



magazín pro zdravý životní styl, www.vimcojim.cz



[Trendy v potravinách](#) 26. 2. 2021 | Mgr. Eva Cihlářová

Covid podporuje etický konzum. Boom BIO a Fairtrade prodeje

URL článku: magazin/specialy/trendy-v-potravinach/Covid-podporuje-eticky-konzum.-Boom-BIO-a-Fairtrade-prodeju__s20131x19930.html

Růst prodeje certifikovaných produktů BIO a Fairtrade pokračuje. Krize spojená s pandemií covidu-19 podpořily etický konzum. V UK jde o nejvyšší tempo růstu s BIO produkty za posledních 15 let. Finn Cottleová ze Soil Association věří, že tento trend je součástí zásadního posunu ve vztahu lidí k jídlu, které konzumují. Zvýšená poptávka i dostupnost společně vytvářejí účinný cyklus příznivý pro nákup etických potravin.



Zpráva Organic Market Report 2021

Zpráva Organic Market Report 2021 certifikační organizace Soil Association Certification odhaluje, že se britský trh s bioprodukty může nyní pochlubit

hodnotou 2,79 miliardy GBP, a to po 12,6% růstu tržeb v roce 2020.

- Jde o nejvyšší tempo růstu, jaké trh s BIO produkty vykázal za posledních 15 let. Zisky sektoru jasně předčily výkon širšího potravinářského průmyslu.

Podobnou tendenci lze vidět i na tržbách **v oblasti Fairtrade produktů**, u nichž se nákupy ve Velké Británii v loňském roce **zvýšily o 15 %**. Podle nedávné zprávy nazvané Ethical Markets, kterou vypracovala organizace Ethical Consumer ve spolupráci s britským spotřebitelským družstvem Co-operative Group, se zároveň téměř 30 % spotřebitelů zavázalo, že v budoucnu nakoupí více Fairtrade zboží.

Boom BIO nákupů i v online prostředí

Data publikovaná organizací Soil Association ukazují, že lidé každý týden v průběhu roku 2020 nakoupili **BIO produkty za celkových 50 milionů liber**.



Podstatnou část růstu v tomto segmentu podpořily [online nákupy a dovozy potravin domů](#), kde byl zaznamenán nárůst prodejů o 36,2 %. To znamená, že online prodeje (včetně online objednávek v supermarketech a následného dovozu) nyní tvoří téměř 25 % celkových prodejů. Zhruba každý čtvrtý nákup bioproduktů se uskutečnil přes nástroje e-commerce.

„S tím, jak lidé tráví více času doma přípravou a plánováním jídla, mnoho zákazníků také **oceňuje neuvěřitelnou škálu bioproduktů**, které jsou k dispozici online, což potvrzuje výjimečný **růst 36,2 procenta** v tomto kanálu,“ říká Finn Cottleová, obchodní konzultantka v Soil Association Certification.

Oblast e-commerce – jež se vlivem pandemie koronaviru a následných

lockdownů, které otřásly zavedenými tržními cestami, výrazně proměnila – nabízí BIO podnikům příležitost vyvinout inovativní přístupy a modely přímého prodeje konečným spotřebitelům.

Ze změn například významně profitovala společnost Riverford **nabízející bedýnky s BIO zeleninou**, a to až tak, že musela opatrně zvažovat, jak si poradí s vyvážením svých kapacitních možností a poptávky.

„V roce 2020 jsme již před covidem zažívali silný růst, který byl poháněn touhou po více BIO a rostlinném stravování. Tváří v tvář nárůstu poptávky, který jsme zažili během pandemie, jsme zredukovali sortiment zpět na zeleninové bedýnky, abychom vyhověli potřebám našich zákazníků a omezili náš prodej novým zákazníkům. Nyní opět rosteme, ale do užšího záběru více zaměřeného na zeleninu,“ vysvětlil Rob Haward, výkonný ředitel Riverfordu.

„I po zavedení těchto opatření se náš prodej zvýšil o více než 40 % ve srovnání s předchozím rokem a tržby zůstávají na těchto vysokých úrovních. Pokračující omezení dopadající na životy lidí totiž stále vedou k vysoké poptávce po dodávkách čerstvých biopotravin až domů,“ dodává.

Prudký nárůst poptávky po ekologických produktech v průběhu roku 2020 ohlásil také online prodejce Ocado.

„V uplynulém roce jsme zaznamenali **výrazný nárůst prodeje** našich biopotravin a nápojů,“ uvedla Laura Hendersonová, vedoucí oddělení nákupu čerstvých a mražených potravin.

Podle Hendersonové byl růst částečně způsoben rozšířením sortimentu biopotravin a zlepšením dostupnosti. „Naše nové partnerství se společností Marks and Spencer zvýšilo počet dostupných bioproduktů a naše nabídka tak narostla na více než čtyři tisíce položek. To je podstatně větší číslo než u jiných maloobchodníků s potravinami,“ doplnila.

S e-commerce vzkvétá i Fairtrade segment



Podobně jako obchodu s bioprodukty se daří i Fairtrade segmentu. Charitativní organizace Fairtrade Foundation hlásí za rok 2020 **zvýšenou poptávku po certifikovaných produktech**. Zájem roste především o Fairtrade banány, kakao, kávu a víno.

Například řetězec Lidl podle organizace zaznamenal trojnásobné prodeje Fairtrade vín oproti roku 2019.

Fairtrade Foundation uvedla, že rostoucí uznání „důležitosti a nezbytnosti“ Fairtrade produktů se odráží i v jejím nejnovějším spotřebitelském průzkumu, který vykázal počet nakupujících, kteří ze všech dostupných alternativ volí Fairtrade produkty, „nejvyšší za celou historii Fairtrade“.

Tento posun ve spotřebitelském chování přitom opět významně podporuje rozvoj e-commerce.

„Udržitelné nakupování potravin se změnilo z tržní niky na segment velkých výdajů, což je zvláště patrné v online prostředí,“ uvádí Fairtrade Foundation.

Podle zprávy značky britských supermarketů Waitrose nazvané How Britain Shops Report v roce 2020 **více než čtvrtina nakupujících** při svých online nákupech aktivně vyhledávala logo Fairtrade, a to zejména v případě nakupujících z věkové skupiny 18 až 24 let. Podle dat například vyhledávání Fairtrade cukru na webu Waitrose.com vzrostlo o 94 %, Fairtrade banánů o 40 % a Fairtrade kávy o 31 %.

Zvyšující se **zájem o Fairtrade** podporují kroky online maloobchodníků, kteří se snaží tyto certifikované produkty pro online nakupující více zpřístupnit. V průběhu roku 2020 tak kupříkladu společnost Ocado představila speciální kategorii výhradně Fairtrade produktů a gigant Amazon Fairtrade zahrnul do svého programu Climate Pledge Friendly.

Co stojí za boomem etického konzumu?

Důležitým faktorem pro spotřebitele, kteří hledají etičtější produkty, byl jednoznačně růst e-commerce v průběhu roku 2020.

Co však v době rozpočtů okrajovaných kvůli covidové krizi, která vyústila v uzavření celých průmyslových odvětví, hromadné režimy nucené dovolené a všeobecné zpomalení ekonomiky přimělo tolik lidí rozhodnout se pro produkty s často vyšší cenovkou?

- Finn Cottleová ze Soil Association věří, že tento trend je součástí **zásadního posunu ve vztahu lidí k jídlu**, které konzumují.

„Díky více příležitostem přemýšlet o našich volbách a většímu množství času stráveného vařením doma si více ceníme jídla, přibližujeme se přírodě a volíme jídlo, které odpovídá našim prioritám v oblasti osobního zdraví,“ řekla Cottleová webu FoodNavigator.

„Existuje mnohem [větší povědomí o vazbách mezi potravinami, zemědělstvím, zdravím a životním prostředím](#). Také jsme měli možnost vidět obrovskou chuť porozumět tomu, odkud naše jídlo pochází, jak se vyrábí a jaké jsou širší dopady našich voleb,“ dodala.



COVID-19 toto povědomí urychlil. Podle panelu Nielsen's Homescan Panel 50 % lidí souhlasí, že je nákup ekologických produktů „dobrý pro udržitelnost“, přičemž před pandemií činil tento podíl jen 41 %. Výzkum organizace Soil Association Certification z července

2020 zase prokázal, že si lidé nejčastěji spojují pojem **„biopotraviny“ s bezpečnými a plně sledovatelnými potravinami** s menším množstvím pesticidů a žádnými genetickými modifikacemi. Toto se podle Cottleové promítá do nově vznikajících priorit v oblasti zdraví a wellness.

Systémy ekologické produkce jsou dle ní také odpovědí na některé z velkých problémů udržitelnosti, kterým potravinový systém čelí.

„S desátým rokem růstu na trhu s ekologickými produkty se ukázalo, že má jejich podpora obrovský dopad na přírodu, zdraví našich půd a naší planety. Výzkumy ukazují, že na ekologických farmách je až o

50 % bohatší život rostlin, hmyzu a ptáků, najdeme zde až o 30 % více druhů a zhruba o 75 % více divokých včel,” uvádí.

Alex Crumbie, spisovatel, výzkumný pracovník a ředitel organizace Ethical Consumer, která je tvůrcem zprávy Ethical Markets Report, taktéž spojuje růst prodeje Fairtrade produktů se změnami postojů, které urychlila pandemie covidu-19.

„Naše nedávná zpráva Ethical Markets Report zpracovaná ve spolupráci s družstvem Co-operative Group zkoumala, **jak se etické návyky v průběhu pandemie změnily**, a výsledky jsou slibné. Navzdory nepřízni osudu chuť britských spotřebitelů kupovat Fairtrade produkty nadále rostla.“

Fairtrade Foundation zdůraznila, že změna nastala v klíčové době pro zemědělce v rozvojových zemích.

„Toto je srdečné hlasování zákazníků o důvěře ve Fairtrade produkty. Zákazníků, kteří jasně **uznávají výhody Fairtrade** pro producenty pěstující naše potraviny,“ uvedla Catherine Davidová, obchodní

ředitelka Fairtrade Foundation.

„Pandemie v kombinaci s pokračujícími dopady změny klimatu vytvoří v roce 2020 obrovský tlak na nejzranitelnější zemědělce a pracovníky a řada z nich bude v následujících měsících dále marginalizována ekonomickým dopadem. Spotřebitelská podpora Fairtrade segmentu nadále poskytuje producentům **zásadní záchranný kruh**, který bude v roce 2021 důležitější než kdy dříve.“

Mají tyto změny šanci se udržet?

Finn Cottleová ze Soil Association je v tomto ohledu optimistická, protože zvýšená poptávka i dostupnost společně vytvářejí **účinný cyklus příznivý pro nákup etických potravin**.

„Došlo k velké změně v tom, jak nakupujeme, jíme a přemýšlíme o jídle. A výsledky té změny tu s námi zůstanou.“

Zdroj: [FoodNavigator.com](https://www.foodnavigator.com)

Copyright © 2024

Vím, co jím a piju, o.p.s., www.vimcojim.cz