



GOBIERNO
DE ESPAÑA

MINISTERIO
DE MEDIO AMBIENTE
Y MEDIO RURAL Y MARINO



ESPAÑA

vívela

agricultura ecológica

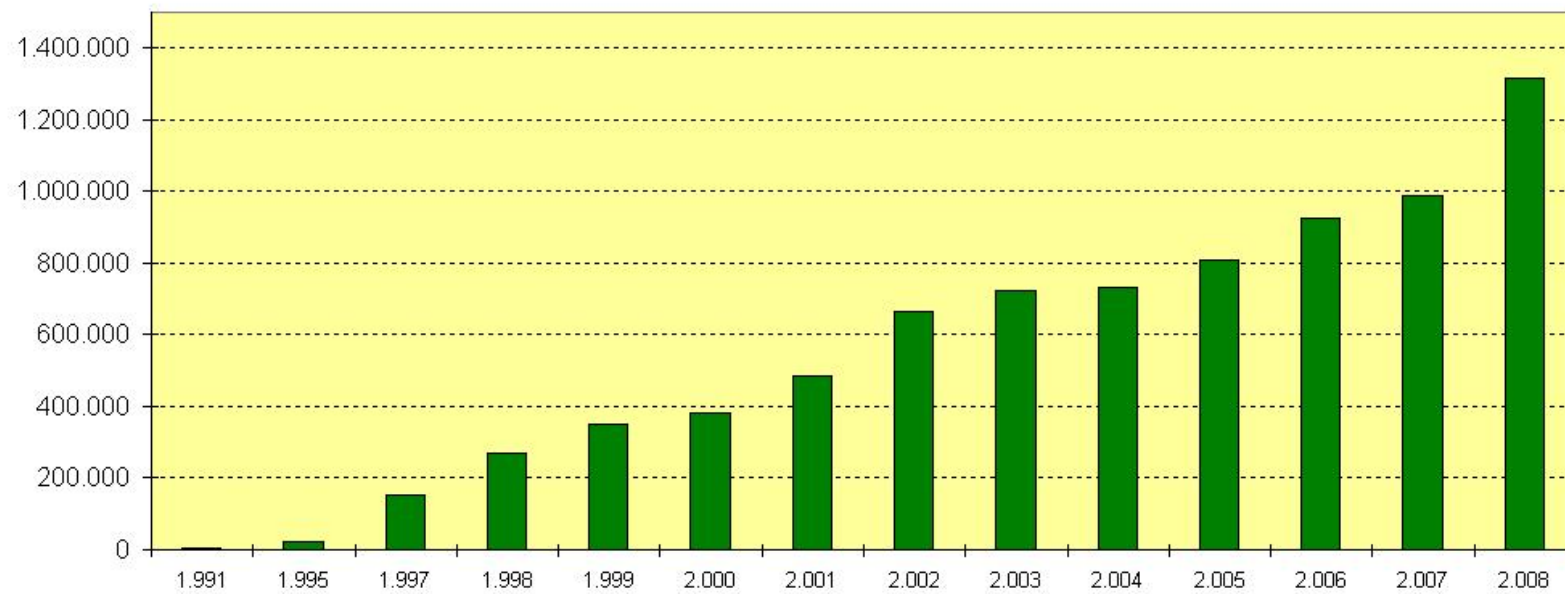
Datos sobre la Agricultura Ecológica en España

2008



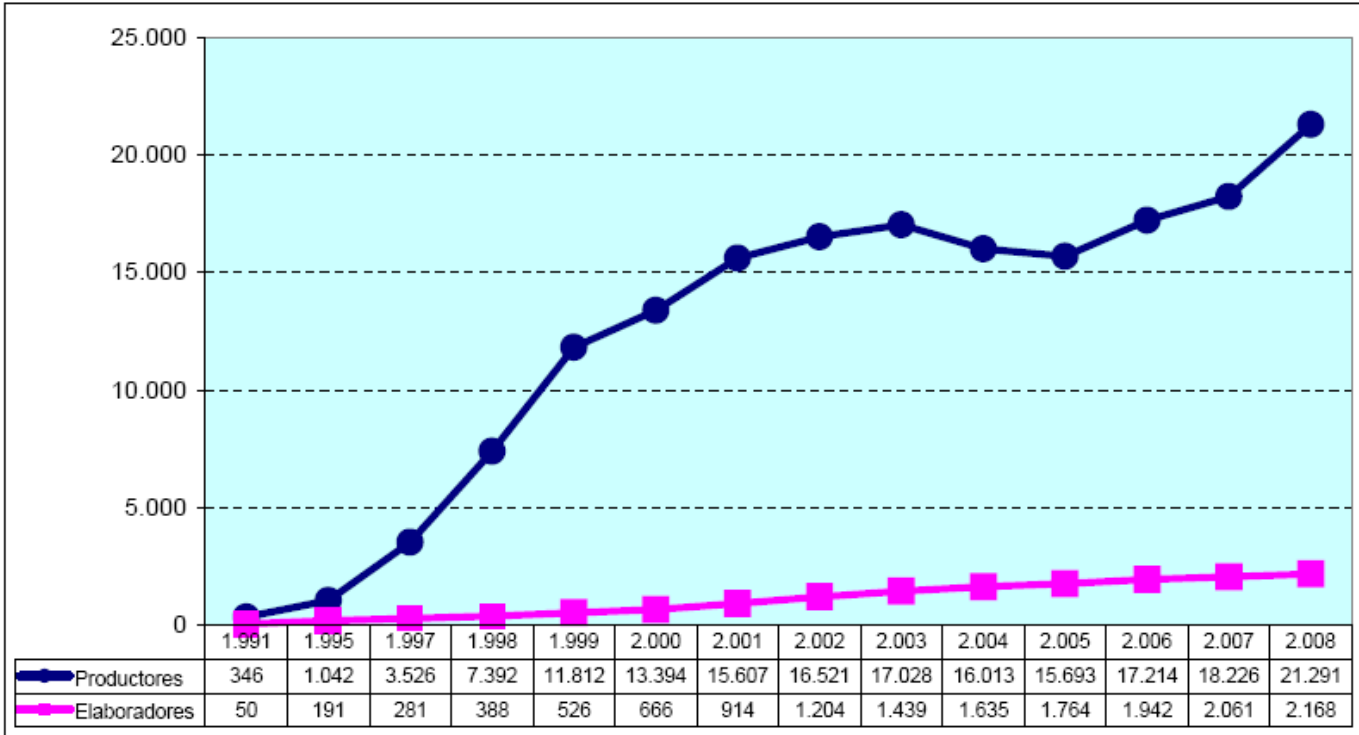
Evolución de la Producción Agrícola Ecológica (1991-2008)

Superficie (ha)



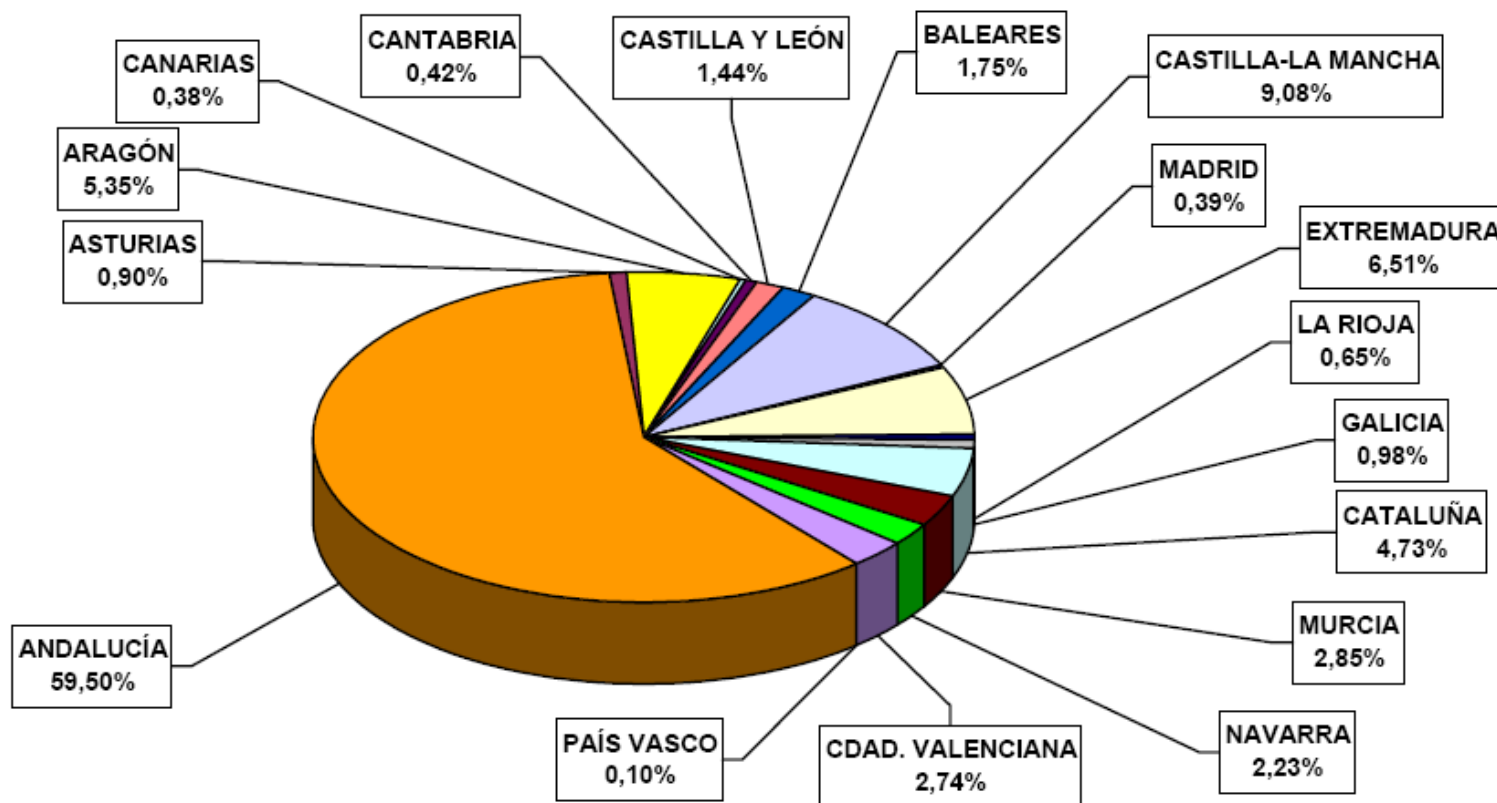
Evolución de la Producción Agrícola Ecológica (1991-2008)

OPERADORES A.E.



Superficie de Agricultura Ecológica (ha). Año 2008

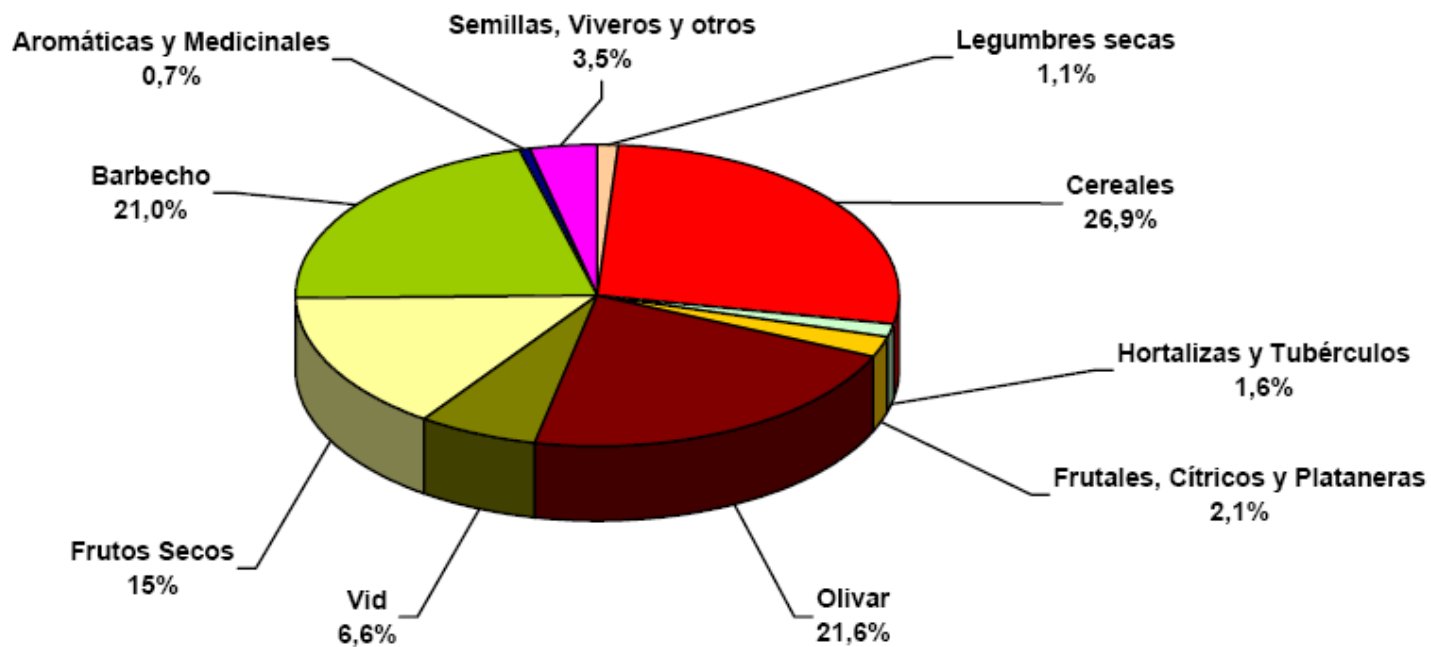
Distribución por Comunidades Autónomas



Superficie Total de Agricultura Ecológica: 1.317.751,88 ha

Superficie de Agricultura Ecológica (ha). Año 2008

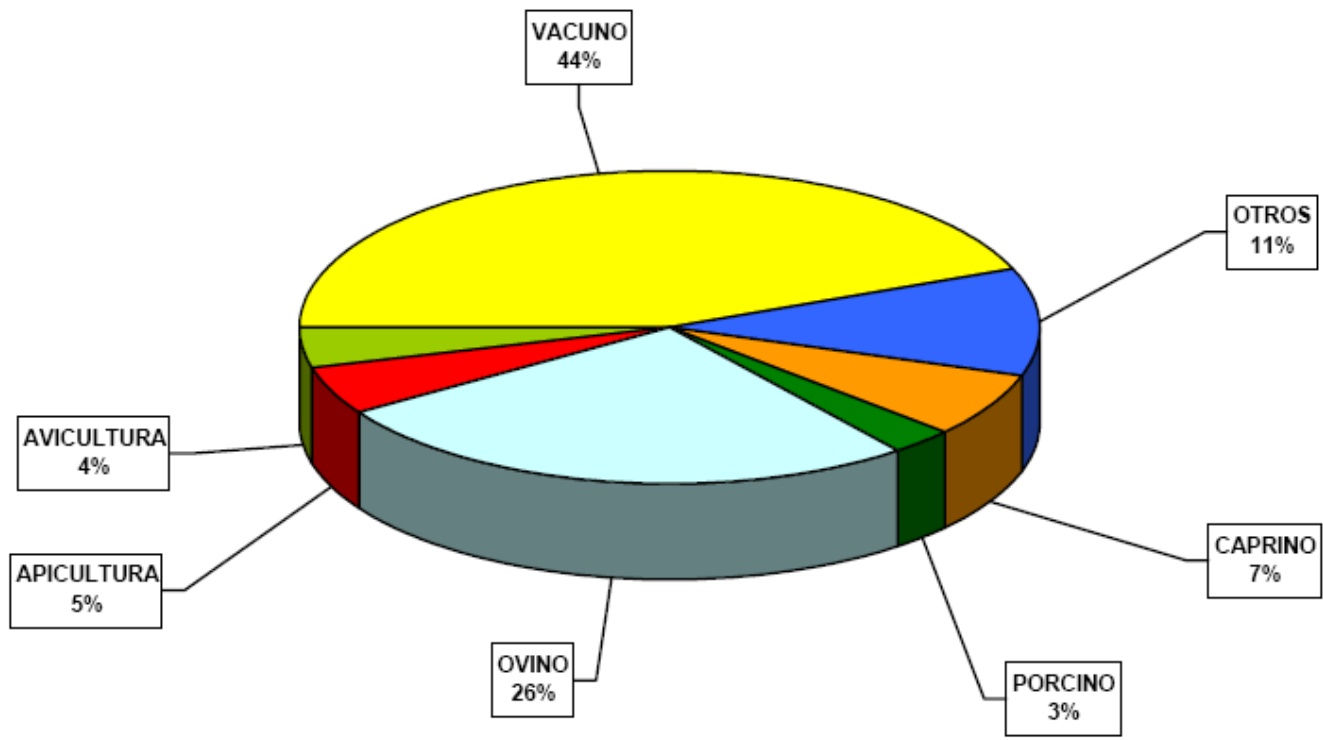
(*) Porcentajes por tipo de cultivos



SUPERFICIE TOTAL: 1.317.751,88 ha
(*) El gráfico no incluye PASTOS ni BOSQUES: 848.409,78 ha

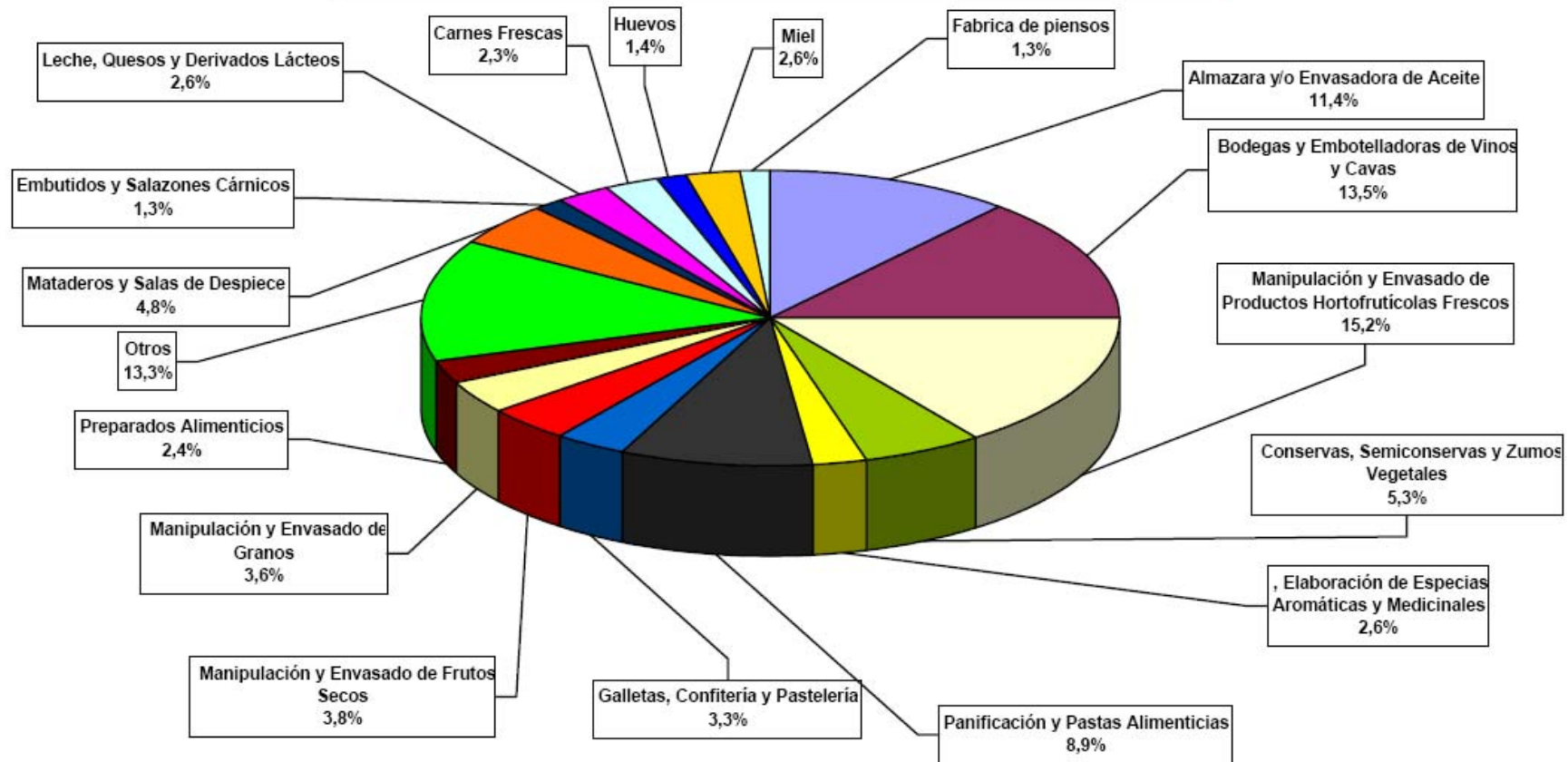
Explotaciones Ganaderas en Agricultura Ecológica. Año 2008

Distribución por tipo de Ganado

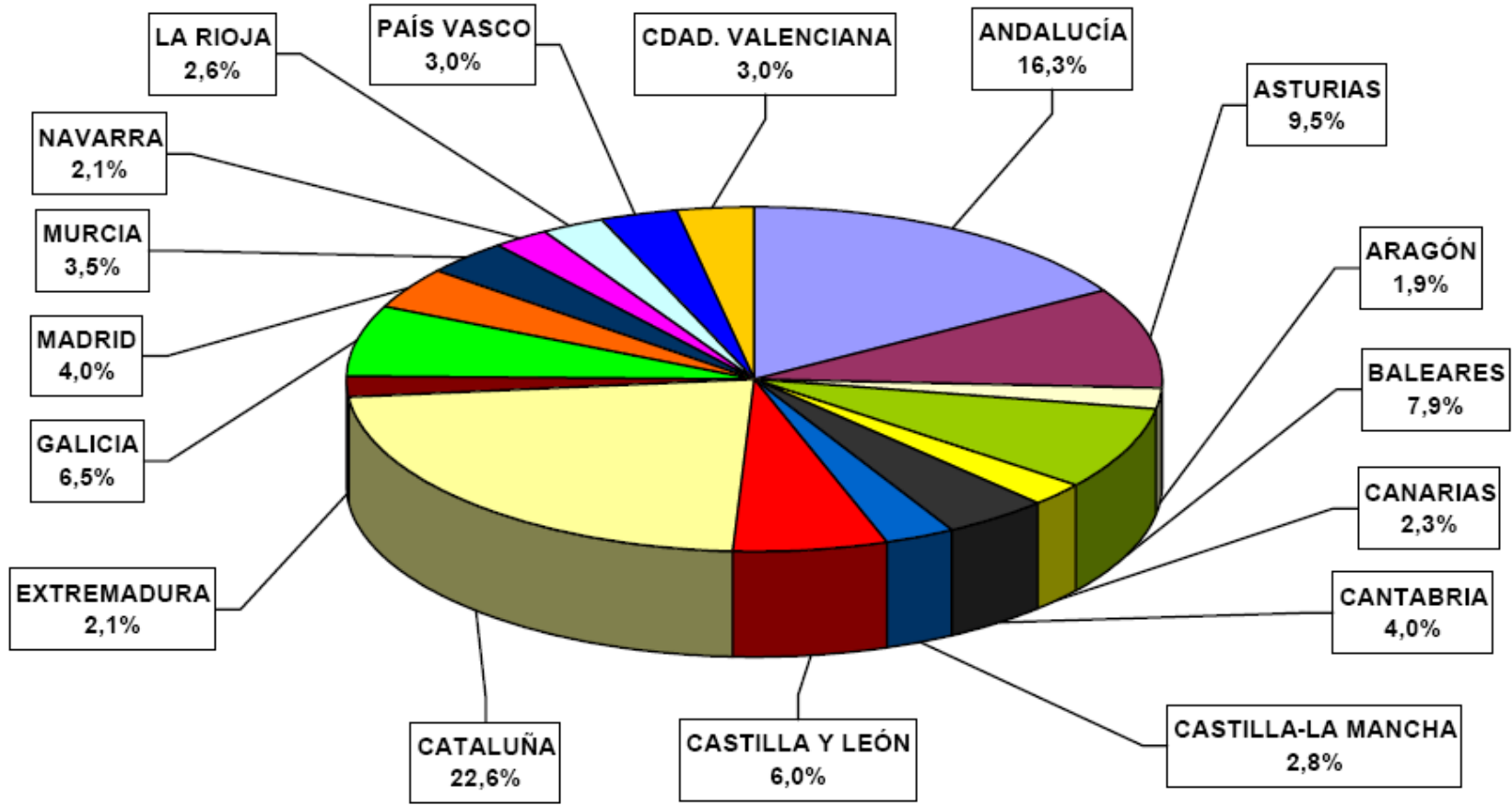


Número Total de explotaciones ganaderas: 3.813

Actividades Industriales en Agricultura Ecológica Año 2008
Industrias sometidas a control.
Distribución por Actividades Industriales



Actividades Industriales en Agricultura Ecológica Año 2008
Industrias sometidas a control.
Distribución por Comunidades Autónomas



Evolución de las principales magnitudes 2004-2008

| | Incremento |
|-------------------------------|------------|
| Superficie | 80 % |
| Productores | 33 % |
| Elaboradores | 33 % |
| Explotaciones Ganaderas | 115 % |
| Industrias producción vegetal | 36 % |
| Industrias producción animal | 61 % |

PLAN INTEGRAL DE ACTUACIONES PARA EL FOMENTO DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

2007-2010



OBJETIVOS

1

Promover el desarrollo de la agricultura ecológica

2

Mejorar el conocimiento y promover el consumo y la comercialización de los productos ecológicos

3

Mejorar la colaboración institucional, la gestión de los recursos del sector, contribuyendo a su vertebración

Plan Integral de Actuaciones para el Fomento de la AE

Resumen de Actuaciones

Acoplar la producción ecológica con el desarrollo rural

- El Marco Nacional de Desarrollo Rural incluye la producción ecológica como un elemento común.
- Todas las Comunidades Autónomas han incluido en los Programas de Desarrollo Rural alguna submedida, en la medida 214 “ayudas agroambientales”.
- Se ha incluido como actividad prioritaria o como objetivo general a conseguir en la medida 123 “aumento del valor añadido de los productos agrícolas y forestales”.

Plan Integral de Actuaciones para el Fomento de la AE

Resumen de Actuaciones

Medios y Factores de Producción

- Jornadas Técnicas sobre materiales de reproducción.
- Propuesta de encuesta sobre disponibilidad de semillas y mejora base de datos.
- Borrador de Cuaderno de Normas Técnicas.
- Propuesta de protocolo para autorización de insumos.
- Apoyo a la norma AENOR de trucha ecológica.
- Optimización del tratamiento de los productos ecológicos en los seguros agrarios.
- Mejora en la gestión de la base de datos de semillas.
- Grupo de trabajo conjunto y Encomienda de Gestión con INIA.

Plan Integral de Actuaciones para el Fomento de la AE

Resumen de Actuaciones

Cooperación y Participación en Foros Internacionales

- Cooperación con la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI) en Serbia y Centroamérica.
- Carta de Intenciones para la Sostenibilidad y Desarrollo de la Agricultura Ecológica entre los gobiernos de España y Portugal.
- Participación en Mediterranean Organic Agriculture Network (MOAN).

Plan Integral de Actuaciones para el Fomento de la AE

Resumen de Actuaciones

Formación del sector y Gestión del conocimiento

- Seminarios Internacionales Londres (2), París y Dinamarca.
- Programas plurirregionales a profesionales del medio rural.
- Guía de Buenas Prácticas para la Producción y Comercialización.
- Jornada Viticultura Ecológica y Sostenible.
- Asesoramiento telemático a profesionales.
- Valoración Organoléptica y Sensorial de Productos Ecológicos (2 ediciones).
- Jornadas sobre Calidad en los Alimentos Ecológicos (6)
- Curso de acreditación en la norma EN 45011 para Autoridades de Control.
- Becas a la formación de postgrado.

Plan Integral de Actuaciones para el Fomento de la AE

Resumen de Actuaciones

Promoción, consumo y comercialización

- Campaña de Promoción, cofinanciada con la UE.
- Guía de elaboradores y comercializadores de productos ecológicos.
- Monográfico del Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria.
- Jornadas técnicas para consumidores, distribución minorista y restauración colectiva.
- Asistencia a las Ferias BIOFACH, BIOCÓRDOBA y ALIMENTARIA.
- Talleres para niños en ferias y material adicional del juego de Ecolina.
- Mantenimiento de la web de la Campaña de Promoción.
- Menú ecológico en el comedor del MARM.
- Protección de denominaciones y términos ECO/BIO/ORGÁNICO.

Plan Integral de Actuaciones para el Fomento de la AE

Resumen de Actuaciones

Vertebración y coordinación administrativa

- Reuniones periódicas con representantes de las Comunidades Autónomas y del Sector.
- Convenios con FEPECO, INTERECO, SEAE y ACAAE.
- Asistencia técnica con Cooperativas Agroalimentarias sobre Estrategias de Concentración de la Oferta.
- Inclusión de la producción ecológica en el Convenio Marco con Asociaciones de Consumidores.
- Patrocinio I Conferencia Internacional sobre AE y Financiación.

Plan Integral de Actuaciones para el Fomento de la AE Futuras Acciones

Retos:

- Mejora del mercado interior optimizando la comercialización y promoviendo el aumento de la demanda interna.
- Incrementar los recursos humanos, técnicos y económicos.
- Impulsar la formación especializada del sector en producción, elaboración y comercialización.
- Continuar apoyando la vertebración y coordinación del sector.

Plan Integral de Actuaciones para el Fomento de la AE Futuras Acciones

Principales Actuaciones en marcha o previstas:

- IV Reunión Anual de la Red Mediterránea de Agricultura Ecológica (MOAN).
- Jornadas sobre Comercialización para mercados minoristas (5).
- Material informativo dirigido a Organizaciones de Consumidores.
- Estudio para conocer el posicionamiento y penetración de los productos ecológicos en la distribución organizada.
- Monográfico del Observatorio del Consumo y la Distribución Alimentaria.
- II Jornadas sobre Presente y Futuro de Materiales de Reproducción.
- Nuevos proyectos de Información y Promoción.
- Caracterización productiva nacional en volumen y valor.



CAMPAÑA DE PROMOCIÓN DE ALIMENTOS DE LA AGRICULTURA ECOLÓGICA

Análisis de resultados



Lema de la campaña

vívela

agricultura
ecológica

Objetivos

Objetivos básicos:

- **Informar a todos los públicos**, en especial a los consumidores, sobre qué es la agricultura ecológica y los productos que de ella se derivan
- **Identificar estos productos** y su reconocimiento en los establecimientos de venta
- **Promover el consumo/compra**

Alcance global de la campaña

- **200 actos** de difusión
- **1.800 días** de actividad
- Impacto directo a más de **4.000.000 de personas**
- Alcance presencial a más de **2.000 niños**

Resumen de las acciones principales

Semanas de la Agricultura Ecológica

Se han concentrado las acciones dirigidas al target principal en cuatro semanas, con un eje informativo sobre el que han girado todas las actividades:

- **Noviembre de 2006**: Inauguración de la campaña
- **Junio de 2007**: La Agricultura Ecológica en las **escuelas de restauración**
- **Octubre de 2007**: Fomento de la Agricultura Ecológica entre la **población infantil**
- **Mayo de 2008**: La Agricultura Ecológica a través de **supermercados y restaurantes** de una gran cadena española de distribución.

Presencia en Comunidades Autónomas

- Se han realizado **18 actos conjuntamente con las Comunidades Autónomas y el sector** para informar y presentar la campaña al sector y a los medios de comunicación.
- Colaboración activa de más de **1.000 personas de las Comunidades Autónomas y del sector**
- **200 periodistas** han acudido a estas citas.
- La campaña ha estado presente en numerosas **ferias del sector**, como Salical, BioCórdoba, Biocultura y La Semana Verde de Galicia.

Valoración de la campaña

Valoración consumidor

Los consumidores definen la campaña como:

- **Amplia**
- **Completa**
- **Moderna**
- **Atractiva**
- **Informativa**

Estudio cualitativo Bufete Durán Tortosa sobre la campaña realizado con dinámicas de grupo a la población

Muchas gracias