

Belgische bio-markt blijft groeien

nieuws

De bio-markt vertegenwoordigt in België momenteel zo'n 150 miljoen euro tegenover 62 miljoen euro in 1997. Vooral de voorbije 2 à 3 jaar noteerden de grootwarenhuizen een flinke stijging van de verkoop van bio-producten. Dit is goed nieuws voor de Belgische bio-producenten die nood hebben aan een ruimere markt om hun rendement op te vijzelen. Ook voor de overheid die klassieke telers wil omscholen naar de bio-teelt is de groeiende markt een duwtje in de rug.

🕒 22 AUGUSTUS 2002 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 13:52

De bio-markt vertegenwoordigt in België momenteel zo'n 150 miljoen euro tegenover 62 miljoen euro in 1997. Vooral de voorbije 2 à 3 jaar noteerden de grootwarenhuizen een flinke stijging van de verkoop van bio-producten.

Delhaize, dat met zo'n 400 producten 50 procent van de totale verkoop op de Belgische bio-markt vertegenwoordigt, noteerde in 2001 een omzetstijging van 40 procent uit de verkoop van bio-producten. Dat zei Patrick Vandenbogaerde, die bij Delhaize instaat voor de aankoop van bio-producten, woensdag op een persconferentie. Nu de mond- en klauwzeer- en BSE-crisis achter de rug zijn, ziet Delhaize de vraag naar bio-producten met 5 procent terugvallen.

Desalniettemin bleef 33 procent van de Delhaize-klanten de afgelopen twee jaar trouw aan de bio-producten. "De terugval dit jaar is niet alleen te wijten aan het einde van de voedselcrisis, maar ook aan de zwakkere conjunctuur", weet Vandenbogaerde. "De consument geeft minder uit en de bio-producten zijn nu eenmaal duurder dan andere producten". Over heel het jaar gaat Delhaize uit van een omzetsdaling van 2,5 tot 3 procent uit de verkoop van bio-producten.

Carrefour spreekt van een "belangrijke groei" van zijn bio-markt de afgelopen twee tot drie jaar. De warenhuisketen heeft meer dan 200 bio-producten in de rekken. "Na de eerste dioxine-crisis groeide de interesse voor bio-producten. Die groei werd het jaar daarop bevestigd. Voor 2002 zien we geen grote groei, maar ook geen enorme terugval", aldus Carrefour-woordvoester Geneviève Bruynseels. Volgens haar is de

opmars van de bio-producten niet alleen te wijten aan de voedselcrises, maar ook aan de bezorgdheid van de consument omtrent het milieu.

Colruyt, dat al meer dan tien jaar bio-producten aanbiedt, zag de omzet uit de verkoop van dergelijke producten in 2001 met 30 procent stijgen. Volgens directeur-generaal Luc Rogge zal die groei zich in 2002 voortzetten.

Lees ook: [geVILT: "Zijn gouden jaren voor bioboeren voorbij?"](#) [geVILT: "Veiliger dan veilig"](#)

Bron: Belga

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1000 Bruxelles

Contact

M • info@vilt.be

Volg ons op:

 screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>

 screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>

 screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

 screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws

 screenreader.visit us on our bluesky page:
<https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social>

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra