nieuws

"Bio is geen hype maar een blijver"

nieuws

Trends besteedde recent acht bladzijden aan een dossier over biologische landbouw en voeding. "Bio is een blijver", zo luidde het, "want de crisis noch de hogere prijzen schrikken de Vlaamse consument af." De vraag naar biologische voeding neemt al sinds het einde van de jaren '90 gestaag toe. Vorig jaar besteedden de Belgen 417 miljoen euro aan bio. Van dat bedrag gaven ze 45 procent uit in de supermarkten.

7 FEBRUARI 2014 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:24

Trends besteedde recent acht bladzijden aan een dossier over biologische landbouw en voeding. "Bio is een blijver", zo luidde het, "want de crisis noch de hogere prijzen schrikken de Vlaamse consument af." De vraag naar biologische voeding neemt al sinds het einde van de jaren '90 gestaag toe. Vorig jaar besteedden de Belgen 417 miljoen euro aan bio. Van dat bedrag gaven ze 45 procent uit in de supermarkten.

Van zowat elk voedingsproduct in de supermarkt vind je een A-merk, een huismerk en almaar vaker ook een biologisch alternatief. De aanhoudende vraag naar meer bioproducten doet vermoeden dat bio geen hype is. Alleen staat bio voor veel consumenten nog synoniem voor te hoge prijzen. "Dat is niet altijd waar als je bio vergelijkt met merkproducten", weerlegt Paul Verbeke van ketenorganisatie BioForum. "Biofruitsap is in de supermarkt wel duurder dan fruitsap van het huismerk, maar goedkoper dan fruitsap van een bekend A-merk. Ook bij groenteburgers is het verschil minimaal."

Voor producten als vlees of groenten moet Verbeke toegeven dat de kans klein is dat biologisch goedkoper is. Hij wijt de meerkosten deels aan de controles in de biologische keten en deels aan het hogere teeltrisico, de inzet van meer handenarbeid en de iets lagere opbrengsten per hectare. Het prijsnadeel dat er vandaag is, kan verdwijnen als de groei doorzet. Meer vraag betekent meer aanbod, schaalvoordelen, een betere prijs en opnieuw meer vraag.

Momenteel zit bio voor sommige producten nog met een groot 'schaalnadeel' tegenover conventionele producten. Verbeke geeft biomelk als voorbeeld. "Als de koelwagens morgen dubbel zo veel biomelk afhalen, zullen de consumenten dat in hun

portemonnee merken." In die zin ziet BioForum de intrede van de harde discounters op de biomarkt als positief. "Toch zijn we niet voor een ongeremde groei. We geloven in een familiale landbouw, niet in een doorgedreven industrieel model."
Meer info: Trends

Bron: Trends

Beeld: BioForum

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
Crafted by Brigada