ekološko in konvencionalno pridelanimi kategorijami živil



Glavne ugotovitve

- Cene ekološko pridelanih živil so bile v letu 2010 v povprečju za **87 % višje od cen konvencionalno pridelanih živil** (Poročilo CRP, 2010), medtem ko so bila **v letu 2021 višje (le še) za dobrih 65 %**.
- Kjer so razlike med povprečno drobnoprodajnimi cenami izdelkov po metodologiji SURS približujejo razlikam med konvencionalno in ekološko pridelanimi živil, lahko zaključimo, da se **med živil, ki jih v popis zajame SURS** (največkrat prodajani izdelki), **pojavi vedno več ekološko pridelanih živil**.
- V zadnjem obdobju smo priča višanju cen energentov, številnih surovih, embalaži, ob tem tudi delavni sili. Posledično prihaja do podražitve hrane, kar najbolj občutijo ravno potrošniki. Po napovedih analitikov naj bi se v prihodnje cene še povečevale. Predvsem se napovedujejo višanja cen mesa, mleka in mlečnih izdelkov, nenazadnje pa smo v zadnjih letih priča nestanovitnim vremenskih razmeram (pozebam, sušam, hudim neurjem), kar posledično prinaša **spremembe v cenah sadja, zelenjave ter številnih pijač**.

SKLOP 5:

ANALIZA POTENCIALA ZA RAST PONUDBE S SLOVENSKIMI EKOLOŠKIMI ŽIVILI

Glavne ugotovitve

POTROŠNIKI

- Potrošniki danes kupujejo več ekoloških živil, kot so jih pred dvema letoma. Prav tako se bo ta trend predvidoma nadaljeval v prihodnosti. Ključni dejavniki pri nakupu živil so cena, poreklo in (še)le nato način pridelave (klasično vs. ekološko).
- Glavni izziv predstavlja kako ozavestiti potrošnike o razliki med »domače oz. lokalno« in »ekološko« ter posledično povečati percepcijsko razliko med slovenskim in slovenskim ekološkim živilom.
- Največji potencial je zabeležen pri tistih potrošnikih, ki že kupujejo ekološka živila in so svojo porabo že povečali v primerjavi s preteklostjo in jo nameravajo še povečati. Te je potrebno »prepričati«, da bodo kupovali še bolj pogosto oz. v večjem obsegu in več različnih kategorij ekoloških živil. Seveda pa je to povezano tudi s pestrostjo ponudbe.

TRGOVCI

- Vsem trgovcem je v interesu povečati delež slovenskih ekoloških živil, ker je zaradi kratke dobavne verige tudi njihova kvaliteta boljša od uvoženih ekoloških živil in ker je povpraševanja po teh izdelkih vedno več. Vendar pa hkrati opozarjajo predvsem na prenizek obseg pridelave slovenskih ekoloških živil (še posebej sadja in zelenjave), kar vpliva na nizke razpoložljive količine in (pre)visoke cene le teh. Posledično dostopnost slovenskih ekoloških živil ocenjujejo kot slabo.
- Trgovci vidijo razlog za tako stanje predvsem v premajhni povezanosti med ekološkimi kmeti, ki bi tako lahko zagotavljala večje količine ekoloških živil.

Glavne ugotovitve

JAVNI ZAVODI

- Javni zavodi si sicer želijo več slovenskih živil, vendar izpostavljajo, da se slovenski ponudniki pogosto sploh ne prijavljajo na javna naročila oz. niso pripravljeni na sodelovanje z javnimi zavodi. Seveda je ena glavnih ovir cena, saj so javni zavodi (zelo) omejeni s sredstvi za nabavo živil. Ob tem pa je izziv še dostopnost in količinska razpoložljivost slovenskih ekoloških živil.
- Kot ključne ukrepe za povečanje obsega slovenskih ekoloških živil v javnih zavodih lahko opredelimo podporno okolje za aktivno povezovanje ponudnikov (skupen nastop kmetov za zagotavljanje večje količine, pestrosti in kontinuitete dobave ekoloških živil) ter ponudnikov z javnimi zavodi (ažurno informiranje javnih zavodov o (aktualni) ponudbi ekoloških živil), spremembe v sistemu javnega naročanja (vrednotenje slovenskega porekla), subvencioniranje nabave ekoloških živil, izobraževanje osebja, ki je v javnih zavodih vključeno v sistem naročanja živil in priprave prehrane ter izvajanje kontrole glede upoštevanja Uredbe o ZJN (15% eko živil).

HORECA

- Ta segment lahko trenutno, z vidika ekoloških živil, označimo še kot nerazvit, ki pa ima potencial tudi za slovenska ekološka živila.
- Nadaljnja rast deleža ekoloških živil v tem sektorju bo predvsem odvisna od povpraševanja oz. ozaveščenosti potrošnikov, da se v ponudbo vključi večji delež ekoloških živil. Vendar pa oviro tukaj predstavlja zlasti vprašanje koliko več so potrošniki dejansko pripravljeni plačati za to. Trenutno stanje kaže, da tako za ponudnike kot potrošnike veliko bolj pomembno vlogo igra izvor živila, torej, da gre za domače oz. lokalno živilo, kot to ali je pridelano ekološko.
- Oviro predstavlja tudi seznanjenost ponudnikov s postopki in pravili glede uvajanja in trženja ekoloških živil.

Glavne ugotovitve

KMETIJE

- Raziskava je pokazala, da je večina **ekoloških kmetij** tržno usmerjenih, vendar je med temi velik delež takih kmetij, kjer kmetijstvo ni edini oz. glavni vir prihodka. V povprečju ekološke kmetije prodajo tri četrtine lastnih pridelanih oz. predelanih živil, ostalo je za lastno porabo. Slaba tretjina kmetij del svojih živil proda kot konvencionalna, ta delež je največji pri živinorejskih kmetijah (43%).
- Približno četrtina anketiranih ekoloških kmetij načrtuje širitev obsega pridelave ter razvoj novih prodajnih poti. Obenem pa jih 15% namerava zmanjšati obseg pridelave in predelave. Tako lahko sklepamo, da v okviru obstoječih ekoloških kmetij obstaja določen potencial za rast ponudbe, ki pa je omejen, kar je povezano tudi s pomanjkanjem delovne sile, starostjo nosilcev in problematiko pridobivanja novih zemljišč.
- Za povečanje obsega ponudbe slovenskih ekoloških živil, je zato ključno, da čim večje število trenutnih ekoloških kmetij ostane vključenih v ekološko kontrolo, obenem pa spodbuditi vpis novih (konvencionalnih) kmetij v ekološko kontrolo.

Glavne ugotovitve

KLJUČNI UKREPI

Kot **ključne ukrepe za doseganje povečane ponudbe slovenskih ekoloških živil na trgu, s strani države**, vidimo zlasti v:

- Vzpostavitvi podpornega okolja oz. pospeševalne službe, ki bi aktivno spodbujala vključevanje novih kmetij v eko kontrolo ter novim in obstoječim kmetijam hkrati tudi nudila podporo, zlasti na področju trženja in razvoja prodajnih poti ter mrežila kmetija z različnimi akterji na področju povpraševanja in ponudbe (javni zavodi, trgovci, HORECA ind.).
- Okrepitvi promocijske kampanje »EKOLOŠKO+LOKALNO=IDEALNO« in ozaveščanju potrošnikov. Pri tem je nujno, da se v te aktivnosti aktivno vključijo tudi trgovske verige. Trenuten obseg finančnih sredstev, ki jih za kampanjo namenja država je prenizek, da bi bila kampanja lahko (dovolj) učinkovita. Hkrati bi bilo smiselno
- Spodbujanju tržnega povezovanja ekoloških kmetij in razvoja kratkih verig, saj lahko le na ta način pride do pomembnega premika v obsegu slovenskih ekoloških živil v trgovskih verigah, javnih zavodih in HORECA sektorju.
- Podpori za investicije v pridelavo, predelavo in trženje ter za zagon tržnih eko kmetij.
- Zagotavljanju ustreznega oz. stimulirajočega modela neposrednih plačil, saj so le ta še vedno zelo pomemben dejavnik pri odločitvi za preusmerjanje kmetij v ekološko kontrolo, kot tudi pri odločitvi za nadaljevanje ekološkega kmetovanja (že obstoječih kmetij).

**HVALA ZA
POZORNOST
VPRAŠANJA?**