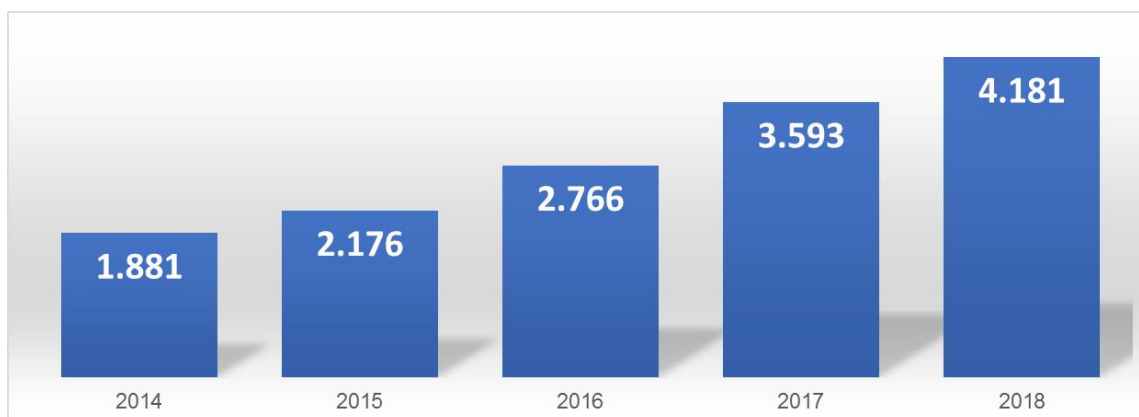


# P E R S B E R I C H T

## Omzet duurzamere voeding met keurmerk verdubbeld in vier jaar

De aanhoudende groei van duurzamere producten met een keurmerk in de supermarkt heeft geleid tot een verdubbeling van de omzet in vier jaar tijd. In 2014 werd nog iets minder dan 1,9 miljard euro besteed aan duurzamere voeding met een keurmerk, in 2018 is dit al ruim 4,1 miljard euro. Dit blijkt uit de laatste cijfers van de Monitor Keurmerken Retail van onderzoeksbureau IRI.

**ZALTBOMMEL, 3 juni 2019** – In 2018 is de verkoop in supermarkten van voeding met een onafhankelijk gecontroleerd keurmerk voor duurzaamheid weer fors gestegen. Met een groei van 16%, oftewel bijna 600 miljoen euro, groeien de keurmerken veel sterker dan de totale markt die in 2018 met 3,5% is gegroeid. Het aandeel is inmiddels opgelopen tot 17%. De Nederlandse consument koopt steeds vaker voeding met een herkenbaar keurmerk en daarmee een geborgde prestatie op het gebied van duurzaamheid.



Figuur 1: omzet in miljoenen euro's binnen Nederlandse Supermarkten (exclusief Aldi Lidl) van duurzamere producten met een keurmerk..

## **In 2018 grootste groei voor Beter Leven keurmerk**

Het grootste keurmerk, met inmiddels ruim 1,8 miljard euro omzet, is het Beter Leven keurmerk van de Dierenbescherming. Dit keurmerk realiseerde de grootste groei (+25% en +364 miljoen euro) in 2018, met name in eieren. Inmiddels wordt 2 op 3 scharreleieren met een Beter Leven keurmerk verkocht en verdwijnt het reguliere scharrelei uit de schappen.

## **Vis, eieren en vleeswaren koplopers in 2018**

Binnen alle categorieën wordt meer voeding aangeboden en verkocht uit ketens met een geborgde duurzamere prestatie, zichtbaar voor de consument door onafhankelijke keurmerken. De aandelen van producten met een keurmerk zijn het grootst binnen vis, eieren en vleeswaren waarin respectievelijk 70%, 67% en 41% wordt verkocht aan producten met één van de gemeten keurmerken. Bij vis gaat het over de keurmerken MSC en ASC, bij eieren, vlees en vleeswaren over biologisch en het Beter Leven keurmerk. In deze categorieën is duurzaamheid de standaard geworden en niet langer een segment voor bewuste kopers. Ook binnen de groep vlees bedraagt het aandeel inmiddels 30% en wordt invulling gegeven aan de vraag in de markt én maatschappij naar verduurzaming. Binnen de vleesgroep is varkensvlees koploper met inmiddels een aandeel van 93%. Kip en rund hebben een aandeel van respectievelijk 22% en 11%.

## **Groei in keurmerken zal doorzetten**

De verwachting is dat de bestedingen van consumenten aan producten met een duurzamer keurmerk zal doorzetten in de supermarkt. In steeds meer productgroepen worden keurmerken de standaard en wordt 'keurmerkloos' de uitzondering. In AGF en zuivel doen nieuwe keurmerken hun intrede. Denk aan de introductie van het keurmerk On the way to PlanetProof (AGF en zuivel) en de introductie van het Beter Leven keurmerk (zuivel). Daarnaast zal ook het ASC-keurmerk zijn intrede maken voor de teelt van zeebaars en dorade en worden de eerste algen- en zeewier producten met het ASC- en MSC-keurmerk verwacht.

## **Over IRI en de Monitor Keurmerken Retail**

IRI Nederland is een vooraanstaande aanbieder van marktinformatie, marktinzichten en consultancydiensten op het gebied van FMCG en Retail. IRI werkt samen met een consortium aan deze Monitor Keurmerken Retail. Dit zijn ASC, Bionext, COV, MSC, Stichting Beter Leven keurmerk en Stichting Milieukeur. In de Monitor Keurmerken Retail zijn de volgende keurmerken opgenomen: ASC, Beter Leven, Biologisch, Fair Trade/Max Havelaar, MSC, On the way to PlanetProof, Rainforest Alliance en UTZ voor alle supermarkten behalve Aldi en Lidl. Er is een keuze gemaakt voor deze onafhankelijk geborgde keurmerken.

////////////////////////////////////

Noot voor de redactie:

Voor meer informatie over dit persbericht kunt u contact opnemen met Maurits Steverink, ketenmanager namens het consortium: 06-51986693 of Rini Emonds van IRI: 06-22908061