

## PERSBERICHT

Gorinchem, 28 september 2010

Omzet biologisch dit jaar voor het eerst boven 700 miljoen

# Bio-zuivel nu de grootste productgroep

**De Task Force Marktontwikkeling Biologische Landbouw verwacht dat dit jaar voor het eerst de grens van 0,7 miljard euro consumentenomzet biologische voeding zal worden overschreden. In dit bedrag zijn de export en de horeca-omzet nog niet inbegrepen. Zuivel zal aan het eind van het jaar de grootste productgroep zijn.**

Als de groei van de afgelopen jaar doorzet én als gekeken wordt naar wat in het buitenland mogelijk is, zullen veel meer Nederlandse boeren kunnen omschakelen. Het aantal verschilt per productgroep, maar zuivel neemt een bijzondere positie in. Nadat van oudsher biologische AGF de grootste biologische productgroep was, zal zuivel deze positie gaan overnemen in 2010. Met name door het aanbod van A-merken en het beperkte prijsverschil. Biologisch past uitstekend bij algemene trends in zuivel als 'natural', ambachtelijk, clean label, gezond, bijzondere herkomst en smaak.

Uit een recent onderzoek van Deloitte blijkt dat supermarkten staan te trappelen om het assortiment biologisch uit te breiden; geen andere categorie is zo populair. Ook merkenbouwers (huismerken en A-merken) overwegen steeds vaker om biologisch op te nemen, maar denken ook vaak dat het volume te klein is en blijft. Om hierop een antwoord te geven is in een verkennende studie voor de zuivelsector gekeken wat de mogelijkheden zijn. Op dit moment zijn er 321 biologische zuivelbedrijven die een melkplas leveren van 140 miljoen kg. Het LEI, onderdeel van de WUR, heeft berekend dat bij een meerprijs van 8 á 9 cent - de huidige situatie - omschakelen economisch aantrekkelijk is voor extensieve melkveehouders met minder dan grofweg 13.000 kg melk per ha, en met name voor die bedrijven die door hun ligging om andere redenen actief zijn met natuurbeheer. Het gaat dan om ruim 10.000 bedrijven. Als boeren en verwerkers goed samenspelen ligt er een enorm marktpotentieel.

De Task Force is in gesprek met de zuivelverwerkers om te verkennen welke mogelijkheden er zijn voor groei zonder dat structurele overproductie plaats vindt.

Op dit moment start ook een nieuwe campagne die erop gericht is om de attentiewaarde van biologische voeding te verhogen. De campagne is met name gericht op de zgn. light users opdat deze kennismaken met een snel breder wordend en modern assortiment voor alledaags gebruik.

Kopers van biologische voeding kunnen gratis toegangskarten sparen voor theater, museum of bioscoop onder het motto 'Lekker Uit met Biologisch'.

---

**Noot voor de redactie:**

Voor meer informatie kunt u contact opnemen met:

Maurits Steverink, ketenmanager Zuivel, tel. 06-51986693, e-mail: [ms@truefoodprojects.nl](mailto:ms@truefoodprojects.nl)

André Brouwer, campagnecoördinator, tel. 06-22198089, e-mail: [info@andrebrouwer.nl](mailto:info@andrebrouwer.nl)