

De biobestedingen in Vlaanderen boven het half miljard euro

De voedselinflatie stuwt de totale voedings- en huishoudbestedingen (FMCG) alsook de biobestedingen de hoogte in. De biobestedingen in Vlaanderen zijn uitgestegen tot boven het half miljard euro door de inflatie en een stijgende aankoopfrequentie. Vlaanderen had in absolute cijfers een achterstand op Wallonië maar vorig jaar was de bio-omzet in het noorden opnieuw hoger dan in het zuiden van het land. De biomarkt in Vlaanderen lijkt in 2023 een inhaalbeweging te maken na een stagnatie in 2022. In Vlaanderen bedraagt het bio-aandeel nu 2,9% terwijl dit voor totaal België 3,6% is. In absolute cijfers overtreft de Vlaamse biomarkt de Waalse maar per capita besteedt de Waal wel beduidend meer aan bioproducten dan de Vlaming.

Op lange termijn stagneert of groeit het aantal biokopers lichtjes voor de meeste categorieën behalve voor fruit en eieren. Vlees, vis en brood zijn de grootste groeiers op lange termijn. Het hoogste bio-aandeel vinden we bij vegetarische vleesvervangers en eieren maar deze aandelen staan onder druk.

De gepensioneerden uit de hogere sociale klasse en de singles hebben het hoogste bioaandeel. Het prijsverschil tussen bio en gangbaar verkleint voor de beschouwde verse producten in de productkorf behalve voor yoghurt.

De klassieke supermarkt (DIS 1) blijft het grootste biokanaal gevolgd door het gespecialiseerde kanaal (waaronder onder andere bakker en slager maar ook bioplanet). Hard discount groeit sterk voor verse voeding maar niet voor bio. De hoeve en de boerenmarkt zijn kleinere distributiekanaalen maar met het hoogste percentage aan biologische producten in het assortiment. Eén op de drie producten is hier van biologische kwaliteit terwijl dit bij hard discount slechts 1,4% is.

Deze resultaten werden opgetekend door het consumentenpanel van CPS GfK Belgium in opdracht van VLAM. Hiervoor werden de aankopen van 6 000 Belgische gezinnen continu opgevolgd. Vanaf januari 2022 schakelde dit consumentenpanel geleidelijk over van het scanningapparaat naar de Myscan (mobile app) en de volledige omschakeling gebeurde in het tweede kwartaal 2023. Deze omschakeling heeft de resultaten van 2023 (en in beperkte mate de resultaten van 2022) voor verse biovoeding en vooral de aankopen zonder barcode (oa vers vlees en brood), sterk beïnvloed waardoor er een trendbreuk is met de voorgaande jaren.

Voedselinflatie stuwt de voedings- en huishoudbestedingen de hoogte in

De algemene inflatie daalde in 2023 naar het lage niveau van voor 2022 voornamelijk door een negatieve non-foodinflatie. De voedselinflatie zet zijn dalend traject verder maar blijft hoger dan de algemene inflatie en kwam vorig uit op 12,9%. De totale voedings- en huishoudbestedingen (FMCG) stegen in 2023 met 9% maar het volume per aankooptrip daalde wel met 5%. Om de hoge voedselinflatie te verzachten, verkleinen de huishoudens de mandgrootte (volume per trip) en kiezen ze voor budgetvriendelijkere alternatieven (downtrading). Vandaar het succes van private labels en hard discount (Aldi & Lidl). Private label neemt in België nu 53,9% van het verkochte volume van voeding en huishoudartikelen in of 40,4% van de totale voedings- en huishoudbestedingen.

Positief in 2023 was dat het aantal huishoudens groeide met 0,8%, er frequenter gewinkeld werd (+3,1%) en er meer besteed werd per winkelbezoek (+4,9%).

Door de coronacrisis (meer thuisverbruik) en de hoge inflatie liggen de voedings- en huishoudbestedingen nu een kwart hoger dan in 2019.

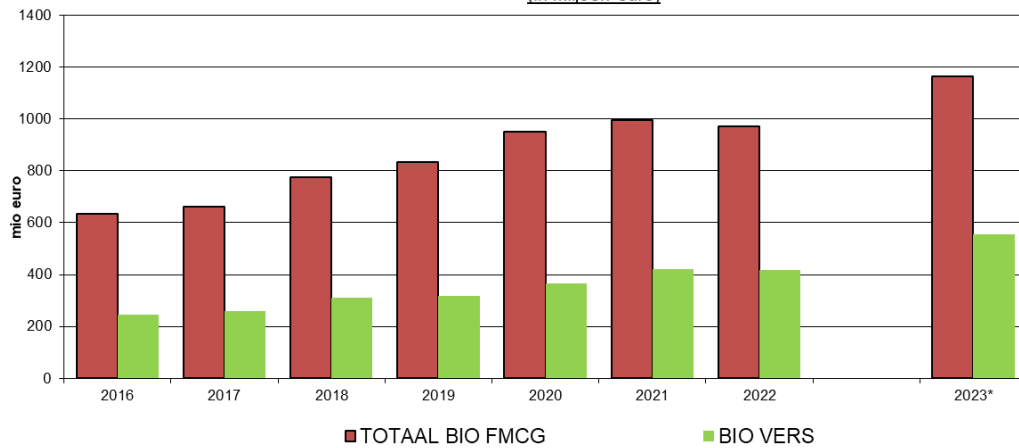
Het aantal winkelbezoeken kende een dieptepunt in 2020 maar steeg daarna terug naar het niveau van voor corona namelijk 193 keer per jaar. Hiervan waren er 31 met bioproducten.

Hogere bio-omzet door inflatie en stijgende frequentie

De biobestedingen in België stegen vorig jaar tot 1,2 miljard euro. Hiermee lijken de biobestedingen, na een stagnatie in 2022, terug aan te knopen met de groeiende trend van voordien maar de resultaten van 2024 zullen dit moeten bevestigen.

Biobestedingen in België

(in miljoen euro)



■ TOTAAL BIO FMCG

■ BIO VERS

FMCG = totaal: voeding (vers, diepvries en kruidenierswaren), dranken, drogmetica en non-food.

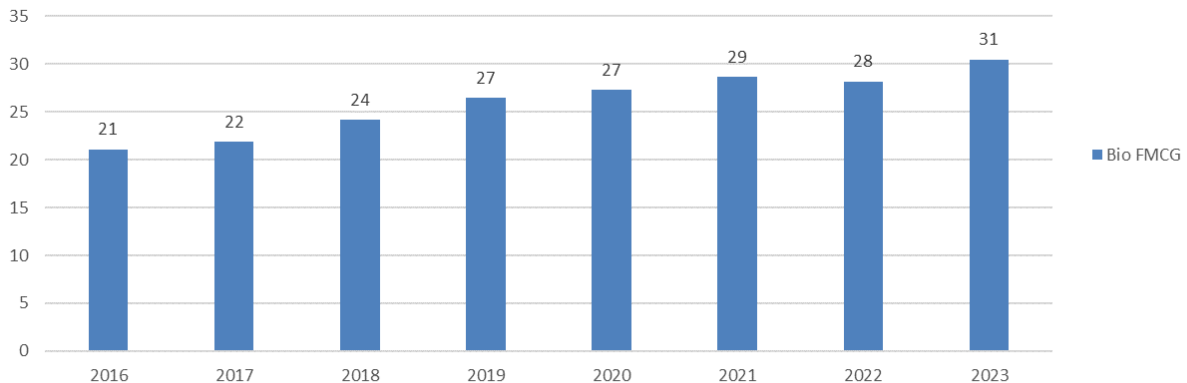
Verse voeding: zuivel + eieren + vers vlees, gevogelte, wild + verse vis, week- en schaaldieren + vleeswaren + brood + aardappelen + fruit + groenten

* Door een wijziging in de methodologie bij CPS-GfK is het jaarcijfer 2023 niet meer vergelijkbaar met de voorgaande jaren

Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM

De biopenetratie blijft stabiel op het hoge niveau van 98%. Dit wil zeggen dat 98 op 100 Belgen wel eens een bioproduct kopen. De aankoopfrequentie van bio, die jaar na jaar steeg, daalde in 2022 maar pikte vorig jaar de stijgende trend terug op. Er wordt nu gemiddeld 31 keer per jaar bio gekocht.

Evolutie van de gemiddelde aankoopfrequentie voor bio-FMCG in België



Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM

FMCG: fast moving consumer goods incl verse voeding

De groei van de biobestedingen is te verklaren door de inflatie en de verhoogde aankoopfrequentie. Het zijn vooral de heavy biokopers die in 2023 frequenter gingen kopen.

Sterke stijging van de gekochte volumes van biovlees en -vleeswaren in Vlaanderen op lange termijn

Alle biologische voedingscategorieën opgenomen in de onderstaande tabel laten een stijging van de aankoopvolumes zien in de periode 2016 tot 2022 met uitzondering van witte consumptiemelk en bloem die dalen. De opmerkelijkste stijgers in die periode waren vlees (inclusief gevogelte) en vleeswaren maar ook brood, fruit, eieren en groenten doen het beter dan gemiddeld op lange termijn.

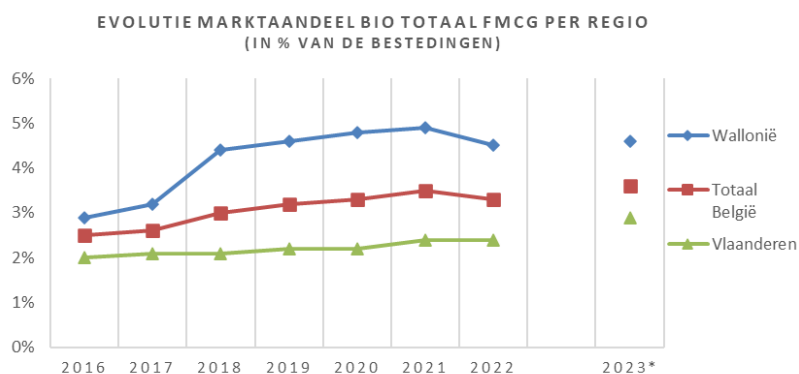
Tabel: Evolutie van de aankoopvolumes van enkele biologische voedingscategorieën in Vlaanderen
(in ton/duizend liter of stuks – 2023)

Productcategorie	Eenheid	2023*	Evolutie 2022 vs 2016
Witte consumptiemelk	Liter (000)	3.571	-15,6%
Kaas (excl. vrs witte)	Ton	1.117	22,0%
Vlees/gevogelte	Ton	7.293	169,6%
Vleeswaren	Ton	1.392	112,1%
Aardappelen	Ton	6.143	24,0%
Rijst/droge deegwaren	Ton	1.169	33,7%
Bloem	Ton	476	-16,3%
Vers fruit	Ton	14.721	51,4%
Verse groenten	Ton	14.246	39,2%
Natuurlijke fruitsappen	Liter (000)	1.323	3,5%
Eieren	Stuks (000)	29.908	47,8%
Brood	Stuks (000)	10.101	80,0%

*door methodologiewijziging is een vergelijking met 2023 niet mogelijk

Het marktaandeel van de bioproducten in Vlaanderen onder het nationale gemiddelde

Het bioaandeel in België bedroeg in 2023 3,6%. In Wallonië is het bioaandeel aanmerkelijk hoger dan in het noorden van het land. Vooral in 2018 maakte Wallonië een stevige sprong door de openingen van een aantal nieuwe gespecialiseerde biowinkels. Het bio-aandeel in Wallonië stabiliseert nu op 4,6%. In Vlaanderen bedraagt het bio-aandeel 2,9%.



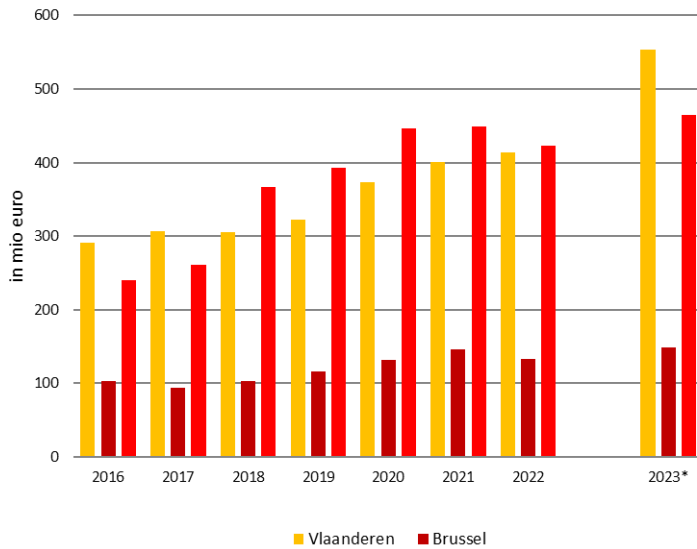
Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM

* Door een wijziging in de methodologie bij CPS-GfK is het jaarcijfer niet meer vergelijkbaar met de voorgaande jaren

Vlaanderen met ruim half miljard euro opnieuw koploper in bio-omzet

Vlaanderen had in absolute cijfers een achterstand op Wallonië maar vorig jaar was de bio-omzet in het noorden opnieuw hoger dan in het zuiden van het land. Vlaanderen is met een biobesteding van 554 miljoen euro koploper gevolgd door Wallonië (464 miljoen euro). Het verstedelijkte Brussels gewest is goed voor een bio-omzet van 149 miljoen euro. 47,5% van de totale bio-omzet in België wordt in Vlaanderen gerealiseerd.

Biobestedingen (totaal FMCG) in België per gewest



Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM

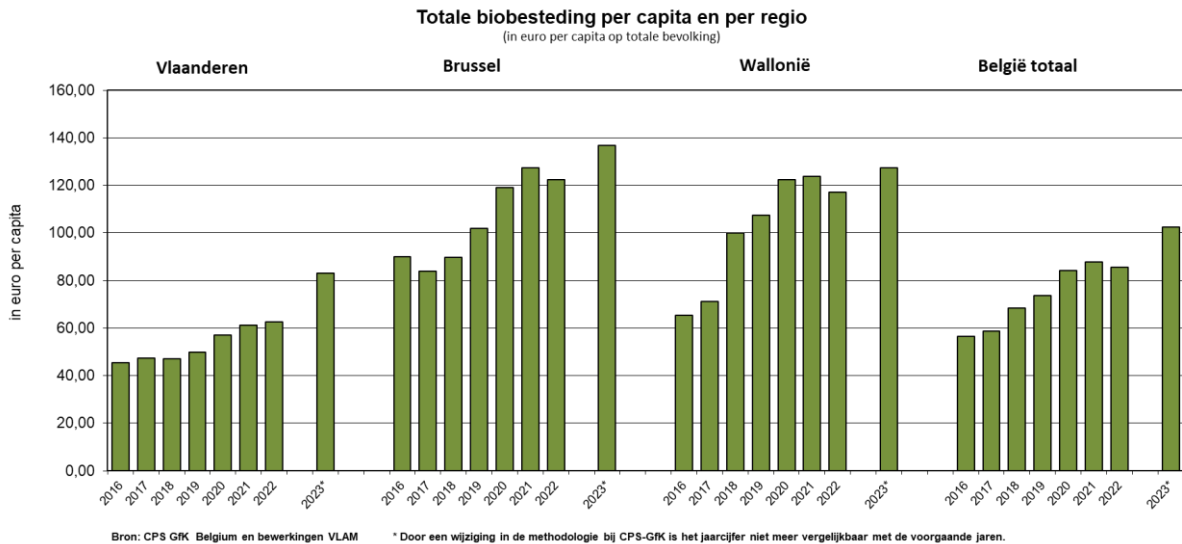
* Door een wijziging in de methodologie bij CPS-GfK is het jaarcijfer niet meer vergelijkbaar met de voorgaande jaren.

De belangrijkste biogroeiers op lange termijn zijn de biologische dierlijke producten (vis, vlees en vleeswaren) maar ook de kant-en-klaarmaaltijden, bier, brood en wijn zijn de grote winnaars op termijn.

Vlaanderen heeft achterstand in biobestedingen per capita

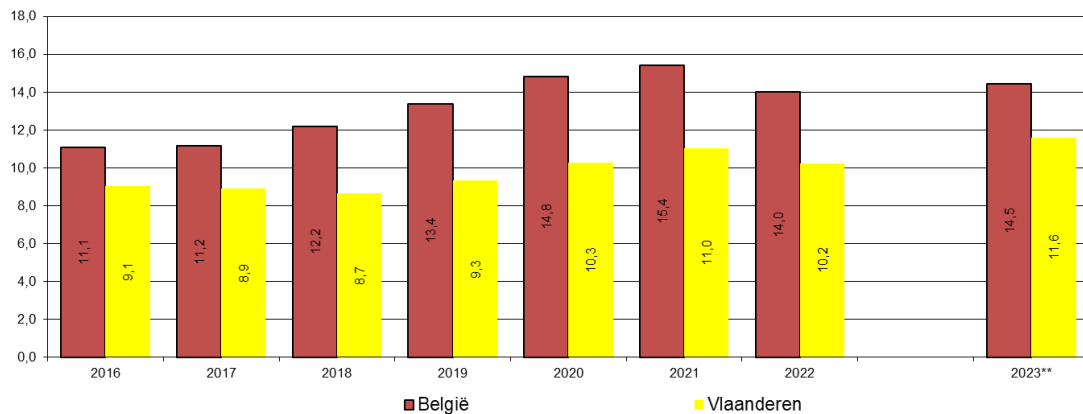
De biobestedingen in België bedroegen vorig jaar gemiddeld 102 euro per capita. Er zijn wel grote regionale verschillen. De Brusselaar spendeert met 137 euro per kop het meest aan biologische producten hetgeen twee derde meer is dan de Vlaming die 83 euro per capita aan bioproducten spendeert.

In Wallonië ligt de besteding per capita iets onder het niveau van Brussel namelijk 127 euro per capita.



De achterstand van Vlaanderen in de biobestedingen per capita is ook duidelijk te zien in het gekochte volume per capita. Hier geldt de opmerking dat het totale gekochte volume aan bioproducten per capita, uitgedrukt in kg, liter of stuk, een indicatief cijfer is. Dit cijfer is enkel nuttig om een tendens in volume in te schatten, in de veronderstelling dat de verhouding tussen de productcategorieën slechts beperkt wijzigt in de tijd. In 2023 kocht de Vlaming 11,6 kg/liter/stuks aan bioproducten terwijl het Belgisch gemiddelde 14,5 kg/liter/stuks is. De Vlaming zet de achtervolging in want in 2023 bedroeg het verschil met het nationale gemiddelde -20% terwijl dit in 2019 nog -30% was.

Evolutie gekochte volume aan biologische producten* in België en Vlaanderen (in kg/liter/stuk per capita)



* totaal FMCG = totaal voeding (vers, diepvries en kruidenierswaren), dranken, drogmetica en non-food.
** Door een wijziging in de methodologie bij CPS-GfK is het jaarcijfer niet meer vergelijkbaar met de voorgaande jaren.

Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM

Heavy biokopers kochten vaker bio

Bijna iedereen (98 op 100) koopt wel eens een bioproduct. Er zijn echter grote verschillen in intensiteit tussen de biokopers. 20% van de kopers zorgt voor 81% van de totale bio-omzet. In deze groep van meest intensieve biokopers (koopt meer dan éénmaal per week) vinden we vooral de welgestelde gepensioneerden en de welgestelde gezinnen met kinderen. Zij kopen relatief meer dierlijke bioproducten (vlees, vis en zuivel) en biobrood. Deze groep van intensieve biokopers kochten vorig jaar vaker bio. In de groep van medium biokopers (koopt gemiddeld om de veertien dagen) zijn de tweeverdienende koppels zonder kinderen relatief oververtegenwoordigd. Deze groep koopt courante bioproducten en is goed voor 15% van de bio-omzet. De light biokoper (koopt enkele keren per jaar) is oververtegenwoordigd bij de gezinnen met kinderen met een lager inkomen. Deze groep van light kopers, koopt in verhouding meer biogroenten en verwerkte bioproducten en staan in voor slechts 4% van de bio-omzet.

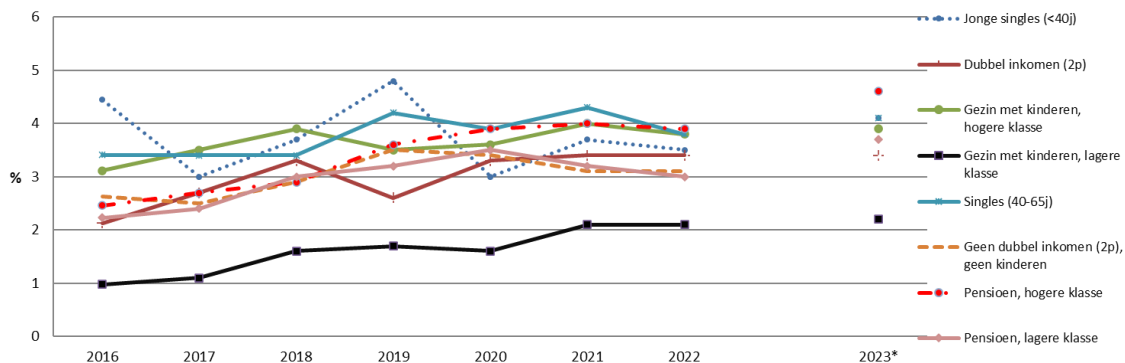
Gepensioneerden uit de hogere sociale klasse en de singles hebben het hoogste bioaandeel

Welk profiel heeft de biokoper? De gepensioneerden uit de hogere sociale klasse en de singles, zowel oud als jong, hebben het hoogste bioaandeel (>4%).

In absolute cijfers zijn de gezinnen met kinderen en de gepensioneerden uit de hogere sociale klasse de belangrijkste groep biokopers. Samen zijn zij verantwoordelijk voor 47% van de biobestedingen terwijl zij slechts 41% van de bevolking uitmaken. De gezinnen met kinderen uit de lagere sociale klasse hebben het laagste bioaandeel (2,2%). Deze bevolkingsgroep ziet haar bio-aandeel tot 2021 wel groeien. De introductie en de uitbouw van een aantal biocategorieën bij de harddiscounters liggen hier aan de basis. De voorbije twee jaar stagneerde het bioaandeel bij deze groep als gevolg van de hoge inflatie.

Marktaandeel bio per levensfase in België

(op basis van aandeel bio in de totale FMCG-besteding ; Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM)

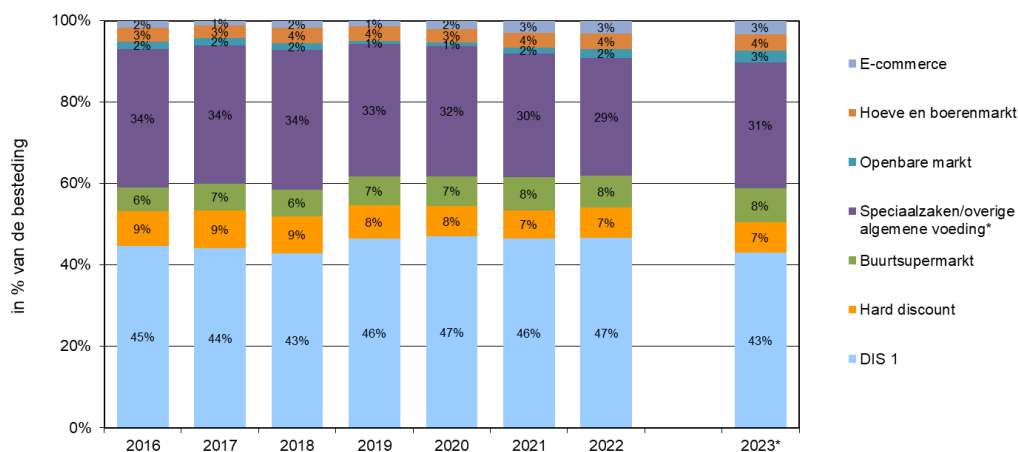


Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM * Door een wijziging in de methodologie bij CPS-GfK is het jaarcijfer niet meer vergelijkbaar met de voorgaande jaren.

DIS 1 is belangrijkste biokanaal

De klassieke supermarkt (DIS 1) is het grootste biokanaal met een marktaandeel van 43%. Het gespecialiseerde kanaal (speciaalzaak zoals bakker, slager, natuurvoedingswinkel en overige algemene voedingswinkels waaronder bioplanet) komt op de tweede plaats met een aandeel van 31%. In de periode 2016 tot 2022 verloor dit gespecialiseerd kanaal terrein ten voordele van DIS 1. De buurtsupermarkt blijft het op twee na belangrijkste kanaal voor biovoeding met 8% marktaandeel nipt vóór hard discount (7% marktaandeel). Hard discount groeide de voorbije jaren sterk voor verse voeding maar niet voor bio. De rechtstreekse verkoop op de hoeve, de boerenmarkt en de openbare markt zijn kleinere biokanalen in vergelijking met de supermarkten maar het bioaandeel ligt er wel hoger. De hoevewinkel en de boerenmarkt zijn de kanalen met het hoogste bioaandeel. Eén product op drie dat er verkocht wordt is van biologische kwaliteit. Bij de harddiscounter vinden we relatief het minst biologische producten terug. Slechts 1,4% is hier van biokwaliteit.

Distributiekanaalen biologische producten (totaal bio FMCG) in België
(aandelen op basis van bestedingen)

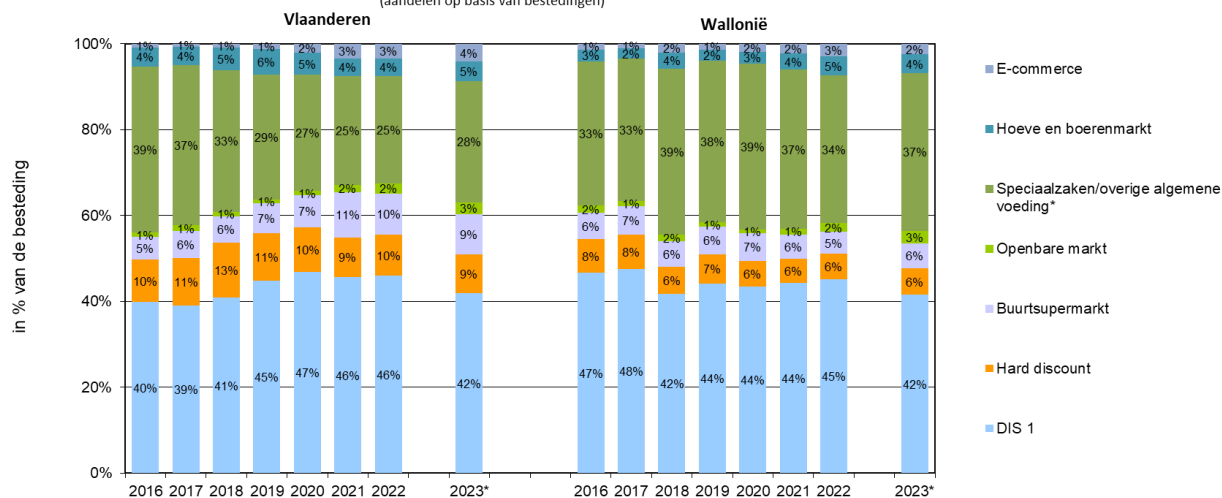


DIS 1: AH, CARREFOUR HYPER/MARKET/ALMA, COLRUYT laagste prijs, CORA, DELHAIZE AD/DE LEEUW, INTERMARCHE, JUMBO EN MATCH
HARD DISCOUNT: ALDI EN LIDL
BUURTSUPERMARKT: ALVO, CARREFOUR EXPRESS/CONTACT, CASH FRESH, DELHAIZE CITY/PROXY, LOUIS DELHAIZE, OKAY, PROFJ, ROB, SMATCH, SPAR, SUPRA ...
* Bioplanet valt onder 'overige algemene voeding'

Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM * Door een wijziging in de methodologie bij CPS-GfK is het jaarcijfer niet meer vergelijkbaar met de voorgaande jaren.

Qua distributie van bio zijn er enkele verschillen tussen Vlaanderen en Wallonië. In Wallonië staat het gespecialiseerde kanaal met een marktaandeel van 37% sterker dan in Vlaanderen (28% marktaandeel). In Vlaanderen is de buurtsupermarkt (9%) belangrijker dan in Wallonië (6%). Verder heeft hard discount in Vlaanderen (9%) een hoger marktaandeel dan in Wallonië (6%). In de beide regio's is DIS 1 marktleider met 42%.

Distributiekanaalen biologische producten (totaal bio FMCG) in België
(aandelen op basis van bestedingen)



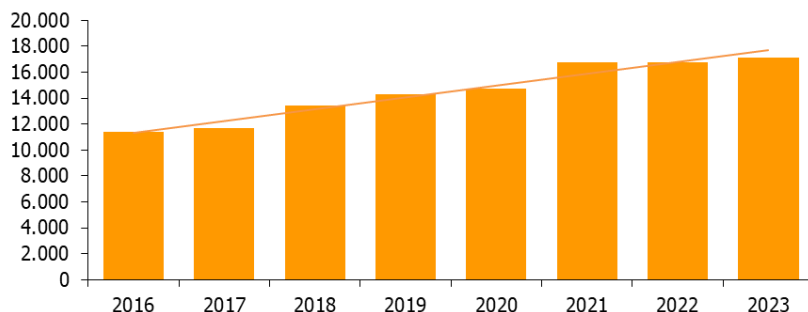
DIS 1: AH, CARREFOUR HYPER/MARKET/ALMA, COLRUYT laagste prijs, CORA, DELHAIZE AD/DE LEEUW, INTERMARCHE, JUMBO EN MATCH
HARD DISCOUNT: ALDI EN LIDL
BUURTSUPERMARKT: ALVO, CARREFOUR EXPRESS/CONTACT, CASH FRESH, DELHAIZE CITY/PROXY, LOUIS DELHAIZE, OKAY, PROFJ, ROB, SMATCH, SPAR, SUPRA ...
* Bioplanet valt onder 'overige algemene voeding'

Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM * Door een wijziging in de methodologie bij CPS-GfK is het jaarcijfer niet meer vergelijkbaar met de voorgaande jaren.

Lichte groei van het bioassortiment

Het aantal bioreferenties (EAN-codes) dat gemeten werd door GfK binnen het panel stagneerde in 2021 en 2022 maar groeide vorig jaar naar 17 149. Dit hoge aantal referenties wijst op een verbreding van het biopallet In de winkelrekken liggen alsmaar meer verwerkte en voorverpakte bioproducten.

Evolutie aantal referenties verwerkte/verpakte bioproducten in België
(aantal EAN-codes)



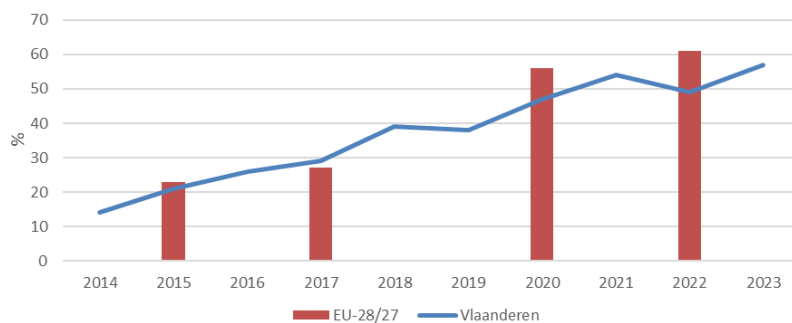
Bron: CPS GfK Belgium

Stijgende bekendheid EU-biolabel in Vlaanderen maar blijft onder het EU-gemiddelde

57% van de Vlaamse verantwoordelijke voor de aankoop (VVA) tussen 18 en 64 jaar herkent het EU-biologo. De logobekendheid ligt in Vlaanderen wel onder het Europees gemiddelde (61% in 2022) maar is groeiend.



Bekendheid EU-biologo in Vlaanderen en in EU
(% van de Vlaamse vva's 18-64 j die het logo herkennen)

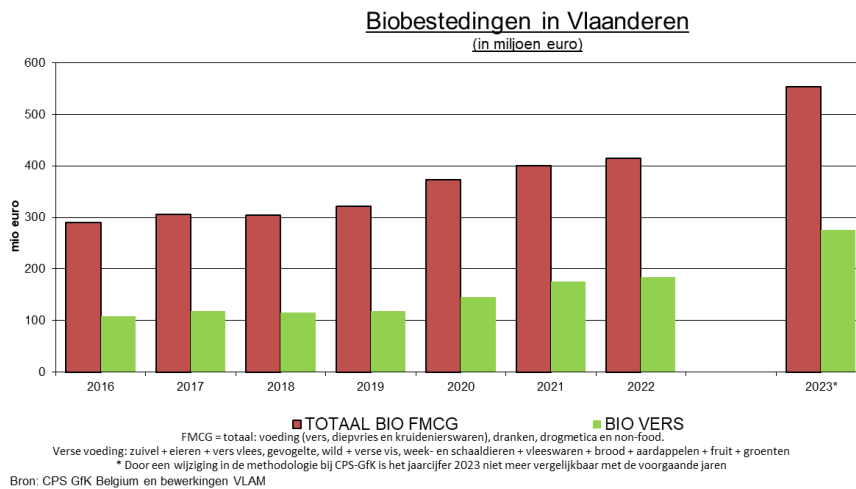


Bron: iVox/VLAM-tracking voor Vlaanderen en Eurobarometer Special EBS voor EU-28

Een blik op de bioversmarkt in Vlaanderen

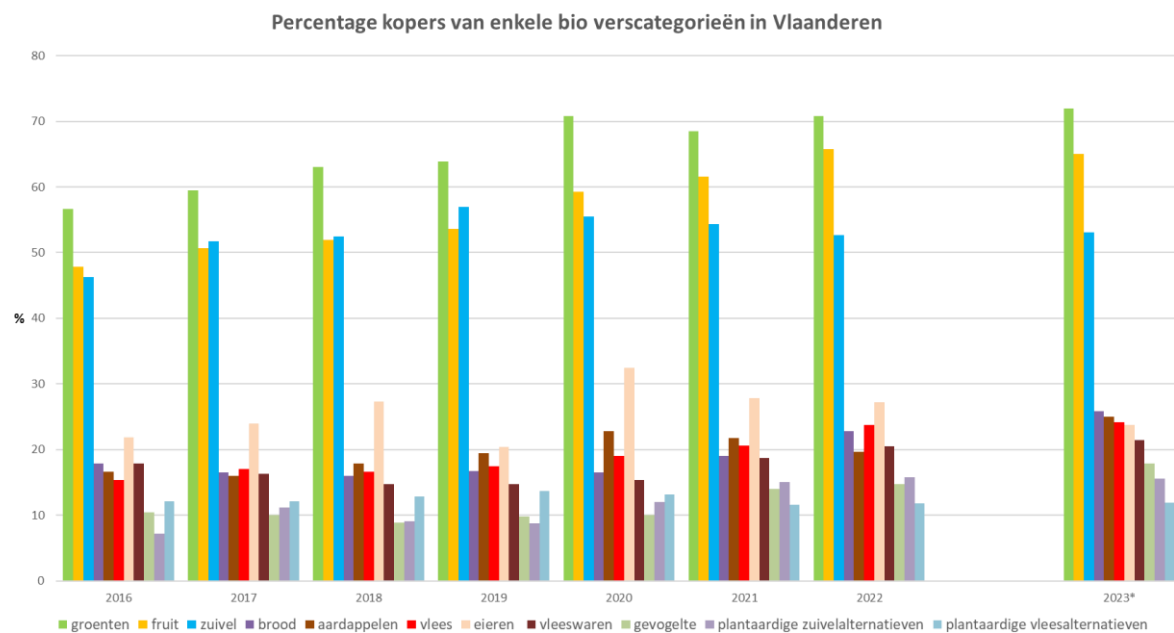
Helft van de biobestedingen in Vlaanderen is vers

De totale bioversmarkt (zuivel, eieren, vlees, vis, gevogelte, vleeswaren, brood, aardappelen, fruit en groenten) is in Vlaanderen goed voor 275 miljoen euro of de helft van de totale Vlaamse biobestedingen van 554 miljoen euro.



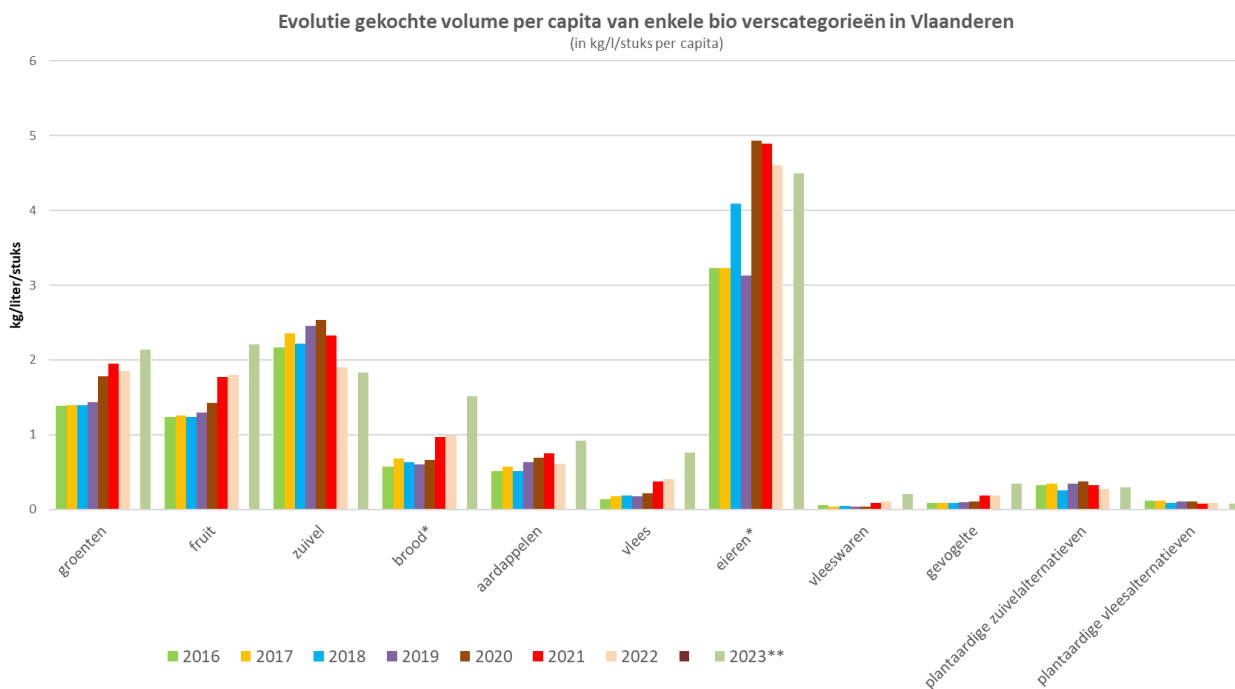
Meeste biokopers bij groenten, fruit en zuivel

Het aantal biokopers van verse producten blijft op een hoog niveau. Vorig jaar kocht 9,2 op de 10 Vlaamse gezinnen al eens een vers bioproduct. Binnen de productgroepen zijn er grote verschillen in kopersaantallen. De meeste kopers vinden we bij biogroenten. 72% van de Vlaamse gezinnen koopt wel eens biogroenten maar dit aantal stagneert. Op de tweede plaats komt fruit (65 kopers op 100) dat meer biokopers kan aantrekken en op de derde plaats zuivel (53 kopers). Biozuivel zat in een licht dalende trend maar kan het aantal kopers nu op peil houden dankzij een groeiend aantal biokaaskopers. Yoghurt en witte melk zagen het aantal biokopers dalen. Ook het aantal kopers van bio-eieren (24 kopers) is licht dalend de laatste jaren. Biovlees (24 kopers) en biovleeswaren (21 kopers) kunnen op termijn meer kopers bekoren. De plantaardige biovleesalternatieven (12 kopers) blijven stabiel qua aantal kopers op lange termijn. Een groei in het aantal biokopers op lange termijn noteerden we ook bij aardappelen (25 kopers op 100), gevogelte (18 op 100) en brood (26 op 100). Op lange termijn, periode 2016 tot 2022, wonnen de plantaardige zuivelalternatieven (van 7 naar 16 kopers op 100) het meeste terrein.



Stabiele groei in volume per capita voor groenten en fruit op lange termijn

Binnen de productgroepen zijn er ook in volume per capita grote verschillen qua absolute waarde en groei op lange termijn (2016-2022). Door de methodologiewijziging is een vergelijking met 2023 niet meer mogelijk en vergelijken we de cijfers van 2022 met 2016. Biologische groenten en fruit zijn stabiele groeiers. Biofruit is goed voor een volume van 2,2 kg per capita, groenten 2,1 kg en aardappelen 0,9 kg. Biozuivel heeft het moeilijk (vooral bij witte consumptiemelk) en daalt van 2,2 kg per capita in 2016 naar 1,9 kg in 2022. Bio-eieren kenden een piek tijdens corona maar staan nu onder druk. In 2022 kocht de Vlaming 4 ½ bio-eieren terwijl dit in 2020 zo'n 5 eieren waren. Biobrood, -vlees, -gevogelte en -vleeswaren zien hun volumes per kop op termijn stijgen al blijven de absolute cijfers voor gevogelte, vlees en vleeswaren beperkt. De biologische plantaardige alternatieven voor vlees en zuivel blijven ook beperkt in volume per capita en vertonen een dalende tendens.

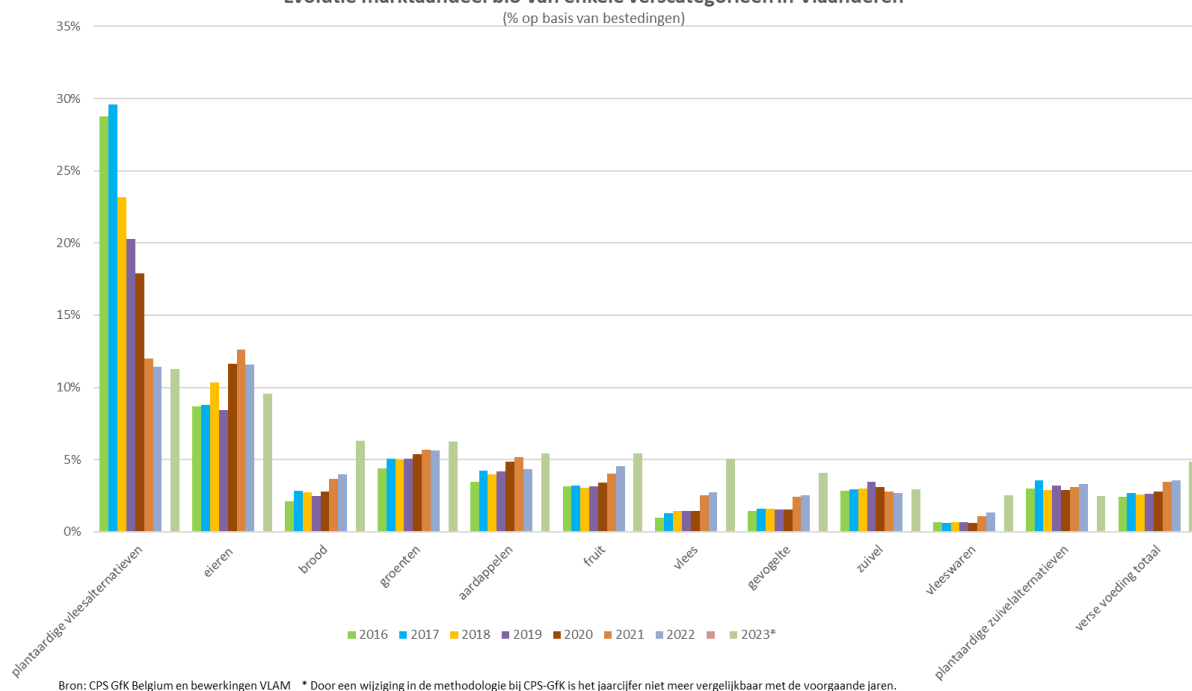


Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM * Eieren en brood in stuks ** Door een wijziging in de methodologie bij CPS-GfK is het jaarcijfer niet meer vergelijkbaar met de voorgaande jaren.

Marktaandeel bio varieert sterk van product tot product

Het marktaandeel van de biologische versproducten in Vlaanderen zit in stijgende lijn en in 2023 kwamen we uit op 4,9%. Dit marktaandeel verschilt wel sterk van product tot product. De plantaardige biovleesalternatieven (11,3%) en de bioeieren (9,6%) hebben het hoogste marktaandeel. Brood komt met een marktaandeel van 6,3% op een derde plaats alhoewel we hier door de in de inleiding genoemde wijziging in de methodologie van CPS GfK wel een kanttekening moeten maken dat dit aandeel wellicht overschat is. De agf-categorie heeft ook een hoger bioaandeel dan gemiddeld namelijk: 6,3% voor groenten en 5,4% voor zowel fruit als aardappelen. Vlees komt op een bio-aandeel van 5,1%, gevogelte op 4,1% en vleeswaren op 2,5%. Hier geldt dezelfde opmerking als voor brood dat dit aandeel allicht overschat is. Zuivel zit in een dalende trend en komt uit op 2,9% marktaandeel. Tot slot zijn er de plantaardige zuivelalternatieven met een bio-aandeel van 2,5%.

Evolutie marktaandeel bio van enkele verscategorieën in Vlaanderen



Prijsverschil bio versus gangbaar verkleint

De beschouwde korf van biologische versproducten* was in 2023 gemiddeld 27% duurder dan het gangbare. Het prijsverschil tussen bio en gangbaar verkleint voor de beschouwde producten in de productkorf behalve voor yoghurt

Er zijn wel grote verschillen per product. Het grootste verschil is er bij eieren. Een bio-eitje is 68% duurder dan een standaard scharreleitje maar dit prijsverschil is sterk afgenomen. Bij vleesvervangers daarentegen was de biovariant vorig jaar zelfs goedkoper dan het gangbare product.

Binnen zuivel wordt het prijsverschil met het gangbare kleiner behalve voor yoghurt. Voor de andere beschouwde versproducten in de korf daalt het prijsverschil vrij drastisch.

Prijsverschil enkele verse bioproducten versus gangbaar (België, index: gangbaar = 100)

