

Bijna 1 op de 5 eitjes op de Belgische markt is bio

Het jaarlijkse biorapport is een gezamenlijk werkstuk van het Departement Landbouw en Visserij en VLAM. Die laatste neemt de consumentenuitgaven aan biologische voeding en dranken onder de loep. Bio is een groeimarkt en 2018 (+15%) is daar geen uitzondering op. De uitgaven van Belgische gezinnen nemen toe tot 760 miljoen euro. Biologische eitjes verwerven in het totale aanbod van eieren een marktaandeel van 18 procent en zijn hiermee de sterkste groeier. Scharreleieren blijven het belangrijkste marktsegment (62%) leert het volledige beeld dat VLAM schetst van het thuisverbruik van verse eieren. 72 eitjes kocht de doorsnee Belg in 2018, waarmee de eierverkoop zich iets of wat herstelde van de fipronilcrisis in de zomer van 2017 maar wel op een lager niveau dan voordien blijft steken.

7 MEI 2019 – LAATST BIJGEWERKT OM 4 APRIL 2020 15:47

Lees meer over:
pluimveehouderij
consument



Het jaarlijkse biorapport is een gezamenlijk werkstuk van het Departement Landbouw en Visserij en VLAM. Die laatste neemt de consumentenuitgaven aan biologische voeding en dranken onder de loep. Bio is een groeimarkt en 2018 (+15%) is daar geen uitzondering op. De uitgaven van Belgische gezinnen nemen toe tot 760 miljoen euro. Biologische eitjes verwerven in het totale aanbod van eieren een marktaandeel van 18 procent en zijn hiermee de sterkste groeier. Scharreleieren blijven het belangrijkste marktsegment (62%) leert het volledige beeld dat VLAM schetst van het thuisverbruik van verse eieren. 72 eitjes kocht de doorsnee Belg in 2018, waarmee de eierverkoop zich iets of wat herstelde van de fipronilcrisis in de zomer van 2017 maar wel op een lager niveau dan voordien blijft steken.

Bio zet zijn jaarlijkse groei op de eiemarkt verder. In waarde zijn biologische eieren goed voor 18 procent van de Belgische eiemarkt. Dat staat in het biorapport van het Departement Landbouw en Visserij waar VLAM mee aan schreef. Het gebruikte hiervoor de cijfers van het thuisverbruik van 5.000 Belgische gezinnen dat continu opgevolgd wordt door GfK Belgium. Op basis daarvan kan je nog meer inzicht verwerven in de eiemarkt. Het scharrelei blijft veruit de standaard met 62 procent van de verkoop en meer dan de helft van de omzet. De eieren van kippen met vrije uitloop vormen de tweede belangrijkste categorie met een volumeaandeel van 23 procent. De vraag naar bio-eitjes blijft zoals gezegd groeien.

Gemiddeld zijn biologische versproducten iets meer dan een derde duurder dan gangbare producten. De hogere prijs zou een belangrijke rem zijn op de aankoop van biovoeding. Eieren lijken daar weinig last van te hebben want in deze productgroep is het prijsverschil zelfs het grootst. In 2018 was een bio-eitje bijna dubbel zo duur als een standaard scharrelei. Toch heeft dit geen negatief effect op de verkoop en

snoepen eitjes samen met vleesvervangers het meeste marktaandeel af van equivalente gangbare producten. Voor vlees en zuivel weet bio bijlange zo'n groot deel van de markt niet naar zich toe te trekken (<5%).

Een hardgekookt eitje is typisch iets voor op het werk of voor op school. Denk maar aan de belegde broodjes met schijfjes ei tussen. Het zachtgekookt eitje en de omelet zijn meer thuisgerechten. Het eierverbruik van de Belg was in 2017 gedaald als gevolg van de fipronilcrisis die het consumentenvertrouwen ondermijnde. Op jaarbasis kopen we gemiddeld iets meer dan 72 eieren voor een bedrag van 14,42 euro. Dit is bijna 1 eitje of 1 procent meer dan het jaar voordien. Door een hogere gemiddelde eierprijs en een verdere verschuiving richting bio stegen de consumentenuitgaven aan verse eieren met 10 procent. Op lange termijn bestempelt VLAM de verkoop van eieren als een groeiende markt, "maar de laatste jaren treedt er een stabilisatie op".

De gemiddelde prijs van zowel scharreleieren (0,17 euro per stuk) als bio-eieren (0,31 euro per stuk) steeg met 2 cent. Eieren van kippen met vrije uitloop bleven stabiel op 23 eurocent per stuk. Het aantal eierkopers stagneert op 93,5 procent, maar er is een verschuiving merkbaar naar bio en vrije uitloop. Het aantal kopers van bio-eieren steeg van 31 naar 33 procent en deze van eieren van vrije uitloop van 62 naar 64 procent. De gemiddelde aankoopfrequentie van eieren bleef steken op 15 keer per jaar. De aankoopfrequentie van bio-eieren groeide wel verder door.

Tijdens de Week van de Korte Keten wordt de rechtstreekse verkoop door boer aan consument sterk gepromoot. In vergelijking met supermarkten heeft de hoevewinkel een bescheiden marktaandeel van 2 procent in de verkoop van eieren.

VILT vzw

Koning Albert II Laan 35
1000 Brussel
Belgium

Contact

T • 0473 59 41 39
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 twitter page: https://twitter.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>

© 2024 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

Webdesign by Who Owns The Zebra