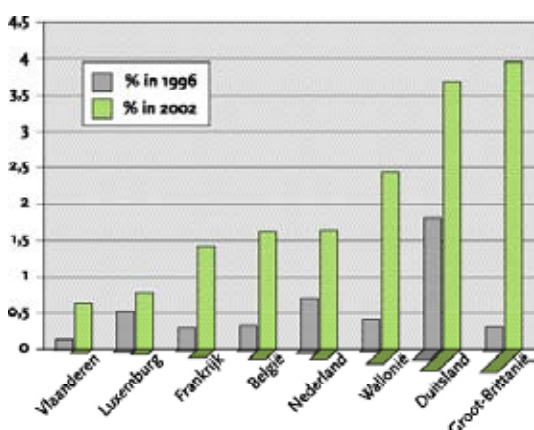


Afzet en handel in onze buurlanden

In België worden heel wat bioproducten geïmporteerd en tegelijk ook veel biologische producten geëxporteerd. Dat komt oa. omdat er zich een aantal belangrijke verwerkers in België bevinden. Deze import- en exportbewegingen hebben tot gevolg dat de situatie in onze buurlanden een grote invloed op de Belgische biologische markt. Daarom een overzicht van de evoluties in de handel en afzet in Duitsland, Frankrijk, Nederland en Engeland.

12



Duitsland

Het Duitse bio-areaal bedroeg in 2002 632.165 ha (3,69 %). Het totale biologische consumentenverbruik liep in 2002 op tot 3 miljard euro (2,7 % van de totale voe-

(aan boeren- en consumentenzijde) is beschikbaar bij ZMP, waarmee de Duitse markt veruit de meest transparante markt is. De belangrijkste afzetkanalen zijn Tegut (7,0 % bio van zijn totale omzet met 1200 producten), Feneberg (6,0 %), Tengelmann en Spar.

Sinds anderhalf jaar is er het nationaal gebruikte 'Bio-Siegel', ter vervanging van de vele lokale biolabels die Duitsland nog kende. Dit Bio-logo kan gebruikt worden op alle producten die voldoen aan de Europese

Duitse landbouwminister, haar Bundesprogramm Ökologischer Landbau voorgesteld waarmee ze de aanzet wil geven om 20% bio te bereiken tegen 2015.

De marktprognose voor Duitsland is een sterke toename van de consumptie van bioproducten o.a. door een laag prijzenbeleid van discounters als Aldi en Metro. Als gevolg daarvan wordt gevreesd voor een kwaliteitsdaling van de producten.

Frankrijk

Het Franse bio-areaal in 2002 bedroeg 420.000 ha (1,40 %). Het totale consumentenverbruik lag in 2000 rond de 0,9 %. De belangrijkste afzetkanalen zijn Carrefour en BioCoop. Het AB-label is een

Tabel 1: Consumptie van bioproducten in volumepercentage van de totale consumptie (2000)

	Granen	Aardappel	Groenten	Fruit	Zuivel	Rundsvlees	Varkensvlees	Eieren
BE	0,8	1,3	0,7	0,5	1	0,5	0,1	0,5
DU	2,6	1,5	2,1	1,2	0,9	2,3	0,4	1,3
FR	1,3	1,2	-	-	0,6	0,3	0,0	1,6
NL	0,7	1,6	1,5	0,3	1	,6	0,3	1,3
UK	1,1	0,7	2,9	1,2	0,8	0,2	0,2	1,9

dingsconsumptie), dit is ongeveer evenveel als in 2001. Gezien het nitrofosfenschandaal mag dit als een positief resultaat beschouwd worden. Gedetailleerde prijsopvolging en -vergelijking



bio-wetgeving. Het wordt reeds gebruikt door 750 bedrijven op 14.000 producten. Voor de afzetverruiming en de duidelijkheid naar de consument is dit label een grote vooruitgang. Het werd dan ook zeer positief onthaald op de Duitse bio-markt. De Duitse bioboeren zien echter de buitenlandse concurrentie sterk toenemen en kunnen met het nieuwe label hun eigen producten niet meer profileren. Daarom geven ze de voorkeur aan het (biologisch-dynamische) Demeter- of het (biologische) Bioland-label. Gekoppeld aan het Bio-Siegel is ook een grote mediacampagne gestart onder het thema "Wo bio drauf steht, ist auch bio drin".

De Duitse overheid blijft niet passief toekijken: in januari 2003 heeft Renate Künast, de

nationaal label (staats eigendom) dat gezamenlijk beheerd wordt door de overheid en de sector, verenigd in l' Agence Bio. Enkel producten die voldoen aan de Franse bio-wetgeving komen in aanmerking. Het label is zeer goed gekend bij de consument maar krijgt recentelijk nogal wat kritiek omdat de controle op het gebruik te wensen zou overlaten. Als reactie krijgt het regionale label weer meer aandacht: zo pakten de Bretoense AGF-bioboeren recent uit met hun Bio-Breizh.

De promotie wordt hoofdzakelijk gevoerd rond het nationale label, met mogelijkheden voor regionale invulling via herkomstvermelding. In 2002 werd dit ingevuld met de actie "Printemps bio", voor 2003 is dit nog niet duidelijk. L'Agence Bio coördineert de promotie-acties.

Sinds 1997 heeft de Franse overheid een meerjarenplan voor de ontwikkeling van de biologische landbouw met als doel 1 miljoen hectare bio-areaal (= 3 %) en 25.000 (= 5 %)

Franse bioboeren in 2005. Daarmee wil Frankrijk opnieuw de grootste bio-producent van Europa worden. De concrete invulling is sterk regionaal gekleurd.

De marktprognose voor Frankrijk schetst een geleidelijke groei van de markt, met een toenemend aandeel Franse producten. Een zeer recente enquête onder grossisten en retailers gaf een groeiverwachting van 15 à 20 % weer voor 2003, wat hoger is dan de gerealiseerde groei in 2002.

Nederland

Het Nederlandse bio-areaal bedroeg in 2002 39.200 ha (1,96 %). Het totale consumentenverbruik haalde 405 miljoen euro.

In 2000 produceerden 844 verwerkers samen 6800 producten. Het tijdschrift Biofood startte onlangs met het oplijsten van de verkoopprijzen aan de consument. De belangrijkste afzetkanalen zijn Ahold/Albert Heijn (bioproducten in alle 744 vestigingen), Superunie en Laurus Group (met oa. Super de Boer, Konmar en Edah). Nederland is een belangrijke exporteur en re-exporteur van bioproducten. De belangrijkste traders zijn Eosta, Nautilus, Odin en Zahn. Op het vlak van labelling is er het nationaal gebruikte Eko-label (voor producten geproduceerd

onder de Europese bio-wetgeving), het Demeter-label (biologisch-dynamisch) en steeds nadrukkelijker ook AH Bio. De promotie wordt geleid door de Task Force Biologische Landbouw, een partnerschap met onder andere het Ministerie van LNV (Landbouw, Natuurbeheer en Visserij), de LTO (Landelijke Telers Organisatie), Platform Biologica (koepelorganisatie), Rabobank en

Triodos Bank. In september 2002 ging de grootscheepse campagne "Biologisch, eigenlijk heel logisch" van start. Via een gezamenlijke investering van 4,5 miljoen euro

hoopt men een marktaandeel van 5% te veroveren tegen eind 2004. De Nederlandse overheid heeft met de Beleidsnota Biologische Landbouw 2001-2004 een zeer ambitieus plan gelanceerd, waarbij er heel wat aandacht is voor marktontwikkeling via promotie

en ketenmanagement. Het recente LPF-avontuur heeft de concrete uitvoering, zeker wat betreft de landbouwersondersteuning, echter geen goed gedaan. De marktprognose in Nederland laat een aanzienlijke consumptietoename verwachten op korte termijn, de export zal echter verder afnemen (oa. door de lopende acties in de UK).

Verenigd Koninkrijk

Het bio-areaal bedroeg in 2002 679.631 ha (3,96 %). Het totale consumentenverbruik scoorde 920 miljoen pond (1,37 miljard euro) tussen 1/4/01 en 1/4/02, waarvan 65 % import. De belangrijkste afzetkanalen zijn de supermarkketens Waitrose (5 % bio), Tesco, Safeway en Sainsburys. Er zijn bijna 2000 verwerkers

en importeurs actief in de UK, waarvan driekwart aangesloten bij de Soil Association. Het bekendste label in Engeland is dat van de Soil Association, dat in

oktober 2002 werd aangevuld met specifieke regionale invullingen. Zo kan het SA-Wales label enkel gebruikt worden voor producten die voor 95 % in Wales geteeld zijn. De Britse overheid heeft in 2002 samen met de supermarkten een campagne opgestart om gericht het

Britse bioproduct te promoten. De Britse overheid bracht in juli 2002 haar Actieplan voor de biologische landbouw uit. De krachtlijnen zijn onder meer het versterken van het consumentenvertrouwen in het Britse bioproduct, ketenontwikkeling met speciale aandacht voor het Britse bioproduct, korte keten afzet en een permanente hectaresteen voor biobedrijven. De

Tabel 2: Consumptie van bioproducten in omzetpercentage van de totale consumptie (2000)

	Granen	Aardappel	Groenten	Fruit	Zuivel	Rundsvlees	Varkensvlees	Eieren	Totaal
BE	1,5	2,7	1,1	0,8	1,6	0,8	0,1	0,6	1,1
DU	4,7	3,5	3,6	1,8	1,3	3,1	0,6	1,9	2,3
FR	1,7	1,9	-	-	0,9	0,4	0,1	2,2	0,9
NL	1,2	6	3,4	0,5	1,6	0,8	0,5	2,5	1,9
UK	1,6	0,7	4,4	1,9	1,1	0,4	0,2	2,5	1,3

Tabel 3: Procentuele verdeling over de verschillende afzetkanalen (2000)

	Grootwarenhuizen	Bakkers en slaggers	Natuurvoedingswinkels	Thuisverkoop en markten	Restaurants en catering	Andere
BE	41	-	37	20	-	2
DU	33	7	38	17	1	4
FR	42	5	28	23	2	-
NL	41	5	44	10	-	-
UK	79	-	11	9	1	-

Tabel 4: Zelfvoorzieningsgraad in biologische producten in procenten (2000)

	Granen	Aardappel	Groenten	Fruit	Zuivel	Rundsvlees	Varkensvlees	Eieren
BE	86,8	77,3	112	51,6	86,8	60	100	75
DU	121,8	105,8	76,2	61,9	103,6	100,7	101,2	83
FR	76,5	87,8	90	78,3	84,5	82,9	100	133,8
NL	65,3	91,3	251,5	90,7	116,1	61,5	107,7	71,1
UK	19,2	63,3	40,1	15,8	79,6	76,6	66,1	93,3

belangrijkste doelstelling is om de binnenlandse productie op te voeren tot 70 % van de bioconsumptie (waar dit nu nog 35 % is). De marktprognose voor Engeland is een geleidelijke groei van de consumptie met een sterke groei van het aandeel in de UK geproduceerde bioproducten.