Duurzame voeding goed voor drie miljard omzet

09-06-2017 08:58



De Nederlandse consument besteedde het afgelopen jaar 590 miljoen euro meer aan voedingsproducten met duurzaamheidskeurmerken dan in 2015. Dat is een stijging van 27 procent, blijkt uit cijfers van marktonderzoeker IRI.

Consumenten besteedden in 2016 ruim drie miljard euro in supermarkten aan producten met onafhankelijke keurmerken, zoals ASC, Beter Leven en UTZ. De omzet uit die producten is inmiddels goed voor bijna twaalf procent van de totale supermarktomzet, terwijl dat een jaar eerder nog ruim negen procent was.

Vooral vis wordt vooral duurzaam gekocht: bijna zestig procent van de totale visomzet in supermarkten heeft een MSC- of ASC-keurmerk. Eieren en warme dranken volgen op plek twee en drie, met respectievelijk 38 en 31 procent. Categorieën als agf, zuivel en brood hebben nog een ondergemiddeld duurzaam aandeel.

Het onderzoek richt zich op de omzet van alle supermarktketens in Nederland, exclusief Aldi en Lidl. De groei komt deels door de druk die actiegroepen als Wakker Dier op supermarkten uitoefenen, zegt IRI-directeur Sjanny Beekveld in het Algemeen Dagblad. Tegelijkertijd groeit volgens haar de vraag van consumenten, die ‘willen weten wat ze eten’.