

Juni 2016

Forse groei voor biologisch, maar ook achterblijvende productie

- Binnenlandse markt voor biologisch voedsel groeit de komende vijf jaar met ruim 50 procent
- Groot potentieel voor biologische producten op de Europese markt
- Nederlandse biologische productie blijft achter bij de vraag

Biologisch?

Biologisch is een term die veel voorkomt, zeker ook in combinatie met voedsel en primaire productie. Er bestaan verschillende definities. Wij hanteren de officiële definitie van het [Skal](#). Alhoewel er veel duurzame initiatieven zijn is biologisch wettelijk gezien de enige vorm van duurzame landbouw en voedselproductie¹.

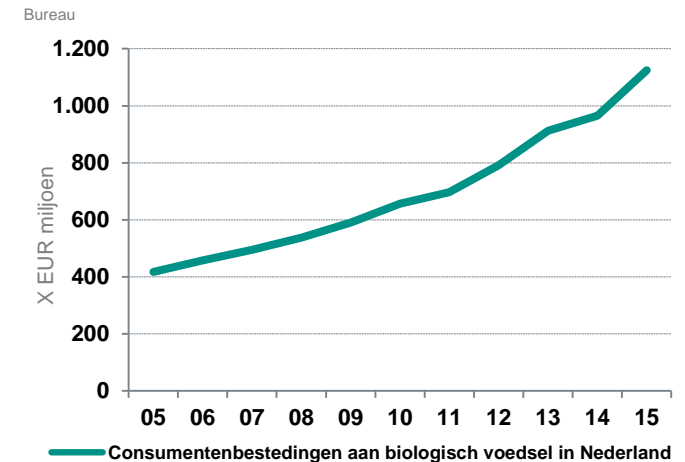
De eerste pijler: een binnenlandse groeiemarkt...

In toenemende mate stijgt de populariteit van voedsel op de interesseladder van de consument. Duurzaamheid is hierbij één van de voorbeelden van belangrijke voedingstrends. Aanbieders van voedsel spelen hier met hun

productaanbod op in. Een belangrijke productcategorie binnen de duurzame voedingsportefeuille is biologisch met een aandeel van 35 procent. De markt voor biologische voedingsproducten groeit in rap tempo. De consumptie van biologische producten is de afgelopen vijf jaar met gemiddeld 7 procent per jaar gegroeid in Europa, zo blijkt uit cijfers van IFOAM. In Nederland ligt de gemiddelde groei over de afgelopen tien jaar op 9 procent per jaar als we kijken naar de totale uitgaven aan biologische producten (zie figuur 1) in het retailkanaal. In 2015 is zelfs de grens van EUR 1 miljard doorbroken voor consumentenuitgaven aan biologische producten.

Figuur 1: Consument trekt de portemonnee voor biologisch voedsel

Bron: IFOAM/FIBL, LEI, Bewerking door ABN AMRO Economisch



...voor alle categorieën...

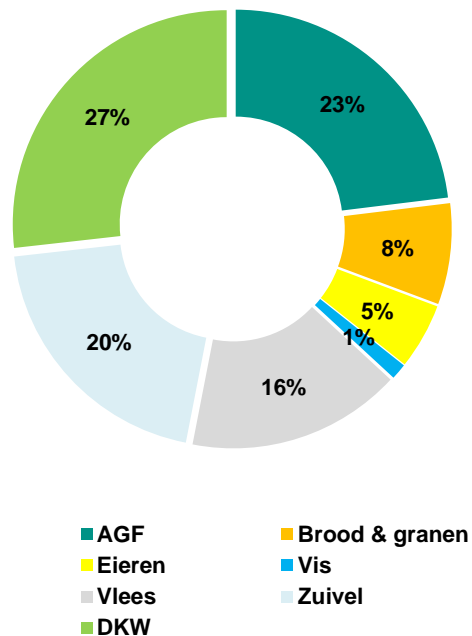
De belangrijkste productcategorie binnen het segment biologisch betreft droge kruidenierswaren (DKW). Met een aandeel van 27 procent, zorgen producten als bijvoorbeeld koffie, thee, koek en cacao voor de grootste bijdrage. Binnen het biologische vers segment is de AGF-categorie het meest omvangrijk. Het totale aandeel van deze productcategorie binnen het totaal aan uitgaven aan biologische producten betreft 23 procent. De biologische top-3 "vers" wordt gecombineerd door de productcategorieën zuivel (20 procent) en Vlees

¹ Monitor Duurzaam Voedsel, LEI

(16 procent). Zie figuur 2 voor de totale verdeling van uitgaven aan biologische voedingsproducten.

Figuur 2: AGF belangrijkste biologische versproduct

Bron: Bionext



De omzet van alle categorieën stijgt over het afgelopen jaar bestendig met uitzondering van vlees. Ook biologisch vlees heeft in 2015 de weg omhoog weer gevonden, nadat het een jaar

eerder nog een daling liet zien. Hierbij dient opgemerkt te worden dat er meerdere duurzaamheidsconcepten zijn anders dan biologisch die in de productcategorie vlees fors terrein winnen. Denk hierbij bijvoorbeeld aan vlees met een beter leven keurmerk.

...en de groei zet door

De forse omzetgroei van biologisch voedsel in de afgelopen jaren is een voorbode voor wat komen gaat. De meeste seinen staan op groen voor verdere explosieve groei in de komende jaren. Bezig zijn met eten als een onderdeel van je levensstijl wordt steeds belangrijker. Voor de toekomst van biologisch voedsel is dit een positieve ontwikkeling. Daarnaast zorgt het economisch herstel en het toenemende consumentenvertrouwen voor meer uitgaven aan voedsel. Specifieke groei door meer aandacht voor luxe, gemak en gezondheid zorgt ervoor dat er de komende jaren meer geld zal worden uitgegeven aan nicheproducten, waaronder ook biologisch valt. Mede dankzij deze ontwikkelingen verwachten wij dat de uitgaven aan biologisch voedsel in Nederland de komende vijf jaar met gemiddeld 7 procent per jaar zal blijven toenemen in de richting van 1,5 miljard euro in 2020. Hiermee ligt de gemiddelde groei 2 procentpunten onder het groeipad van de afgelopen jaren, maar in absolute bedragen is de stijging groter. Het totale marktaandeel van

biologisch zal door deze stijging groeien van circa 3 procent nu tot 5 procent in 2020.

De tweede pijler: export

Waar de bio-omzet in Nederland de komende jaren fors doorgroeit is de verwachting dat mondiaal de omzet zal verdubbelen in de periode tot 2020². De totale omvang wereldwijd zou dan uitkomen op een bedrag van USD 160 miljard. Kortom een enorm potentieel voor ondernemers in de biologische voedselketen. Uit de meest recente exportcijfers van biologische producten blijkt dat er voor een bedrag van ruim 928 miljoen euro aan biologische producten de grens over gaat, hetgeen neerkomt op een totale consumentenwaarde van circa 1,5 miljard euro. Hiermee is het belang van de uitvoer van biologische producten groter dan het belang op de nationale markt.

“Mondiale omzetverdubbeling voor biologisch voedsel in periode tot 2020”

Europese consumptiegroei

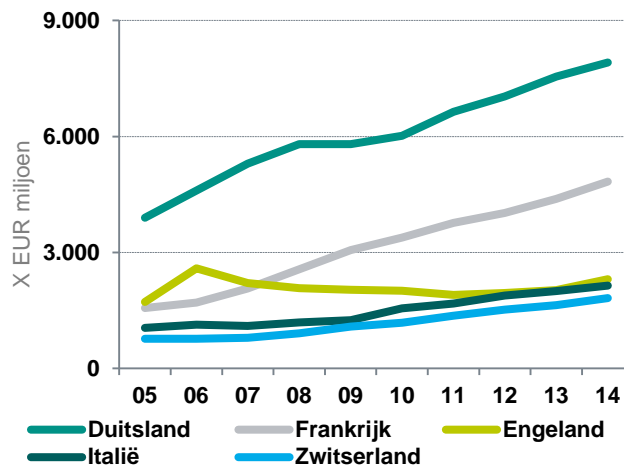
De markt voor biologisch voedsel in Europa vertegenwoordigt een waarde van ongeveer 22 miljard euro. Het overgrote deel van de uitgaven

² Bionext Trendrapport Biologisch

gebeurt in vijf landen: Duitsland (EUR 7,9 mld.), Frankrijk (4,8), Engeland (2,3), Italië (2,0) en Zwitserland (1,8). De groei in deze landen ligt over de afgelopen 10 jaar op gemiddeld 9 procent per jaar (zie figuur 3).

Figuur 3: Europese groei in biologisch

Bron: IFOAM, FIBL



Stimulering helpt...

De grootste bio-markten van Europa kenmerken zich mede doordat er politieke aandacht is voor enerzijds de omschakeling van reguliere productie naar biologisch en anderzijds de stimulering van de vraag. Deze aandacht is cruciaal gebleken in het groeipad wat biologisch in deze landen heeft bewandeld. In landen als Duitsland, Zwitserland en Frankrijk, maar ook in veel Scandinavische landen zijn doelstellingen

geformuleerd vanuit de overheid voor een stimulering van de biologische productie.

...maar de productie blijft achter...

Om de verwachte consumptiegroei te kunnen realiseren is het een basisvoorwaarde dat er voldoende biologisch voedsel geproduceerd blijft worden. Landen als Duitsland en Frankrijk zijn voor ruim de helft afhankelijk van geïmporteerde producten als het aankomt op de voorziening in de bio-behoefte. Een groot gedeelte van de Duitse import van biologische producten komt uit landen in Midden- en Oost-Europa. Voor Frankrijk geldt dat zij veel product importeren vanuit Zuid-Europa (Spanje). In heel Europa neemt het areaal biologisch 5,7 procent van het totale landbouwareaal in beslag (zie figuur 4). Met name landen in Zuid- en Oost-Europa en Scandinavië hebben een fors areaal biologisch. Landen in West-Europa blijven achter, met Nederland bungelend in de lagere regionen van de biologische productietabel.

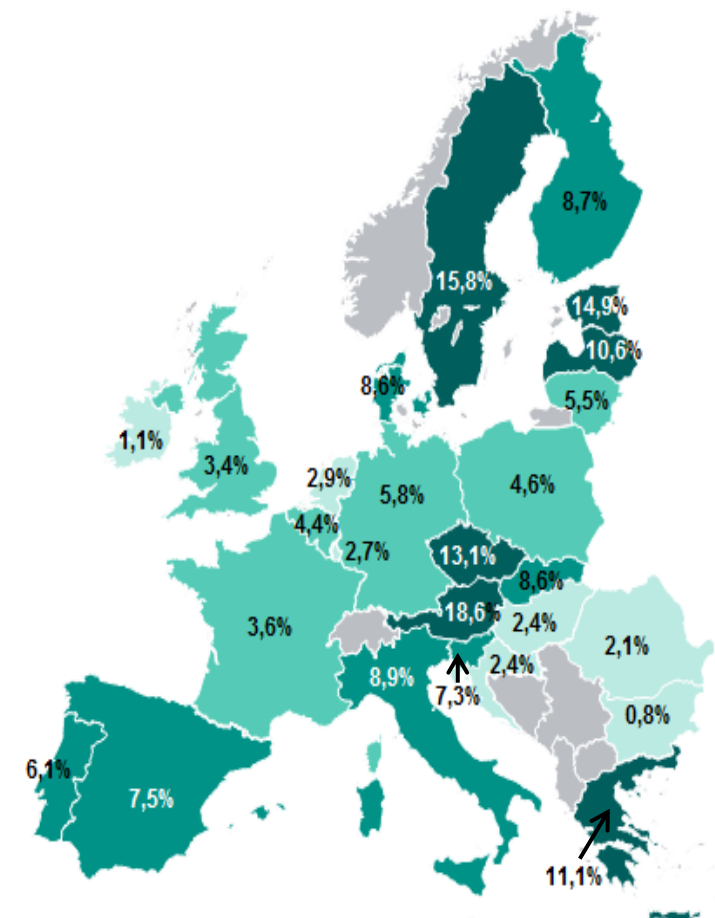
...zeker in Nederland

Met een aandeel van 2,9 procent staat de biologische productie in Nederland nog in de kinderschoenen. Met de groeipercentages van de afgelopen jaren en de verwachting voor de komende jaren zou je denken dat veel boeren en tuinders staan te springen om hun bedrijf om te schakelen. In de zoektocht naar het leveren van toegevoegde waarde, om

daarmee het rendement te verhogen, zou dit een optie kunnen zijn. Toch is het vooralsnog rustig op dit front.

Figuur 4: Europees areaal biologische voedselproductie

Bron: Europese Commissie, bewerking ABN AMRO Economisch Bureau



Stabiele productie

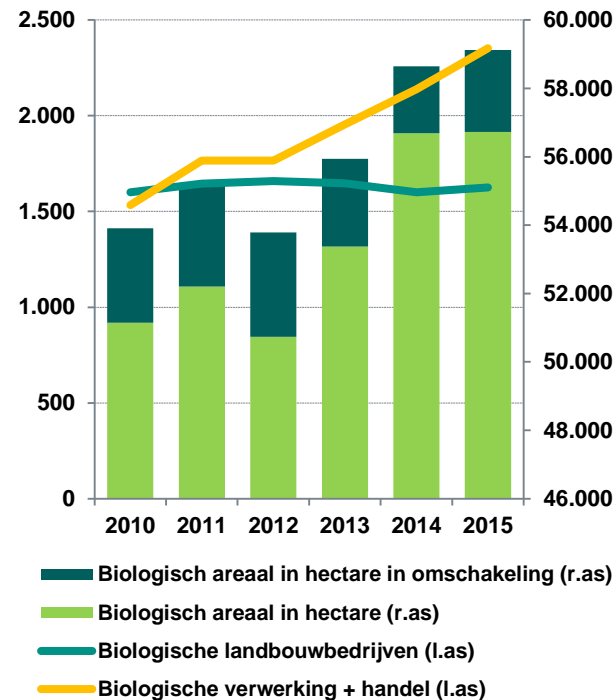
Uit de meest recente cijfers van het Skal blijkt dat het aantal biologische landbouwbedrijven vorig jaar slechts beperkt is toegenomen. Met een toename van 25 bedrijven tot een totaal aantal van 1.625. Hiermee neemt het aantal biologische landbouwbedrijven voor het eerst in drie jaar tijd weer toe, maar het aantal schommelt al jaren rond de 1.600. Gelijke aan de beperkte toename van het aantal bedrijven dat biologisch produceert zien we ook het areaal maar mondjesmaat toenemen. In 2010 bedroeg het totaal oppervlak (regulier + omschakeling) ongeveer 54 duizend hectare. In 2015 is de omvang toegenomen tot slechts 59 duizend hectare. Niet veel als je het afzet tegen de totale hoeveelheid landbouwgrond in Nederland, ruim 2 miljoen hectare.

“Handel en verwerking pakken sneller kansen dan primaire producent”

Waar het aantal producenten achterblijft worden verderop in de keten wel flinke stappen gezet. Het aantal biologische verwerkers en handelaren is in de afgelopen 5 jaar met ruim 53 procent is toegenomen van 1.533 in 2010 tot 2.352 in 2015. Het lijkt er sterk op dat de verwerkende industrie en handel de kansen voor de biologische markt dus sneller oppakt dan de productie (zie figuur 5).

Figuur 5: Omvang biologische productie in Nederland

Bron: Skal



Conclusie

De markt voor biologisch voedsel is een nichemarkt met veel potentieel om door te groeien. De groei is echter gelimiteerd, doordat de productie vooralsnog achterblijft. Hierdoor bestaat de kans dat vraag en aanbod te ver uit elkaar gaan groeien, waardoor de factor prijs als rem op de groei zal werken. Niet alleen op de binnenlandse markt, maar

zeker ook in de landen om ons heen zal de vraag naar biologisch voedsel de komende jaren blijven stijgen. Om het voor primaire producenten aantrekkelijk te maken om over te schakelen naar biologisch en daarmee het belang te vergroten zal er ook vanuit de Nederlandse overheid stimulering gericht op deze omschakeling nodig zijn ([lees hier meer](#)). Naast stimulering vanuit de overheid hebben ook verwerkings- en handelsbedrijven een voorname rol in de verdere groei van biologisch. Door het aangaan van langjarige relaties op basis van contractafspraken kan er levenszekerheid geboden worden aan biologische landbouwbedrijven. Dit verhoogt waarschijnlijk de populariteit en daarmee wordt ingezet op verdere groei.

Contactgegevens ABN AMRO | Economisch Bureau Nederland:

	Aandachtsgebied	Telefoonnummer:	E-mailadres:
Jacques van de Wal (hoofd)	Algemeen	020 628 0499	jacques.van.de.wal@nl.abnamro.com
Kasper Buiting	Zakelijke Dienstverlening	020 343 7684	kasper.buiting@nl.abnamro.com
Casper Burgering	Industrie (w.o. industriële materialen)	020 383 2693	casper.burgering@nl.abnamro.com
Nadia Menkveld	Transport & Logistiek	020 628 6441	nadia.menkveld@nl.abnamro.com
Frank Rijkers	Agrarisch, Food, Agrarische grondstoffen	020 628 6437	frank.rijkers@nl.abnamro.com
Sonny Duijn	Retail, TMT	020 343 6535	sonny.duijn@nl.abnamro.com
Hans van Cleef	Olie & Gas, Utilities	020 343 4679	hans.van.cleef@nl.abnamro.com
Madeline Buijs	Bouw, Real Estate	020 383 8201	madeline.buijs@nl.abnamro.com
Theo de Kort	Informatieanalist, Autoretail	020 628 0489	theo.de.kort@nl.abnamro.com
Nico Klene	Macro-economie	020 625 4204	nico.klene@nl.abnamro.com
Philip Bokeloh	Woningmarkt, Macro-economie	020 383 2657	philip.bokeloh@nl.abnamro.com

Volg ons ook op Twitter: [@ABNAMROeconomen](https://twitter.com/ABNAMROeconomen)

Disclaimer

This document has been prepared by ABN AMRO. It is solely intended to provide financial and general information on the food market. The information in this document is strictly proprietary and is being supplied to you solely for your information. It may not (in whole or in part) be reproduced, distributed or passed to a third party or used for any other purposes than stated above. This document is informative in nature and does not constitute an offer of securities to the public, nor a solicitation to make such an offer.

No reliance may be placed for any purposes whatsoever on the information, opinions, forecasts and assumptions contained in the document or on its completeness, accuracy or fairness. No representation or warranty, express or implied, is given by or on behalf of ABN AMRO, or any of its directors, officers, agents, affiliates, group companies, or employees as to the accuracy or completeness of the information contained in this document and no liability is accepted for any loss, arising, directly or indirectly, from any use of such information. The views and opinions expressed herein may be subject to change at any given time and ABN AMRO is under no obligation to update the information contained in this document after the date thereof.

Before investing in any product of ABN AMRO Bank N.V., you should obtain information on various financial and other risks and any possible restrictions that you and your investments activities may encounter under applicable laws and regulations. If, after reading this document, you consider investing in a product, you are advised to discuss such an investment with your relationship manager or personal advisor and check whether the relevant product –considering the risks involved- is appropriate within your investment activities. The value of your investments may fluctuate. Past performance is no guarantee for future returns. ABN AMRO reserves the right to make amendments to this material.

© ABN AMRO, 2016

Teksten zijn afgesloten op 23 juni 2016