

nieuws

Bio-Planet streeft naar 20 winkels tegen 2018

nieuws

Bio-Planet, het biologisch zusje van Colruyt, opent dit najaar haar zevende filiaal. Omwille van het succes van het biologisch en vegetarisch aanbod hoopt zaakvoerder Sterck daar tegen 2018 nog eens 13 winkels aan toe te voegen. “De stijgende verkoop van vegetarische producten is een algemene trend”, stelt EVA in De Standaard.

🕒 6 SEPTEMBER 2010 – LAATST BIJGEWERKT OM 14 SEPTEMBER 2020 14:12

Lees meer over:

voedingsindustrie

consument

□

Bio-Planet, het biologisch zusje van Colruyt, plant dit najaar de opening van haar zevende filiaal. Omwille van het succes van het biologisch en vegetarisch aanbod hoopt zaakvoerder Philip Sterck daar tegen 2018 nog eens 13 winkels aan toe te voegen. “De stijgende verkoop van vegetarische producten is een algemene trend”, stelt het Ethisch Vegetarisch Alternatief in De Standaard. Bio-Planet is de biologische supermarkt van Colruyt, waar zowel vegetarische als biologische producten worden aangeboden. In 2001 opende de eerste winkel in Kortrijk zijn deuren. Ondertussen heeft Bio-Planet vestigingen in Gent, Dilbeek, Turnhout, Brugge en Mechelen. Dit najaar wordt de opening van het zevende filiaal in Leuven gepland. Zaakvoerder Philip Sterck zegt dat het daarbij niet zal blijven. Omwille van het succes van de bioketen hoopt hij tegen 2018 uit te breiden tot 20 winkels. Hij schat de omzetstijging van Bio-Planet vorig jaar op 25 procent. Tobias Leenaert, coördinator van Ethisch Vegetarisch Alternatief (EVA), stelt dat het succes van bioketens en de stijgende verkoop van het vegetarische aanbod een algemene trend is. “De jaarlijkse omzet van vlees in Europa bedraagt zo’n 228 miljard dollar, maar vertoont een licht dalende tendens. De omzet vleesvervangers bedraagt slechts twee miljard dollar, maar volgt daarentegen wel een stijgende lijn.” Het gamma vleesvervangers in traditionele supermarkten breidt dan ook uit, en het aantal specifieke bioketens zoals Bio-Planet neemt toe. Volgens Philip Sterck is het succes van Bio-Planet deels te verklaren door het hippere imago en de betere smaak van vegetarische producten. “De tijd dat vleesvervangers naar niets smaakten, is voorbij”, verklaart Sterck. “Producenten focussen zich nu meer op smaak en presentatie.

Daarenboven zijn de voedingsgewoonten van de consument veranderd. Het profiel van onze klanten is dan ook zeer uiteenlopend: van de student met dreadlocks tot de goed verdienende yuppie.” Tobias Leenaert beaamt dat de kwaliteit van vleesvervangers stijgt, maar voegt er meteen aan toe dat er nog een lange weg is af te leggen. “In de Verenigde Staten staat men veel verder in het aanbod en de variëteit op de vegetarische markt”, vertelt hij in De Standaard. “Vleesvervangers winnen marktaandeel ten opzichte van vlees, maar het tempo waarmee de omzet stijgt vertraagd een beetje. Daarom moeten de producenten sneller inspelen op de veranderende wensen van de consument.” Volgens Leenaert is een belangrijke reden voor de stijgende populariteit van de vegetarische levensstijl het feit dat zogenaamde ‘parttime’ vegetariërs sinds kort ook aanvaard worden. Hij schat die groep mensen op minstens een kwart van de bevolking. “Het Nic Balthazar-type dat vlees zoveel mogelijk van zijn menu schrapt, maar het niet schuwt als de situatie het niet anders toelaat”, is volgens Leenaert aan een opmars bezig.

Bron: De Standaard/Het Nieuwsblad

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1030 Schaerbeek

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>

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)