

Inclusief **HET BIOLOGISCHE 10-PUNTENPLAN**



BIONEXT **TRENDRAPPORT** **2019**

ONTWIKKELINGEN IN DE BIOLOGISCHE SECTOR



Colofon

Het (gedeeltelijk) overnemen en/of kopiëren van dit rapport is uitsluitend toegestaan na overleg met Bionext. Bij overname of kopiëren van (delen van) dit rapport moet Bionext als auteur vermeld worden.

Nadere informatie kan worden opgevraagd bij:

Joyce van den Bos (Manager Communicatie) van.den.Bos@bionext.nl / 06 20 06 24 85

Michaël Wilde (Directeur) wilde@bionext.nl / 06 205 35063

Bionext

World food Centre

Nieuwe Kazernelaan 2 - D42

6711JC Ede

030 - 233 99 70

info@bionext.nl

www.bionext.nl

Ontwerp

STUDIO BAARD onderdeel van COCREATIE.NU

INHOUDSOPGAVE

| | |
|---|-----------|
| Verwachting | 5 |
| Woord vooraf | 7 |
| Samenvatting | 9 |
| 1. De biologische sector in Nederland: land- en tuinbouw | 11 |
| 1.1. Ontwikkeling per deelsector | 12 |
| 1.2. Ontwikkeling per provincie | 13 |
| 2. Ontwikkeling biologisch in retail | 15 |
| 2.1. Supermarkten | 17 |
| 2.2. Discounters | 18 |
| 2.3. Biologische speciaalzaken | 19 |
| 3. Ontwikkeling biologisch in foodservice | 20 |
| 4. Ontwikkeling biologisch in Europa | 22 |
| 4.1. Biologisch landbouwareaal in Europa | 22 |
| 4.2. Omzet biologisch in Europa | 23 |
| 5. Het biologische 10-puntenplan | 25 |



VERANTWOORDING CIJFERS

- De biologische landbouwcijfers zijn afkomstig van Skal, de algemene landbouwcijfers van het CBS.
- De supermarktcijfers zijn afkomstig uit de Duurzaamheidsmeting die IRI in opdracht van Bionext e.a. heeft samengesteld.
- De informatie rondom het koopgedrag van de biologische consument zijn afkomstig uit onderzoeken van GfK en Ruigrok, welke zijn uitgevoerd in het kader van de EU-gefinancierde campagne 'Bio lekker voor je'.
- De cijfers van de biologische speciaalzaken en de overige afzetkanalen zijn afkomstig van Bionext.
- De cijfers van het Foodservicekanaal zijn samengesteld door Bionext in samenwerking met Foodstep. Verder wordt hier gebruik gemaakt van een onderzoek uitgevoerd door de Stichting EKO.
- Cijfers over andere landen in de EU zijn afkomstig van nationale landenrapporten en FiBL.

Bionext baseert zich op gegevens van Skal. Skal is de onafhankelijke organisatie die verantwoordelijk is voor het toezicht op de biologische keten in Nederland. Aanvullend wordt ook gekeken naar cijfers van het CBS. De cijfers van het CBS kunnen, in verband met een andere meetmethode, afwijken van de cijfers van Skal. Het CBS maakt een momentopname en is afhankelijk van actuele informatie die bedrijven zelf moeten doorgeven. Ook worden kleine bedrijven door het CBS niet meegerekend.

VERWACHTING

Op basis van de mondiale groeicijfers en de plannen van de Europese Commissie rondom de “Green Deal en de Farm to Fork” Strategie verwacht Bionext dat de biologische sector de komende jaren fors zal groeien. Achterliggende redenen voor de verwachte aanhoudende groei is de toenemende maatschappelijke druk op de landbouw om een bijdrage te leveren aan, onder andere, het klimaat, bodemvruchtbaarheid, schoon water en biodiversiteit. Voor al deze punten wordt de biologische landbouw gezien als een onderdeel van de oplossing.

Door de stikstof- en coronacrisis is deze druk in 2020 alleen maar toegenomen. Ondanks het feit dat de stikstofcrisis vooral als een Nederlands probleem wordt gezien en de coronacrisis een internationale crisis is, zijn er veel overeenkomsten. In de eerste plaats op het gebied van de oorzaken waaronder het verlies van biodiversiteit, de intensieve veehouderij, gebruik van agro chemie en klimaatverandering. Op de tweede plaats vinden we overeenkomsten aan de kant van de oplossingen waarbij samenwerken met de natuur, extensievere landbouw en systeemdenken naar voren komen.

Om de groei naar 25% biologische landbouw te bewerkstelligen roepen wij de Nederlandse overheid op om met concrete streefcijfers te komen. Frankrijk streeft naar 15% biologische landbouw in 2022 en Duitsland naar 20% in 2030. In Denemarken is 20% areaalaandeel voor biologische landbouw al een feit.

Er zijn er volop kansen voor de Nederlandse biologische sector. Maar alleen met gericht biologisch beleid, zal Nederland in groei van biologische productie en consumptie, mee kunnen komen met zijn buurlanden.



WOORD VOORAF

Bionext, de brancheorganisatie voor de biologische sector, maakt zich sterk voor méér duurzame biologische voeding en landbouw. Samen met boeren, handelaren, winkels en consumenten. De missie van Bionext is het verbreden, verdiepen en verbinden van de hele keten van boer tot en met consument. We geven informatie en zorgen ervoor dat biologische producten beter verkrijgbaar worden. Samen met de biologische sector zorgen we ervoor dat de biologische landbouw en voeding zich steeds verder ontwikkelt. En, heel belangrijk: We brengen mensen in contact met de bron van hun voeding: de biologische boeren en tuinders.

Biologisch is goed voor mens, dier en milieu. Biologische boeren en tuinders werken niet ten koste van, maar samen mét de natuur. Natuurlijke kringlopen, evenwicht tussen plantaardige en dierlijke productie, bodemvruchtbaarheid, biodiversiteit, schoon water, diervriendelijkheid, gezondheid en eerlijke ketens zijn kernelementen van biologische landbouw en voeding. Dat levert lekkere en gezonde producten op, die zo min mogelijk schade afwentelen op de aarde en onze samenleving.

In dit rapport blikken wij terug op de ontwikkelingen in de biologische sector en kijken wij vooruit naar de trends van de biologische sector. Wij wijzen de lezer erop dat hier zeker geldt dat in het verleden behaalde resultaten geen garantie bieden voor de toekomst. Wij verwachten namelijk dat de komende jaren de biologische sector veel harder zal groeien dan in de afgelopen jaren. Dat heeft alles te maken met het feit dat Europese Commissie, als onderdeel van de Farm to Fork Strategie inzet op 25% biologisch landbouw areaal in 2030. Dat de Europese Commissie nadrukkelijk kiest voor biologische landbouw is een erkenning van het feit dat deze vorm van voedselproductie een belangrijk onderdeel van de oplossing is. Een oplossing voor grote maatschappelijke problemen zoals klimaatverandering, watervervuiling, bodemverlies, biodiversiteitsverlies en gezondheid. De keuze voor 25% biologisch areaal is dus goed nieuws voor iedereen die zich inzet voor een schonere, groenere, gezondere en eerlijkere wereld. Het is een ambitieus doel en er moet heel veel gebeuren. Maar doorgaan op de ingeslagen weg is geen optie, aldus de Europese Commissie.

[#thefutureisorganic](#)

**2019: GROEI BIOLOGISCH
AANDEEL IN NEDERLAND
STAGNEERT.**

**AANDEEL BIOLOGISCH
LANDBOUWAREAAL
EN MARKTAANDEEL
IN SUPERMARKT
BLIJVEN STEKEN OP
RESPECTIEVELIJK 3,8%
EN 3,2%.**

SAMENVATTING

Ontwikkelingen biologisch landbouwareaal

- Biologisch landbouwareaal stijgt met 4,1%.
- Aandeel biologisch landbouwareaal blijft steken op 3,8%.
- Het biologisch areaal is in de afgelopen 10 jaar zo'n 1,5 keer gegroeid.
- Tussen 2008-2019 is er bijna 25.000 hectare biologisch landbouwareaal bijgekomen.
- De voornaamste trend in 2019 is dat biologische bedrijven grond bijkopen en groter worden, waardoor het biologisch areaal sterker toeneemt dan het aantal gecertificeerde bedrijven.
- Het aantal bedrijven in omschakeling daalt. Boeren lijken een pas op de plaats te maken in de omschakeling naar biologisch.
- De provincie Flevoland is nog steeds koploper in aandeel biologisch areaal en groeide met 8,2% naar 11.348 biologische hectare.
- De provincie Friesland wist met een stijging van 755 hectare de grootste groei te realiseren (+10%), tot een totaal oppervlakte van 8.314 hectare.
- Met 3,8% biologisch landbouwareaal aandeel bungelt Nederland ver onder het EU gemiddelde van 7,7%. Oostenrijk is koploper met 23,4% marktaandeel biologisch, gevolgd door Estland (19,6%) en Zweden (19,2%). Onze buurlanden doen het iets beter dan wij, Duitsland (6,8%), Frankrijk (6%) en België (6,2%).

Ontwikkelingen marktaandeel biologisch

- 95,1% van de Nederlandse huishoudens hebben in 2019 biologische producten gekocht.
- De totale omzet op biologische producten in de supermarkt is in 2019 met 4,9% gestegen.
- Met name de groep consumenten die af en toe voor biologisch kiest, koopt steeds vaker een biologisch alternatief.
- De overgrote meerderheid van de huishoudens (89%) koopt biologische producten in de supermarkt.
- Consumenten zien biologische producten met name als milieuvriendelijk (41%), diervriendelijk (40%) en puur, zonder onnodige toevoegingen (39%).
- De grootste barrière om biologisch te kopen blijft de prijs. 68% van de huishoudens geeft aan vaker biologisch te kopen als het goedkoper zou zijn.
- Het biologisch speciaalzaakkanal laat voor het eerst sinds vijf jaar weer groei zien (1,8%).
- Het aandeel biologisch in de foodservice blijft flink achter ten opzichte van het klassieke retailkanaal. Het beperkte aanbod en het gebrek aan kennis in het kanaal lijken de belangrijkste oorzaken.



1 DE BIOLOGISCHE SECTOR IN NEDERLAND: LAND- EN TUINBOUW

In de registratie van het aantal biologische bedrijven, maakt Skal onderscheid tussen gecertificeerde bedrijven en geregistreerde bedrijven. Bij geregistreerde bedrijven worden ook de bedrijven meegerekend die in omschakeling zijn en dus nog niet hun producten als biologisch mogen verkopen. De stijging in het aantal gecertificeerde bedrijven van 5,6% is ongeveer gelijk aan de groei in 2018 (5,7%). Opvallend is de daling van het aantal bedrijven in omschakeling, terwijl het biologisch landbouwareaal is toegenomen. Deze groei wordt met name gerealiseerd door uitbreiding van areaal van bestaande biologische boeren, terwijl er minder boeren omschakelen. Belangrijkste reden voor de daling in het aantal omschakelaars lijkt veroorzaakt te worden door onzekerheid bij boeren door veranderende regels rondom thema's als stikstof- en fosfaatregelingen. Het ontbreken van een helder overheidsbeleid voor de toekomst van landbouw, zorgt voor een afwachtende houding bij boeren. Inmiddels is bijna 70.000 hectare in Nederland gecertificeerd als biologisch landbouwareaal. Dit aandeel blijft steken op 3,8% van het totale Nederlandse landbouwareaal en zit daarmee ver onder het EU-gemiddelde van ruim 7%.

| | 2018 | 2019 | Ontwikkeling | Totaal NL | Aandeel bio |
|--|--------|--------|--------------|-----------|-------------|
| Aantal gecertificeerde landbouwbedrijven | 1.849 | 1.952 | 5,7% | 53.233 | 3,7% |
| Aantal bedrijven in omschakeling | 161 | 124 | -10,6% | | |
| Aantal geregistreerde landbouwbedrijven | 2.010 | 2.076 | 4,1% | | |
| Areaal gecertificeerd (in ha) | 66.623 | 69.349 | 10,2% | 1.806.626 | 3,8% |
| Areaal in omschakeling (in ha) | 4.728 | 5.856 | -47,9% | | |
| Totaal geregistreerde areaal (in ha) | 71.351 | 75.205 | 2,6% | | |

Bron: Skal Biocontrole 2019: aantallen per 1-1-2020

1.1 ONTWIKKELING PER DEELSECTOR: AKKERBOUW GROEIT MET RUIM 6%

Plantaardige groeit harder dan dierlijke sector

Net als in voorgaande jaren zien wij dat plantaardige sectoren sterker groeien dan de dierlijke. Akkerbouw en Tuinbouw waren in 2019 met 10% de snelste groeiers. De biologische zuivel, die de afgelopen jaren een sterke groei doormaakte, is het afgelopen jaar gestabiliseerd.

De groeiende consumentvraag naar biologische bloemen, zorgt ervoor dat het aantal bedrijven in de biologische sierteelt langzaam maar zeker toeneemt. Groei zit niet alleen in het aantal fysieke verkooppunten zoals pluktuinen, maar ook bij online platforms voor bloemen.

| Gecertificeerde landbouwbedrijven per subsector | 2018 | 2019 | Ontwikkeling |
|---|--------------|--------------|--------------|
| Akkerbouw | 538 | 570 | 6% |
| Akkerbouw - Tuinbouw | 8 | 8 | 0% |
| Akkerbouw - Vollegrondsgroente | 293 | 323 | 10% |
| Glastuinbouw | 90 | 90 | 0% |
| Tuinbouw | 107 | 118 | 10% |
| Tuinbouw - Fruitteelt | 249 | 263 | 6% |
| Tuinbouw - Paddenstoelen | 36 | 36 | 0% |
| Tuinbouw - Sierteelt | 94 | 102 | 9% |
| Tuinbouw - Vollegrondsgroente | 483 | 528 | 9% |
| Veehouderij - Geiten | 88 | 82 | -7% |
| Veehouderij - Melkvee | 481 | 488 | 1% |
| Veehouderij - Overig Vee | 320 | 348 | 9% |
| Veehouderij - Pluimvee | 315 | 313 | -1% |
| Veehouderij - Schapen | 144 | 151 | 5% |
| Veehouderij - Teelt | 1.265 | 1.341 | 6% |
| Veehouderij - Varkenshouderij | 175 | 190 | 9% |
| Totaal | 6.473 | 6.817 | 5% |

Bron: Skal Biocontrole: aantallen per 1-1-2020

In 2019 heeft SKAL een herindeling gemaakt van de sectoren. En vanuit die herindeling ook de oude cijfers herzien. Hierboven staan de nieuwe cijfers.

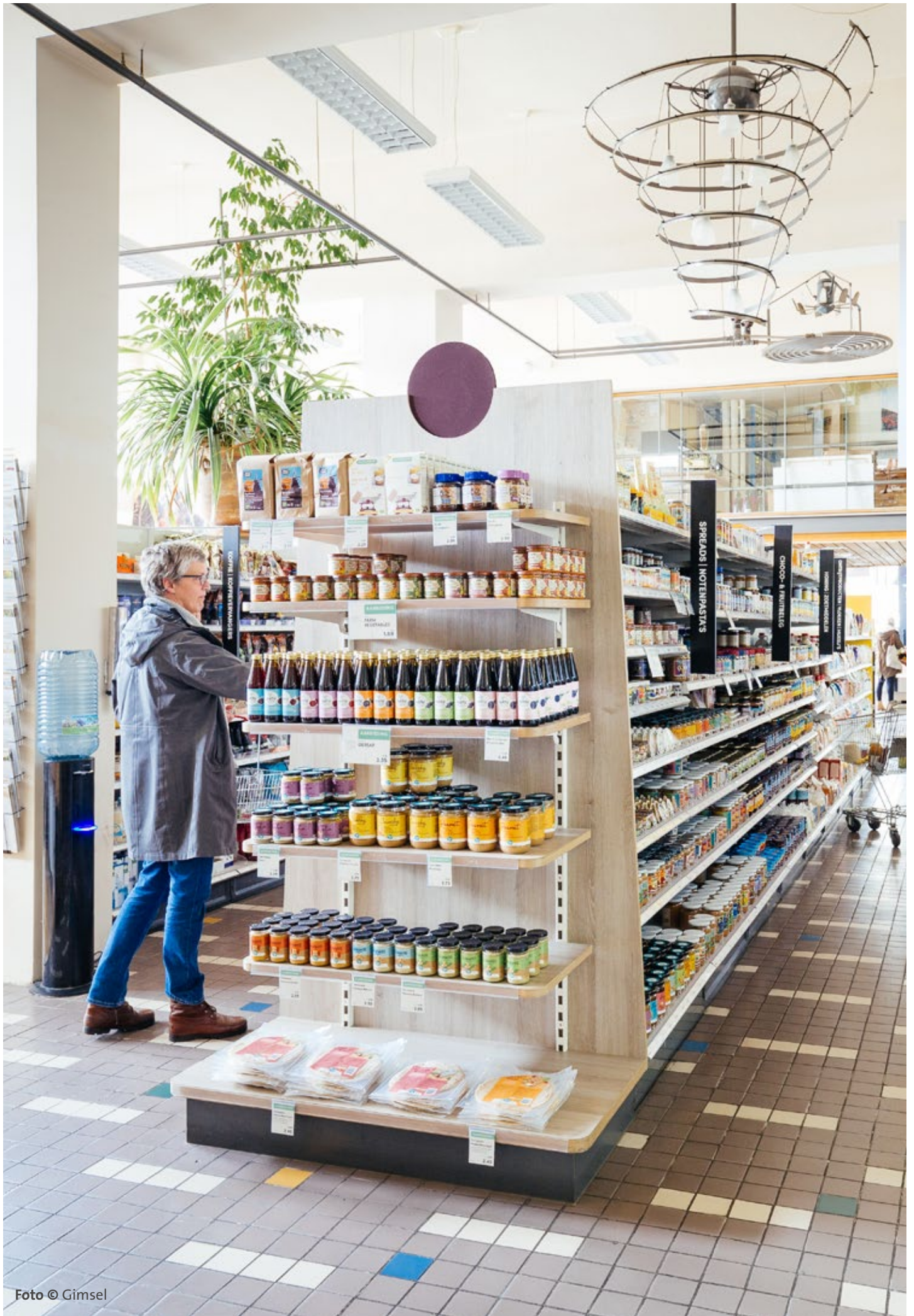
1.2 ONTWIKKELING PER PROVINCIE: FLEVOLAND LOOPT VERDER UIT

Flevoland blijft ook in 2019 Nederlands kampioen biologisch areaal met 12.496 hectare (inclusief in omschakeling), goed voor een areaaldeel van 14%. Er zijn een aantal redenen waarom het percentage biologisch areaal zo hoog is in Flevoland. Ten eerst speelt de vruchtbare kleigrond, die voor een lage onkruiddruk zorgt, een belangrijke rol. Ook het feit dat er inmiddels veel biologische boeren in Flevoland zitten, zorgt ervoor dat gangbare boeren makkelijker omschakelen. Het goede voorbeeld doet goed volgen.

De groei in Flevoland, maar ook in de andere provincies komt met name van biologische boeren die verder uitbreiden. Friesland en Zeeland laten de hoogste groeicijfers zien. In Friesland zien we deze groei met name terug in een stijging van het aantal biologische melkveehouders.

| Biologisch areaal per provincie | Hectare biologisch 2018 | Hectare biologisch 2019 | Ontwikkeling | Hectare in omschakeling 2019 | Hectare biologisch totaal 2019 | Totaal landbouwhectare per provincie 2019 | Aandeel bio per provincie 2019 (inclusief in omschakeling) |
|---------------------------------|-------------------------|-------------------------|--------------|------------------------------|--------------------------------|---|--|
| Drenthe | 5.637 | 5.538 | -1,7% | 356 | 5.894 | 147.750 | 4,0% |
| Flevoland | 10.491 | 11.348 | 8,2% | 1.148 | 12.496 | 89.018 | 14,0% |
| Friesland | 7.559 | 8.314 | 10,0% | 627 | 8.941 | 224.651 | 4,0% |
| Gelderland | 7.910 | 8.161 | 3,2% | 694 | 8.855 | 226.248 | 3,9% |
| Groningen | 4.626 | 4.766 | 3,0% | 419 | 5.185 | 161.851 | 3,2% |
| Limburg | 2.325 | 2.367 | 1,8% | 149 | 2.516 | 95.505 | 2,6% |
| Noord-Brabant | 6.636 | 7.038 | 6,1% | 478 | 7.516 | 237.523 | 3,2% |
| Noord-Holland | 7.300 | 6.898 | -5,5% | 202 | 7.100 | 126.491 | 5,6% |
| Overijssel | 5.484 | 5.733 | 4,5% | 634 | 6.367 | 195.947 | 3,2% |
| Utrecht | 3.190 | 3.412 | 7,0% | 436 | 3.848 | 70.209 | 5,5% |
| Zeeland | 2.031 | 2.218 | 9,2% | 348 | 2.566 | 119.451 | 2,1% |
| Zuid-Holland | 3.435 | 3.555 | 3,5% | 365 | 3.920 | 111.982 | 3,5% |
| Totaal | 66.623 | 69.348 | 4,1% | 5.856 | 75.204 | 1.806.626 | 4,2% |

Bronnen: Skal Biocontrole en CBS: aantallen per 01-01-2020



2 ONTWIKKELING BIOLOGISCH IN RETAIL

Retail is de laatste schakel in de keten van boer naar consument en betreft de levering van diensten of goederen voor persoonlijk gebruik aan de consument. Biologische voeding wordt voornamelijk via supermarkten (5.622 winkels), biologische speciaalzaken (315 winkels), andere speciaalzaken zoals slager, bakker, groenteboer, slijterij (11.500 winkels), ambulante handel, directe verkoop bij de boer en online omgezet.

Supermarkten zijn het belangrijkste verkoopkanaal voor biologische producten. Zij leveren een basisassortiment van - afhankelijk van de formule - 50 tot 1.000 producten. Een biologische speciaalzaak of biologische supermarkt biedt 5.000 tot 9.000 biologische producten aan.

De afgelopen jaren is het prijsverschil tussen gangbare en biologische producten steeds kleiner geworden, met name onder druk van de ontwikkelingen in het supermarktkanaal. In veel gevallen zijn door de prijsverlaging biologische producten goedkoper geworden dan A-merken in de supermarkt.

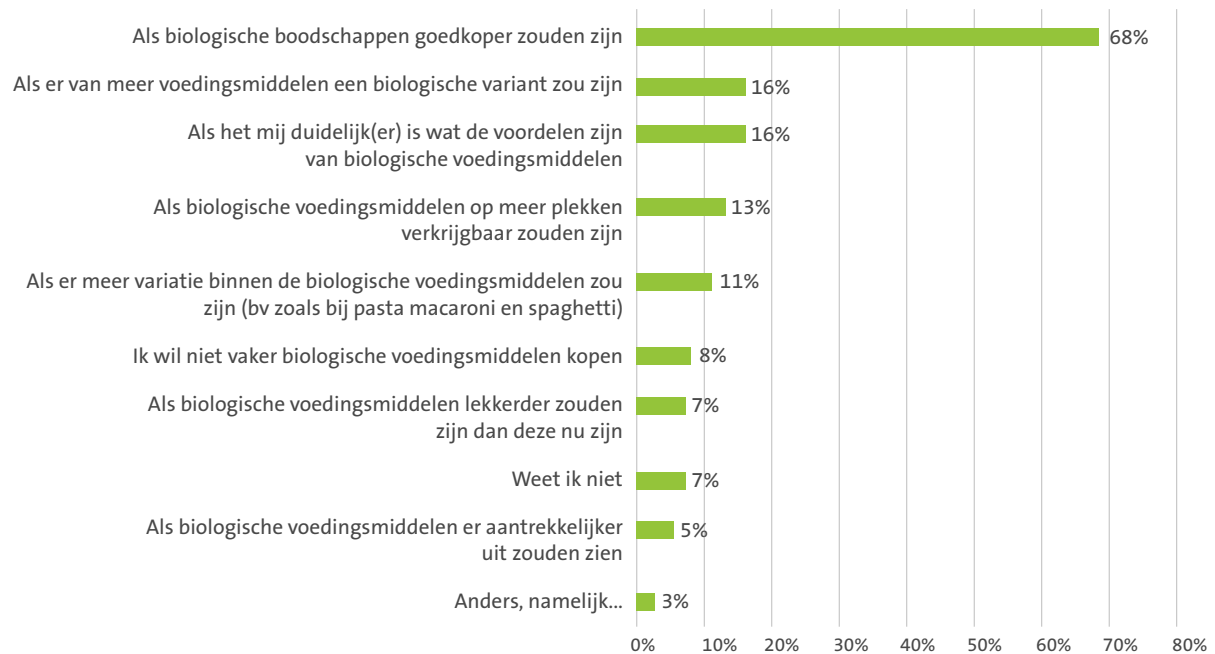
Een ander gevolg is dat er in het biologische segment naast 'basic bio' ook ruimte ontstaat voor biologische producten met toegevoegde waarde. In Duitsland was dat al zichtbaar met labels als Naturland, Bioland en Demeter. In Nederland is straks het EKO-keurmerk alleen nog beschikbaar voor producten van producenten die transparant extra duurzaamheidsinspanningen leveren. Ook Demeter kent aanvullende of strengere eisen dan wat de wet eist voor biologisch, maar deze producten zijn - anders dan in Duitsland - in Nederland vrijwel uitsluitend in de speciaalzaken te koop.

| Biologische omzet aandelen | 2018 | | | 2019 | | |
|--------------------------------|------------------|--------------|---------------------|------------------|--------------|---------------------|
| | Totaal Nederland | Supermarkten | Buiten supermarkten | Totaal Nederland | Supermarkten | Buiten supermarkten |
| Biologisch kopende huishoudens | 100 | 78,7 | 21,3 | 100 | 78,7 | 21,3 |
| Very light bio buyers | 100 | 95,7 | 4,3 | 100 | 95,5 | 4,1 |
| Light bio buyers | 100 | 92,5 | 7,5 | 100 | 93,3 | 6,7 |
| Medium bio buyers | 100 | 91,5 | 8,5 | 100 | 92,5 | 7,5 |
| Heavy bio buyers | 100 | 71,3 | 28,7 | 100 | 70,2 | 29,8 |

Bron: GfK 2020

Terwijl in 2019 95% van de huishoudens in Nederland aangeeft een biologisch product te hebben gekocht, blijft het marktaandeel biologisch klein. Belangrijkste barrière bij de aankoop van biologische producten blijft de prijs. Recent onderzoek laat zien dat 68% van de huishoudens vaker biologisch zou kopen als het goedkoper zou zijn.

Wanneer zou je vaker biologische voedingsmiddelen kopen dan je nu doet? (basis: boodschappers)



Bron: Ruigrok 2020

2.1 SUPERMARKTEN

Net als voorgaande jaren is het marktaandeel biologisch in de categorie eieren het hoogst (16,6%). Wanneer we inzoomen op de omzetontwikkeling van de verschillende productgroepen zijn er twee categorieën die een opvallende daling laten zien, namelijk biologisch 'Brood & banket' en 'ontbijtgranen'. De verkoop van biologisch brood & banket daalt met 5,5% en ontbijtgranen daalt met bijna 11%. Naast het feit dat een aantal supermarktketens voor deze categorieën hun assortiment hebben verkleind zien wij ook dat steeds meer mensen voor een koolhydraatarm dieet kiezen.

In 2019 zien wij tevens een forse groei van 14% in de categorie 'Koffie & thee & cacao'. Verklaring voor deze groei lijkt met name te vinden in de ontwikkelingen in het thee schap. Steeds vaker kiest de consument voor kruidenthee in plaats van zwarte thee. Veel van deze kruidentheën zijn van biologische oorsprong.

In de categorie AGF is te zien dat inmiddels 13% van alle verkochte groenten in de supermarkt biologisch is.

| Productgroepen | 2018 Omzet biologisch (€) | 2019 Omzet biologisch (€) | Ontwikkeling | 2019 Totaal omzet voeding (€) | Marktaandeel biologisch |
|--------------------|---------------------------|---------------------------|--------------|-------------------------------|-------------------------|
| | (x mln) | (x mln) | | (x mln) | |
| AGF | € 173,4 | € 180,9 | 4,3% | € 4.128,5 | 4,38% |
| Brood & banket | € 16,5 | € 15,6 | -5,5% | € 1.933,0 | 0,81% |
| Eieren | € 50,2 | € 57,3 | 14,1% | € 344,8 | 16,62% |
| Vis | € 8,3 | € 8,6 | 2,7% | € 637,6 | 1,34% |
| Vlees & vleeswaren | € 142,5 | € 151,1 | 6,1% | € 4.117,7 | 3,67% |
| Zuivel | € 152,8 | € 158,6 | 3,8% | € 3.893,9 | 4,07% |
| Houdbaar (DKW) | € 299,0 | € 311,8 | 4,3% | € 12.495,9 | 2,50% |
| Totaal | € 842,7 | € 883,9 | 4,9% | € 27.551,4 | 3,21% |

Bron: IRI juni 2020, in de gemeten kanalen (exclusief Aldi & Lidl)

2.2 DISCOUNTERS

Aangezien de omzet van de discounters Aldi en Lidl niet wordt meegenomen in de metingen van IRI (zie hoofdstuk 2.1), wordt de ontwikkeling bij deze discounters apart benoemd. In Nederland hebben Aldi en Lidl in 2019 aan totaal marktaandeel ingeleverd. Het marktaandeel Lidl is gedaald van 10,9% in 2018 naar 10,7% in 2019. Bij Lidl komt daarmee een einde aan jaren van groei. Het marktaandeel van Aldi is nog harder gedaald, namelijk van 6,8% in 2018 naar 5,9% in 2019.

In thuisbasis Duitsland zetten Aldi en Lidl fors in op de ontwikkeling van biologisch in hun totale assortiment en dit zie je ook terug in Nederland. Lidl zet daarbij vooral in op de biologisch eigen merken. Ook is Lidl begin 2019 een samenwerking aangegaan met het hoogwaardige Bioland-keurmerk; een extra kwaliteitsnorm bovenop het EU-biologisch keurmerk. Aldi geldt in Duitsland nog steeds als de grootste aanbieder van biologisch en doet er, door middel van een hoge reclame- en promotiedruk, alles aan om deze positie verder uit te breiden. Ze claimen een aandeel van 26% biologisch in hun totale assortiment.

Ondanks het feit dat de omzetresultaten van Aldi en Lidl niet worden meegenomen in de cijfers van de Nederlandse supermarkten (alinea 2.1), zien wij in Nederland toch ook een duidelijke focus van deze discounters op biologisch.



2.3 BIOLOGISCHE SPECIAALZAKEN

Nederland telt 315 biologische speciaalzaken. Bijna een derde van deze winkels valt onder de formule Ekoplaza (82 winkels) of Odin (24 winkels). Door de overname van biologische groothandel Natudis door groothandel Udea is de winkelformule Natuurwinkel voor een groot deel opgegaan in de Ekoplaza formule. Een klein deel van deze Natuurwinkels is onder zelfstandige vlag verder gegaan.

Door onder andere stevige concurrentie vanuit de supermarkten, nam de omzet van de biologische winkels de afgelopen jaren af. Daarnaast sloten veel, met name kleinere winkels, hun deuren wegens de leeftijd van de ondernemers. In 2019 zien wij een trendbreuk en is de omzet binnen de biologische winkels weer gestegen met een voorzichtige 1,8%. Een van de oorzaken is te vinden in het feit dat supermarkten in 2019 minder focus lijken te hebben op hun biologisch assortiment en met name de heavy bio buyers hierdoor minder makkelijk hun biologische boodschappenmandje kunnen vullen in de reguliere supermarkt.

| Productgroepen | 2018 | 2019 | Ontwikkeling |
|------------------------------|-----------------------|-----------------------|--------------|
| | Biologisch (x mln) | Biologisch (x mln) | |
| AGF | € 50,5 | € 51,8 | 2,6% |
| Brood & banket | € 27,4 | € 28,2 | 2,9% |
| Zuivel & kaas | € 40,3 | € 42,3 | 5,0% |
| Vlees & diepvries & koelvers | € 42,9 | € 43,2 | 0,7% |
| Houdbaar DKW | € 160,5 | € 161,9 | 0,9% |
| Totaal | € 321,6 | € 327,4 | 1,8% |

Bron: Bionext, 2020

3 ONTWIKKELING BIOLOGISCH IN FOODSERVICE

Zo nauwkeurig als de omzet van biologisch in de supermarkt en biologische speciaalzaken gemeten wordt, zo lastig is dat in de markt van consumptie buitenshuis.

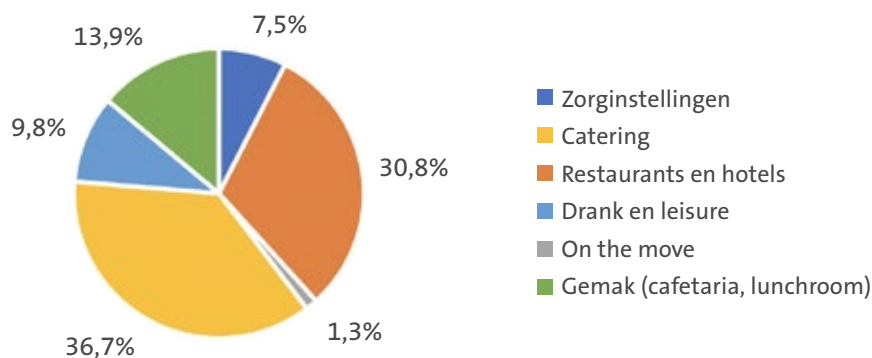
- De foodservice branche heeft betrekking op veel verschillende kanalen en bedrijven, zoals zorginstellingen, restaurants, catering en on-the-move.
- De leveranciers in het foodservicekanaal laten meer diversiteit zien dan in de retail: van reguliere groothandels en in biologisch gespecialiseerde groothandels, tot aan boeren en tuinders die rechtstreeks aan horeca leveren.
- Gezien het lage marktaandeel biologisch in het foodservicekanaal, zijn schommelingen daarom al snel extreem en zeggen niet direct iets over de trend op lange termijn.
- Om gegevens vergelijkbaar te maken met de ontwikkelingen in de retail moet de omzet van de leveranciers omgerekend worden naar consumentwaarde. In dit rapport is hiervoor gerekend met een factor van 2,5.
- In toenemende mate lopen retail en foodservice door elkaar (blurring).

| | Omzet biologisch foodservice | Ontwikkeling biologisch foodservice | Totale omzet foodservice | Ontwikkeling totaal foodservice | Marktaandeel biologisch foodservice |
|------|------------------------------|-------------------------------------|--------------------------|---------------------------------|-------------------------------------|
| | (x mln) | | (x mln) * | | |
| 2018 | € 320,8** | | € 20.096 | | 1,6% |
| 2019 | € 330,3 | 3,0 % | € 20.960 | 4,3% | 1,6% |

*Bron: Foodstep

** Op de omzetcijfers biologisch 2018 is een correctie toegepast. Hierdoor wijkt het marktaandeel 2018 af van het marktaandeel 2018 zoals gepubliceerd in het Trendrapport 2018.

Verdeling omzet biologisch foodservice per sector



Bron: Foodstep 2020

De omzet van biologisch in het foodservicekanaal is in 2019 met bijna 3% gegroeid naar een consumentenwaarde van € 330,3 mln. Het marktaandeel biologisch in foodservice is heel licht gedaald maar blijft afgerond op 1,6% steken. Nog steeds blijft het marktaandeel van biologisch in foodservice fors achter op het aandeel biologisch in retail.

Belangrijkste redenen voor dit achterblijvende marktaandeel biologisch in foodservice zijn in 2019 onderzocht door Stichting EKO:

- Laag kennisniveau van biologische landbouw en voeding in het foodservicekanaal.
- De wensen van de gasten in de horeca met betrekking tot duurzaamheid zijn nog onvoldoende bekend bij koks en inkopers.
- De hogere inkooprij van biologische ingrediënten wordt gezien als belangrijke barrière.
- Lastige verkrijgbaarheid van biologische producten en/of onbekendheid met de verkrijgbaarheid.

In bijna alle marktsegmenten groeide biologisch, behalve bij On the move en in Catering (minus 10%). Deze krimp wordt met name veroorzaakt door een forse daling in omzet van biologische zuivel (minus 12%) en biologische koffie/thee/cacao (minus 26%). Belangrijke verklaringen voor de daling in biologische zuivel zijn te vinden in het feit dat steeds minder mensen verse melk drinken en de opkomst van veganistische alternatieven voor melk. De daling in omzet koffie/thee/cacao wordt vooral veroorzaakt door dalende koffieprijsen.

4 ONTWIKKELING BIOLOGISCH IN EUROPA

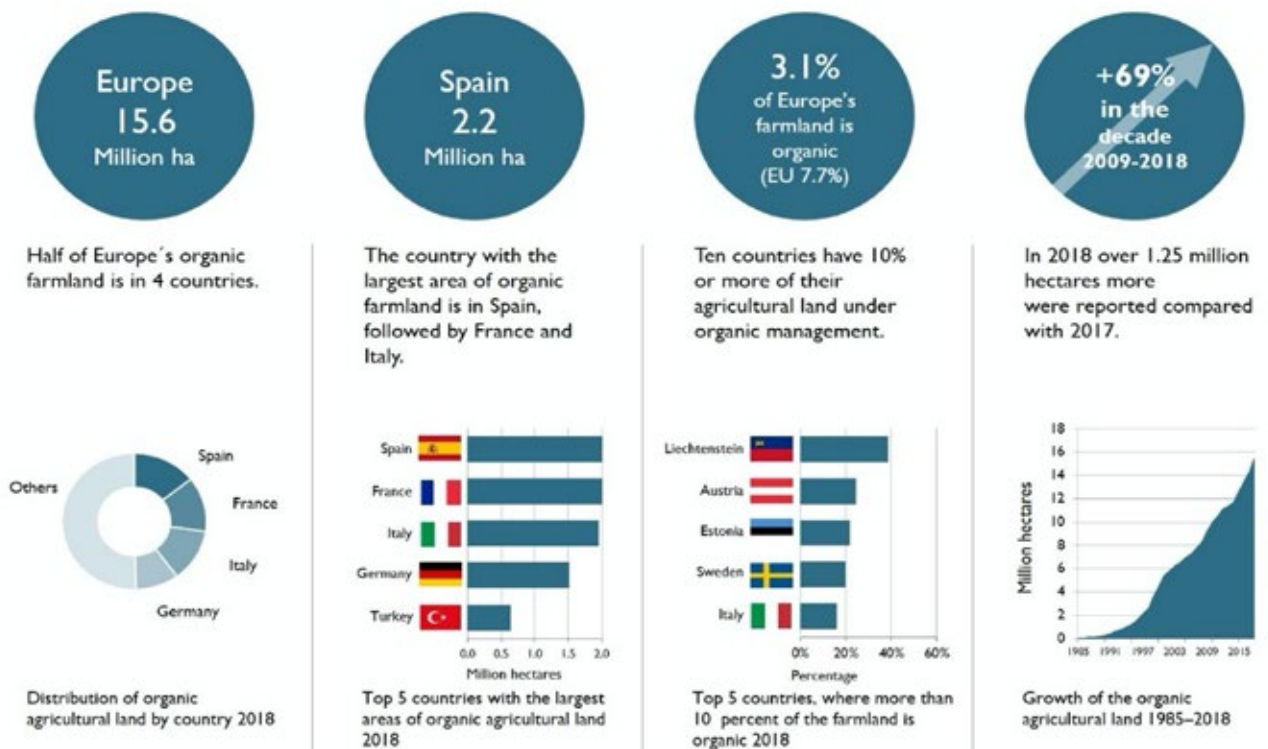
Om de ontwikkeling van het biologisch landbouwareaal in Europa in kaart te brengen, wordt gebruik gemaakt van het FiBL rapport van 2019. Dit zijn de meest recente cijfers.

4.1 BIOLOGISCH LANDBOUWAREAAL IN EUROPA

Als het gaat om de ontwikkeling van de biologische landbouwsector loopt Nederland fors achter op de rest van Europa.

- In 2018 was het biologisch areaal in Europa 15,6 miljoen hectare een stijging van maar liefst 1,3 miljoen hectare (8,7% groei) t.o.v. 2017.
- In Frankrijk is het areaal in 2018 met 290.000 hectare toegenomen ten opzichte van het jaar daarvoor en in Spanje kwam er 160.000 hectare bij.
- Liechtenstein heeft het hoogste aandeel biologisch areaal ter wereld (38,5%).
- In de EU is 7,7% van het landbouwareaal biologisch. Koploper is Oostenrijk met 24,7%. In 10 EU lidstaten (waaronder Italië, Zweden en Estland) ligt het biologisch areaal boven de 10%.

EUROPE: ORGANIC FARMLAND 2018

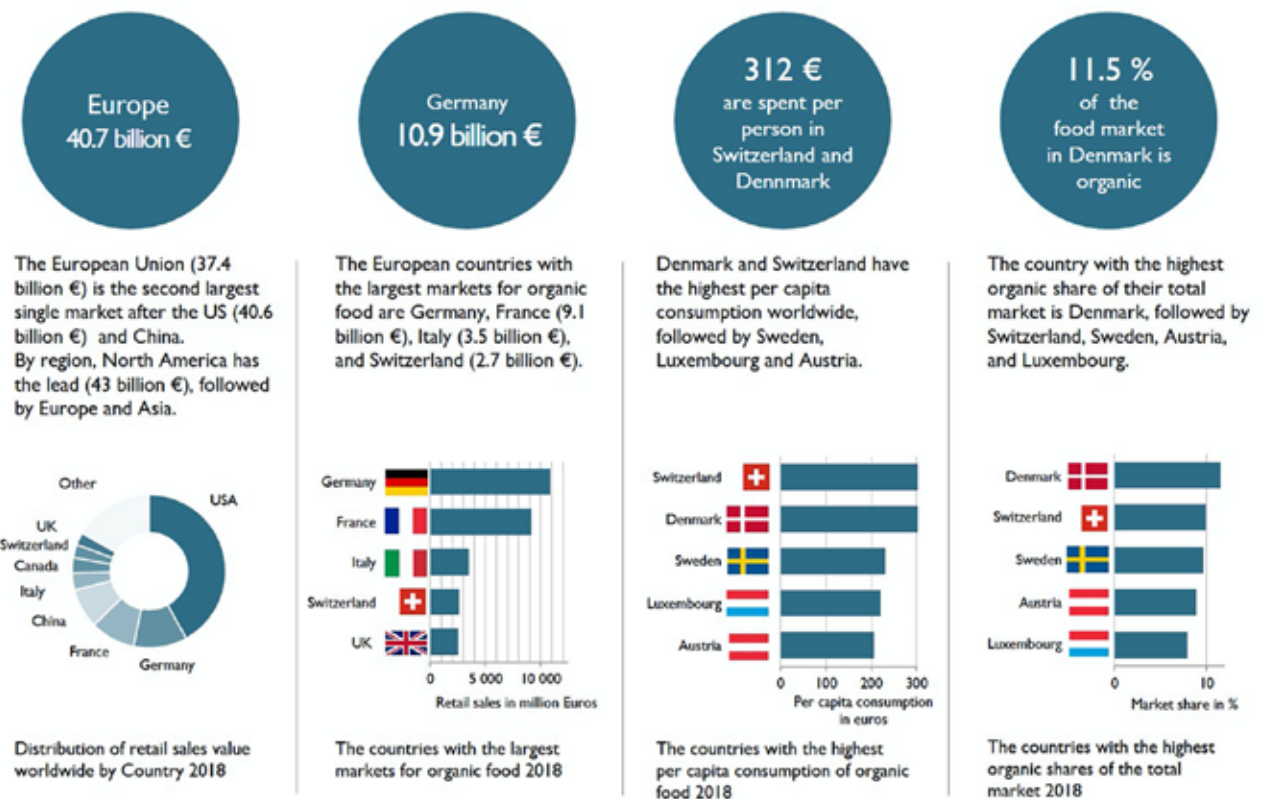


Source: FiBL-AMI survey 2020, www.organic-world.net

4.2 OMZET BIOLOGISCH IN EUROPA

- In 2018 werd in Europa de omzet grens van € 40 miljard doorbroken (waarvan € 37,4 miljard binnen de EU).
- Duitsland (€ 10,9 miljard) heeft verreweg de grootste markt gevolgd door Frankrijk en Italië
- De Europese markt groeit gestaag met 7,8%. De belangrijkste groeiemarkt is Frankrijk met 15,4%.
- De Europese consument geeft ook steeds meer uit aan biologische producten. In de EU is dat € 76 per persoon per jaar (een verdubbeling t.o.v. 10 jaar geleden).
- De Denen en Zwitsers geven het meest uit aan biologisch eten (€ 312 per persoon in 2018).
- Met 11,5% marktaandeel is Denemarken de koploper in Europa.

EUROPE: ORGANIC RETAIL SALES 2018



Source: FIBL-AMI survey 2020. www.organic-world.net



5 HET BIOLOGISCHE 10-PUNTEN PLAN

‘Nederland moet forse stappen zetten om mee te komen met EU-ambities.’

De wereld staat aan de vooravond van een nieuw voedsel- en landbouwsysteem. Het is nu meer dan ooit duidelijk geworden dat we toe moeten naar een landbouwsysteem waarbij boeren onderdeel zijn van de oplossing. Het is tijd voor een systeem waarin klimaatverandering, biodiversiteitsverlies, bodemverarming en watervervuiling worden aangepakt. Niet later maar nu.

Dit is geen utopie. Biologische boeren laten ons elke dag zien dat het kan. De biologische landbouw is een duurzaam systeem met een bewezen meerprijs, vastgelegd in de Europese wet, geborgd door onafhankelijke controle en gesteund door de consument. Overheden zijn verantwoordelijk voor het keurmerk, in Nederland is dat het ministerie van LNV. Niet voor niets heeft de Europese Commissie biologische landbouw centraal gesteld in haar Farm to Fork Strategy: Brussel zet in op maar liefst 25% biologisch landbouw areaal in 2030.

Wanneer we kijken naar de groeicijfers 2019 in dit trendrapport, dan kunnen we niets anders stellen dan dat de stap naar 25% erg ambitieus lijkt te zijn. Nederland moet met een biologisch landbouw areaal van 3,8% enorme sprongen maken. Er moet een forse groei gerealiseerd worden in zowel vraag als aanbod. De biologische sector zelf wil een actieve bijdrage leveren aan deze transitie door ons te richten op verbreding, verdieping en verbinding:

- Verbreden, niet alleen om te groeien, maar vooral om Nederlandse boeren, die de transitie naar biologische willen maken, perspectief te bieden. Meer aanbod van biologisch betekent immers ook dat de vraag naar biologisch in een gelijk tempo moet groeien.
- Verdiepen, omdat duurzaamheid een continu ontwikkelingsproces is. De biologische landbouw wil koploper blijven en nieuwe ontwikkelingen op duurzaamheidsgebied omarmen.
- Verbinden, omdat wij pas echt grote stappen maken als wij samen het nieuwe landbouw en voedselsysteem inrichten. Dat is inclusief de overheid, onderwijsinstellingen, natuurorganisaties, het bedrijfsleven en uiteraard de consument.

Daarnaast is er sterk beleid nodig, gericht op zowel productie als consumptie. Wij roepen de politiek op om te komen met een sterk biologisch stimuleringsplan, inclusief de volgende 10 punten:

1 PUBLIEKSVOORLICHTING OVER DE BETEKENIS EN WAARDEN VAN DE BIOLOGISCHE LANDBOUW

Een groeiende groep consumenten hecht belang aan maatschappelijke issues als het klimaat, dierenwelzijn, biodiversiteit en gezondheid. Het is daarom belangrijk dat deze groep consumenten weet dat biologische landbouw een positief effect heeft op al deze thema's. Goede publieksvoorlichting is een voorwaarde om de vraag naar biologische producten te stimuleren en de prijsdrempel, die veel consumenten ervaren, te overwinnen.

In Nederland constateert de Rekenkamer¹ dat de minister te weinig doet aan consumentenvertrouwen in biologisch voedsel. Zij stuurt daar niet doelgericht op, bijvoorbeeld door meer bekendheid te geven aan het Europees biologisch keurmerk. Dit terwijl de biologische productie kan bijdragen aan de kringlooplandbouw waar de minister naar streeft. De Algemene Rekenkamer vindt in het consumentenonderzoek aanwijzingen dat voorlichting over het Europees biologisch keurmerk verschil kan maken. Krijgen consumenten informatie over het verschil tussen biologisch geteelde tomaten en niet-biologische, dan spreekt 57 % de voorkeur uit voor de biologische tomaten, ondanks de meerprijs. Krijgen consumenten deze informatie niet dan verkiest slechts 30 % biologische tomaten. De minister van LNV – in Nederland verantwoordelijk voor dit keurmerk – ondersteunt consumentenvoorlichting, maar legt geen specifiek accent bij het Europees biologisch keurmerk.

¹ www.rekenkamer.nl/actueel/nieuws/2020/05/20/minister-ondersteunt-europees-biologisch-keurmerk-weinig

2 GEEN BTW OP BIOLOGISCHE PRODUCTEN OM DE VRAAG TE STIMULEREN

In de winkel lijken gangbare en biologische voedingsmiddelen veel op elkaar. Toch zijn veel van deze producten niet een op een vergelijkbaar. Biologische producenten maken andere keuzes die beter zijn voor onder andere het klimaat, (dieren)welzijn en bodemvruchtbaarheid. Tevens bespaart deze manier van werken de belastingbetaler veel geld. Door schaalvoordeel en het afwentelen van kosten, lijken gangbare producten in de winkel goedkoper. Geen BTW op biologische producten is nodig om het prijsverschil niet langer als drempel te laten gelden, bij het kiezen voor milieuvriendelijkere producten.

De BTW-verhoging in 2019 van 6% naar 9% is extra nadelig geweest voor de biologische keuze in het schap. Immers, de hogere absolute prijs van biologische producten, heeft geleid tot een grotere procentuele stijging van de prijs ten opzichte van de niet-biologische goedkopere variant.

Al langer pleit de biologische branche voor geen BTW op biologische producten. Zo leverde een petitie op dit onderwerp in 2018 bijna 80.000 handtekeningen op. Tot op heden is een BTW-aanpassing voor biologische producten niet geïmplementeerd door het ministerie van Financiën. Belangrijkste argument is dat biologische producten niet zouden verschillen van hun niet-biologische variant. Daarbij gaat het ministerie van Financiën voorbij aan het feit dat biologische producten volgens andere regels geproduceerd worden en duidelijk herkenbaar zijn aan het biologisch keurmerk. Deze andere manier van produceren zorgt voor positieve effecten op bijvoorbeeld het klimaat, de biodiversiteit, dierenwelzijn en gezondheid.

3 IMPLEMENTATIE VAN 'TRUE COST ACCOUNTING' VOOR EEN ECHTE, EERLIJKE PRIJS IN DE KETEN

Voedsel wordt vaak zo goedkoop mogelijk geproduceerd. Maar dat betekent meestal ook dat niet alle productiekosten in het eindproduct zijn meegerekend. Het rekenkundig principe van “true cost accounting” neemt de maatschappelijke kosten van de productie mee in de prijs. Wanneer deze kosten zoals waterzuivering, gezondheidszorg of bodemzuivering worden meegenomen, zullen veel (gangbare) producten duurder worden. Duurzame en gezonde producten zoals biologische producten concurreren dan niet meer op prijs met milieuvriendelijke en ongezonde alternatieven.

Bij een overgang naar “true cost accounting”, ontstaat er een integraal beeld van de economische en duurzaamheidskosten van productie en consumptie van voedsel. Een echte prijs helpt om:

- Producenten zo duurzaam mogelijk te laten produceren.
- Bewuste consumenten het juiste product te laten kiezen.
- Overheden op de juiste manier de economie en de duurzaamheidstransitie te laten stimuleren.

De overgang naar meer duurzame productie is niet gratis. Vaak moeten er extra kosten gemaakt worden en staan er risico's tegenover. De kosten, baten en risico's moeten dan over de keten verdeeld worden. Nog te vaak trekken de boeren hierbij aan het kortste eind of levert het een te hoge consumentenprijs van het product op in de winkel. Naast een echte prijs, is het ook belangrijk te kijken naar een eerlijke verdeling van de kosten en dus een eerlijke prijs te bieden.

4 IN 2026 ZIJN ALLE PUBLIEK GEFINANCIERDE MAALTIJDEN BIOLOGISCH

De overheid zal het goede voorbeeld moeten gaan geven. Als alle publiekskeukens biologische maaltijden serveren, zal het aanbod, de inkoop en logistiek van biologische ingrediënten voor deze doelgroep steeds verder professionaliseren. Semi-overheidsinstellingen zullen naar verwachting het voorbeeld volgen. En dit heeft weer een positief effect op grote organisaties met bedrijfskantines en catering. Hoe lager de drempel en hoe veelzijdiger het aanbod, hoe kleiner de stap is voor het bedrijfsleven naar 100% biologische inkoop.

Denemarken laat zien dat een dergelijk stimuleringsbeleid succesvol kan zijn. De Deense overheid stimuleert onder andere door een betaald keurmerk voor publieke keukens en horeca, met een goud-zilver-brons variant. Dit keurmerk geeft aan in welke mate de geserveerde maaltijden uit biologische producten bestaan. In 2017 was het aandeel biologische ingrediënten in publieke keukens in Kopenhagen (900 totaal) al 89%. Met gerichte opleidingen voor het keukenpersoneel en het herstructureren van de inkoopstrategie is dit gerealiseerd zonder extra inkoopbudget. Door het kiezen voor verse biologische producten in plaats van verwerkte of halffabrikaten, minder vlees en minder verspillen is mogelijk gebleken het inkoopbudget gelijk te houden.

5 **STIMULEREN VAN HET BIOLOGISCH AREAAL DOOR BARRIÈRES WEG TE NEMEN**

Er zijn veel barrières die boeren moeten overwinnen voordat ze besluiten om te schakelen naar biologisch. De allerbekendste is de vraag naar biologische producten. Als een boer zeker weet dat er markt is (en dus een goede prijs) voor zijn producten, dan is de stap om te schakelen aantrekkelijker dan bij een onzekere vraag. Dit is te zien in de biologische geitenhouderij: er was de afgelopen jaren een groot tekort aan biologische geitenzuivel. Deze sector heeft mede daardoor een sterke groei gekend de afgelopen jaren. De groei is nu weer afgevlakt omdat vraag en aanbod weer met elkaar in evenwicht zijn.

Omschakelen is een zaak van lange voorbereiding. Tussen het eerste idee en het daadwerkelijk starten met omschakelen zit soms jaren. Het gericht informeren van boeren over de mogelijkheden voor biologische productie door middel van workshops, cursussen en keukentafelgesprekken kan deze periode verkorten. Een andere barrière voor boeren om biologisch te gaan werken, is de financiële onzekerheid tijdens de omschakelperiode. Immers, boeren in omschakeling moeten eerst 2 jaar volledig biologisch werken, onder controle van Skal voordat hun producten als biologisch verkopen. De kosten gaan hier voor de baten uit. Voor plantaardige producten is het mogelijk om deze af te zetten als product in omschakeling. Het ontwikkelen van deze markt zou al de eerste meerwaarde kunnen brengen aan de teler in omschakeling.

Biologische ondernemers de ruimte geven en financiële risico's verlagen zijn een voorwaarde om grootschalige omschakeling mogelijk te maken.

6 **'BIO-CHECK' IN DE WETGEVING**

De meeste wetgeving in Nederland geldt momenteel voor alle boeren, dus voor biologische én gangbare boeren, terwijl hun werkwijze heel anders is. Hierdoor ontstaan knelpunten op het gebied van onder andere stikstof en fosfaat. Het is van groot belang dat er specifiek landbouwbeleid komt, zodat systemen afgerekend worden op hun daadwerkelijke uitstoot en boeren niet onnodig benadeeld worden door algemene regelgeving. Een "Bio-Check" op nieuwe wetgeving moet ervoor zorgen dat de wetgeving de groei van biologische landbouw niet in de weg zit.

7 HECTARE ONDERSTEUNING VOOR ECOSYSTEEDIENSTEN – OPGENOMEN IN HET GLB

Biologische landbouw levert maatschappelijke meerwaarde door de extra inspanningen op onder andere het gebied van bodembeheer en biodiversiteit. In alle EU-landen krijgen biologische boeren hier extra Gemeenschappelijk Landbouw Beleid-steun voor. Behalve in Nederland... Ons land kent een directe hectaresteen, zonder aanvullende eisen over het beheer van de grond. We moeten toe naar een Gemeenschappelijk Landbouw Beleid waarin de ecologische en maatschappelijke meerwaarde die een boer levert wordt beloond. Zo wordt het voor nog meer boeren een aantrekkelijke bedrijfsvoering, waar uiteindelijk iedereen van profiteert.

8 PACTBELEID DAT INZET OP LANGDURIG EN DUURZAAM GRONDGEBRUIK

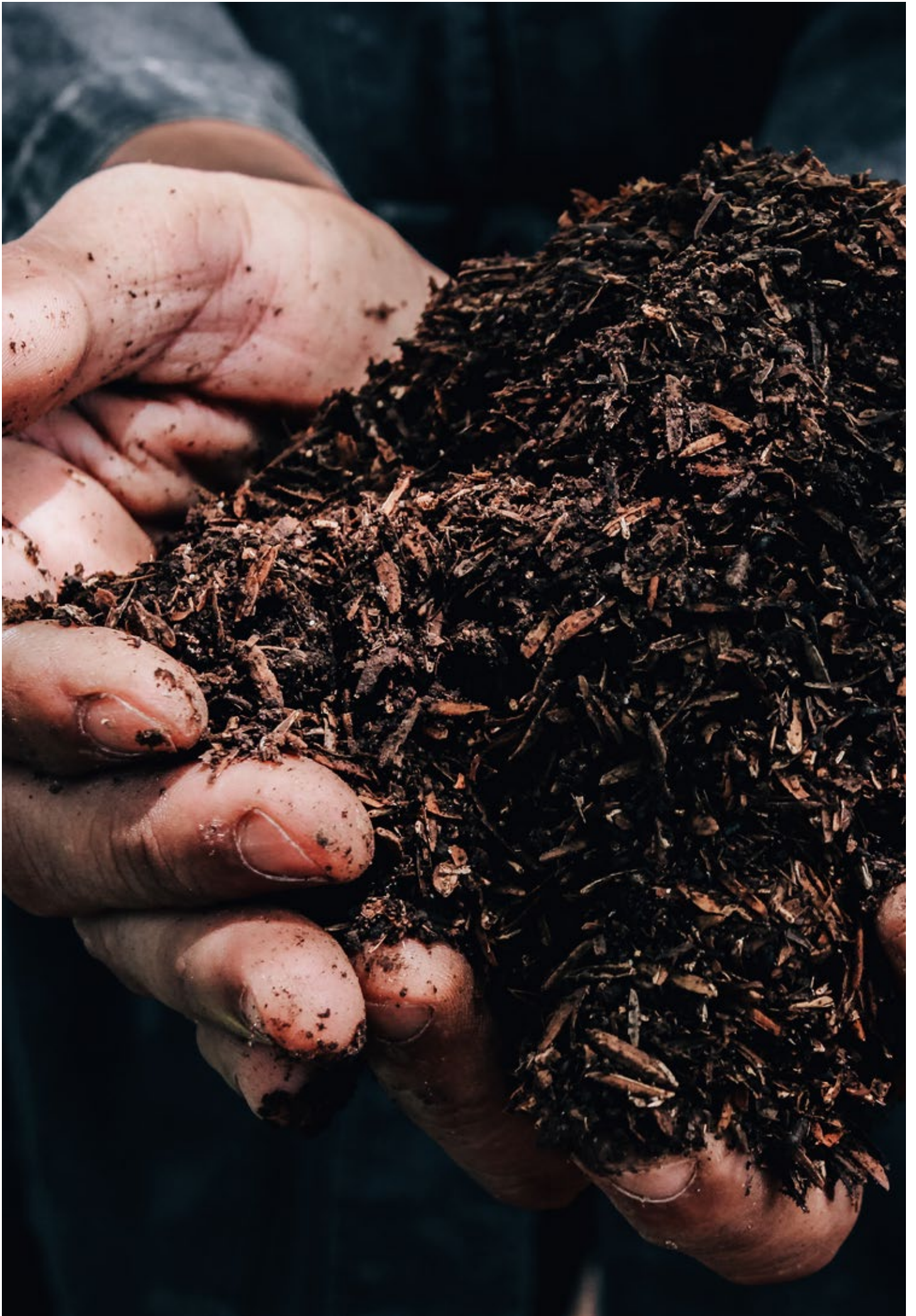
26% van de pachtgronden wordt verpacht via contracten korter dan zes jaar en dit aandeel wordt jaarlijks groter. Dit maakt het onaantrekkelijk om deze gronden biologisch te beheren. De omschakelperiode voor een boer is minimaal 2 jaar en het kost een paar jaar voordat je maximaal profiteert van een duurzaam beheerde bodem. Het is belangrijk dat grootgrondbezitters, zoals de overheid en andere organisaties die terreinen beheren, verder gaan kijken dan de hoogste bieder. Het is van grote meerwaarde als de pachter een positieve bijdrage levert voor de bodem en het klimaat. Hoogste tijd dus om het pachtbeleid op de schop te nemen.

9 GEEN PATENT OP NATUURLIJKE EIGENSCHAPPEN ÉN BELEID DAT ZORGT DAT BIOLOGISCH GENTECH VRIJ BLIJFT

Geen patenten op natuurlijke eigenschappen borgt de vrijheid voor alle veredelaars om zelf rassen te ontwikkelen die geschikt zijn voor lokale omstandigheden en klimaat. Deze vrijheid is van groot belang om de voedselzekerheid op de lange termijn te waarborgen. Daarnaast is het van groot belang dat de consument de keuzevrijheid houdt om gentichevrije producten te kopen. Biologische producten zijn op dit moment gentichevrij, en deze garantie moeten we kunnen blijven geven.

10 25% VAN HET TOTALE OVERHEIDSONDERZOEKSBUDGET NAAR BIOLOGISCHE LANDBOUW EN VOEDING

Op dit moment wordt minder dan 3% van het overheidsbudget besteed aan onderzoek op het gebied van biologische landbouw en voeding. Dit is nog minder dan het totale marktaandeel op biologische landbouw (4%) en voeding (4%). Om een groei naar 25% biologisch landbouw areaal te kunnen realiseren is het noodzakelijk dat vraag en aanbod zich gelijkmatig ontwikkelen. Meer onderzoek naar het stimuleren van de vraag naar biologische producten is noodzakelijk. Maar ook de verdere ontwikkeling van de biologische landbouwsector vraagt om verder onderzoek. Alleen zo kunnen we een systeemverandering realiseren.





Bionext

World food Centre

Nieuwe Kazernelaan 2 - D42

6711 JC Ede

030 - 233 99 70

info@bionext.nl

www.bionext.nl

@BionextTweets