

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA EN PAÍSES BAJOS

2025

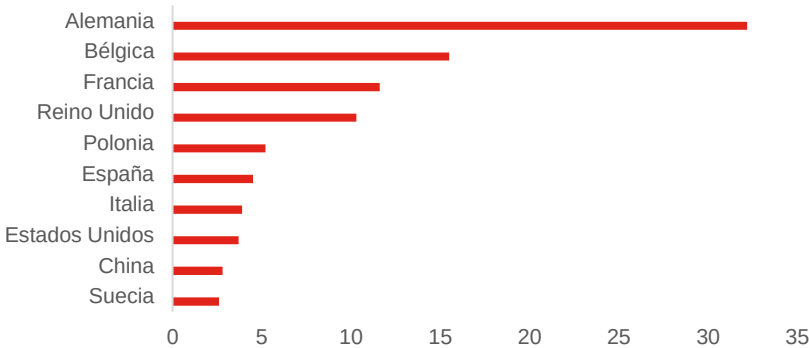
Definición del sector

Productos	Alimentos cuya producción se basa en principios de respeto al medioambiente, la salud del suelo, la biodiversidad y el bienestar animal	Principales regiones	Randstad y Eindhoven
Categorías	Frutas y verdura, repostería y panadería, huevos, pescado, carnes y embutidos, Lácteos, y no perecederos	Principales productos	Frutas y verdura, repostería y panadería, huevos, pescado, carnes y embutidos, Lácteos, y no perecederos

Comercio exterior

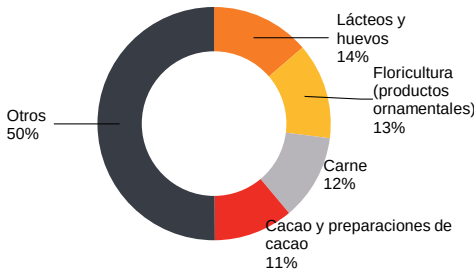
Principales destinos exportaciones agrícolas (2024)

Datos en miles de euros



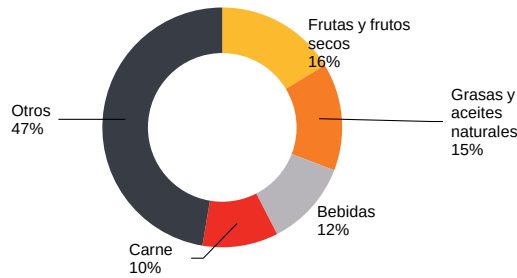
Principales productos agrícolas exportados

Pasados a %, en 2024



Principales productos agrícolas importados

Pasados a %, en 2024



- En 2024, la superficie dedicada a la agricultura ecológica en la Unión Europea alcanzó los 17,7 millones de hectáreas, lo que equivale al 10,9 % del total de la superficie agrícola del bloque.
- Ese mismo año, el mercado de productos ecológicos en la UE alcanzó unas ventas minoristas de 46.500 millones de euros, consolidando al bloque como el segundo mayor mercado mundial después de Estados Unidos.
- En los Países Bajos, el gasto de los consumidores en productos sostenibles se elevó a 12.600 millones de euros en 2024, con un crecimiento del 14 % respecto al año anterior.
- La distribución de productos ecológicos en supermercados neerlandeses registró un incremento del 7 % en ventas durante 2024, impulsada por la creciente preferencia de los consumidores por alimentos locales, ecológicos y sostenibles.

Producción local y evolución respecto al año anterior

Superficie UE:	17.700.000 hectáreas
Superficie local :	92.113 hectáreas
Gelderland:	+30 %
Barbante Septrentional:	+16,9 %
Drenthe:	+11,4 %
Holanda Meridional:	-0,2 %

Precios

- Tradicionalmente, los productos orgánicos han tenido precios más altos que los convencionales, aunque se han vuelto más asequibles con el tiempo.
- Los precios más altos se deben a mayores costes de producción, menor rentabilidad, mayor riesgo y ausencia de pesticidas y costes adicionales por el bajo volumen de empaquetado y distribución. La disparidad de precios es especialmente notable en frutos secos, cereales, cebollas y carne.
- Las tiendas especializadas ofrecen más variedad pero con precios un 20 % a 50 % más altos que los supermercados.

Demanda

- Países Bajos es el 13.º país del mundo en gasto en alimentos ecológicos, con más de 79 EUR per cápita, por encima de la media global.
- Existen consumidores diversos, como *millennials* y personas con alto poder adquisitivo, valoran estilo de vida saludable, sostenibilidad y métodos de producción; compran en supermercados y online. Este grupo es amplio y busca productos naturales, artesanales y sostenibles.
- Los consumidores valoran la transparencia y el origen de los alimentos, no solo la certificación orgánica
- La relación calidad-precio es un factor clave en las decisiones de compra; buscan ahorro sin sacrificar calidad
- Hay un aumento en el consumo de marcas de distribuidor (marcas blancas) que ofrecen calidad similar a marcas reconocidas pero a menor precio.
- Los supermercados están ampliando su oferta de productos ecológicos bajo sus propias marcas, ejerciendo presión sobre las marcas tradicionales de gama media.

EL MERCADO DE LA ALIMENTACIÓN ECOLÓGICA EN PAÍSES BAJOS

2025

Percepción del producto español

- Presencia de productos ecológicos españoles en Países Bajos: Alta presencia de frutas y verduras orgánicas españolas en supermercados neerlandeses
- Destacan productos como lechuga, pepino, brócoli, naranjas, limones y aceite de oliva. En 2024, se exportaron más de 745.000 toneladas de lechuga a Europa.
- Imagen positiva del producto español: El origen español se percibe como garantía de calidad.
- Productos como el aceite de oliva y vinos ecológicos son valorados en tiendas especializadas.

Canales de distribución

- Canal 1: Supermercados**
 - Crecimiento del mercado orgánico en 2024: las ventas aumentaron un 7 % respecto a 2023, alcanzando los 1.700 millones de euros y una cuota de mercado del 4 % (frente al 3,8 % anterior).
- Canal 2: Tiendas especializadas**
 - Categorías con mayor crecimiento proyectado: frutos secos, pan, huevos, lácteos, carne, comida para bebés y aceites. Se estima que para 2025, los productos orgánicos representarán aproximadamente el 7 % del mercado alimentario neerlandés.
- Canal 3: Venta directa**
 - Para 2023, las ventas minoristas de productos ecológicos alcanzaron 12.600 millones de euros. En 2025, los mercados orgánicos al aire libre siguen siendo un canal relevante para la venta directa, aunque con menor peso que supermercados y tiendas especializadas.
- Canal 4: HORECA**
 - La facturación del canal "Horeca clásica" (hoteles, cafés, restaurantes) fue de 11.967 MEUR, un aumento del 4,3 % respecto a 2023.
- Canal 5: Venta online**
 - La industria digital en Países Bajos ha crecido notablemente, con ventas *online* totales de 33.000 MEUR anuales. Con un crecimiento hasta 4.400 MEUR en 2025 en alimentos.

Perspectivas del sector

- Aumenta la conciencia ambiental y la preferencia por alimentos saludables. Interés generalizado por el impacto ambiental y el bienestar animal.
- Se espera un crecimiento del 12,2 % anual (CAGR) en el mercado europeo de alimentos y bebidas orgánicos entre 2023 y 2028 (informe IMARC).
- El fondo "Transitiefondos landelijk gebied en natuur" invertirá 24.300 millones de euros (2022-2034) para reducir el impacto ambiental de la agricultura.

Acceso al mercado

Etiquetado

- Logotipo europeo agricultura ecológica
- Logotipo EKO
- Logotipo Beter Leven
- Demeter



Normativa

Libre comercio intra-UE

IVA

- 0 % (exento): para exportaciones y servicios internacionales.
- 9 % (reducido): para alimentos, productos agrícolas, medicinas, libros, etc.
- 21 % (general): para el resto de bienes y servicios.

Regulación productos ecológicos UE

Reglamento (UE) 2018/848, que reemplaza al 834/2007, aunque este último sigue vigente hasta 2026 para países no UE.

Oportunidades

- Países Bajos como mercado estratégico para empresas españolas del sector orgánico, gracias a factores demográficos y económicos favorables (crecimiento poblacional y buena distribución de la riqueza).
- Alta demanda de productos ecológicos, superior a la media europea, impulsada por la conciencia ambiental y la preferencia por alimentos saludables.
- Categorías con alta demanda: frutas y verduras frescas, legumbres (alubias y lentejas), frutos secos (avellanas, almendras, nueces, pistachos), snacks saludables, repostería, bebidas alcohólicas y no alcohólicas.
- Crecimiento del canal digital con modelos de venta directa "del campo a la mesa".
- Retail como canal clave: Supermercados con marcas propias ecológicas ofrecen espacio a productos españoles. Las tiendas especializadas son relevantes por contar con clientela fiel y receptiva a nuevas marcas.
- Participación en iniciativas de sostenibilidad y respaldo a políticas públicas (aunque poco claro en el texto, sugiere que colaborar con estos proyectos mejora la posición de las empresas en el mercado).

Información práctica

Ferias

Horecava
www.horecava.nl

Gastvrij Rotterdam
www.gastvrij-rotterdam.nl

PLMA
www.plmainternational.com

Vakbeurs Foodspecialiteiten
www.vakbeursfoodspecialiteit.nl

Publicaciones

Live Green Magazine
www.livegreenmagazine.nl

Ekoland
www.ekoland.nl

Trendrapporten
www.bionext.nl/wat-doen-we/onderzoek/trendrapporten/

Asociaciones

BioHuis
www.biohuis.org

BioNederland
<https://www.bionederland.nl/>

Más info

[Accede aquí](#) al estudio de mercado completo

Realización
Jacobo Delgado Álvarez

10 de mayo de 2025
La Haya

Supervisión
Oficina Económica y Comercial de la Embajada de España en La Haya

<http://paísesbajos.oficinascomercial.es.es>

Editado
ICEX España Exportación e Inversiones, E.P.E.

Este documento tiene carácter exclusivamente informativo y su contenido no podrá ser invocado en apoyo de ninguna reclamación o recurso. ICEX España Exportación e Inversiones no asume la responsabilidad de la información, opinión o acción basada en dicho contenido, con independencia de que haya realizado todos los esfuerzos posibles para asegurar la exactitud de la información que contienen sus páginas.

Si desea conocer todos los servicios que ofrece ICEX España Exportación e Inversiones para impulsar la internacionalización de su empresa contacte con:

Ventana Global
913 497 100 (L-J 9 a 17 h; V 9 a 15 h)
informacion@icex.es
www.icex.es

Mayo, 2025 · NIPO 224250273

