

Monitor Keurmerken

Keurmerken omzetten binnen Supermarkten 2014 en YTD 2015

Rini Emonds
Business Consultant

November 2015



IRI werkt samen met meerdere partijen om de verkopen van gelabeld en gecertificeerd Duurzamer Voedsel te monitoren

Keurmerken binnen Monitor Duurzamer Voedsel 2014



- EKO en Het Groene Blaadje staan voor Biologisch. Het merendeel van de Beter Leven 3 sterren producten ook.
- IRI registreert de producten op basis van zichtbare aanwezigheid op de verpakking op de winkelvloer.
- Verder legt IRI de waarnemingen voor aan retailers en keurmerkhouders.

Deel 1

Ontwikkeling Keurmerken

Totalen keurmerken en productgroepen



Keurmerken Duurzamer Voedsel laten in 2015 sterke omzetgroei zien

Opgenomen Keurmerken - Infoscan Supermarkten – Verkopen in Euro's*000.000 -2014 YTD 2014 2015

De bestedingen aan Duurzaam Voedsel verdeeld over de Keurmerken (omzet in miljoenen)					
	2014		YTD WK 36 2014	YTD WK 36 2015	Index
ASC	27,2		18,2	20,7	113,4
Beter Leven	516,7		343,3	365,0	106,3
Biologisch	551,3		368,7	424,2	115,0
Fair Trade/Max Havelaar	138,9		90,1	99,3	110,2
MSC	164,3		114,5	118,9	103,9
Milieukeur	26,3		17,3	15,7	90,8
Rainforest Alliance	146,8		107,6	108,5	100,9
UTZ	479,6		318,1	337,0	105,9
Overige Keurmerken (Label Rouge en Vrije Uitloop)	2,5		1,7	1,9	113,1
Minus omzet door producten met een dubbel keurmerk	161,7		109,6	119,1	108,7
Totaal	1.891,9		1.269,9	1.372,1	108,0

Alle productgroepen vertonen groei in Duurzamer Voedsel uitgezonderd Vlees en Vleesvervangers

Productgroepen - Infoscan Supermarkten – Verkopen in Euro's *000.000 – 2014 en YTD 2014 en 2015

De bestedingen aan Duurzaam Voedsel verdeeld over de productgroepen (omzet in € * 000.000)					
	2014		YTD WK 36 2014	YTD WK 36 2015	Index
AGF	215,0		148,7	155,1	104,3
Brood & banket en ontbijtgranen	45,0		29,7	40,1	135,0
Eieren	78,6		53,3	59,2	111,1
Houdbare producten/overig (o.a. kruidenierswaren)	639,5		413,0	460,5	111,5
Koffie, thee en Cacao	184,1		125,7	145,0	115,4
Vis	197,2		136,6	143,8	105,3
Vlees	338,9		232,6	227,2	97,7
Vleesvervangers	7,0		4,8	4,8	99,9
Vleeswaren	34,0		21,8	28,3	129,9
Zuivel	152,6		103,7	108,2	104,3
Totaal	1891,9		1269,9	1372,1	108,0

Bij Vis en Eieren is meer dan 1/3 van de omzet met een Duurzamer label

Productgroepen - Infoscand Supermarkten – Omzetaandeel Duurzamer Voedsel binnen de hoofdgroepen – 2014 en YTD WK 36 2014 en 2015

Omzetaandeel Duurzaam Voedsel binnen de productgroepen					
	2014		YTD WK 36 2014	YTD WK 36 2015	Index
AGF	5,9		5,8	5,8	100,9
Brood & banket en ontbijtgranen	2,0		1,9	2,5	134,6
Eieren	34,7		33,9	35,9	105,9
Houdbare producten/overig (o.a. kruidenierswaren)	6,9		6,4	7,0	109,8
Koffie, thee en cacao	24,7		24,7	26,7	108,4
Vis	39,0		38,8	39,6	102,2
Vlees	14,4		14,4	14,1	97,9
Vleesvervangers	10,6		10,6	10,6	99,2
Vleeswaren	2,5		2,3	3,0	129,8
Zuivel	4,5		4,5	4,7	105,1
Omzet aandeel totaal duurzaam voedsel	8,0		7,7	8,2	106,2

Contact

Voor meer informatie

Rini Emonds

Business Consultant

rini.emonds@IRIworldwide.com

+31 (0)6 229 080 61



ABOUT IRI

IRI is a leading provider of big data, predictive analytics and forward-looking insights that help CPG, OTC health care, retailers and media companies to grow. With the largest repository of purchase, media, social, causal and loyalty data, all integrated on an on-demand cloud-based technology platform, IRI guides over 5.000 clients globally in their quests to remain relentlessly relevant, capture market share, connect with consumers and deliver growth.

www.iriworldwide.com/nl-NL

IRI Office in the Netherlands

Hogeweg 87

Zaltbommel, 5301 LK

Netherlands

+31 (0) 418 570 800