

A woman with brown hair tied in a bun, wearing a green jacket, is standing in a grocery store aisle. She is holding a clear plastic bag of arugula (rucola) and looking at it. The bag has a label that says "RUCOLA" and "100 g". In the background, there are shelves stocked with various packaged vegetables. In the foreground, a shopping basket is visible, containing a loaf of bread, a jar of sauce, and some fresh vegetables.

Versnellen naar meer biologisch

Een vierjaren plan
voor vraagstimulering,
eerlijke concurrentie en
duurzame groei

Zes pijlers voor versnelling

Het versnellingspakket bouwt voort op een eerder ontwikkeld plan waarvan al veel aanbevelingen in werking zijn gezet. Het pakket richt zich op zes concrete maatregelen om vraag te stimuleren en een gelijk speelveld te creëren.

1

Bio-Ontwikkelfonds

Wendbaar fonds voor marktontwikkeling (€100 mio)

2

Marktontwikkelteam

Acceleratorteam voor retail & foodservice (€10 mio)

3

Overheidsinkoop

50% biologisch in overheidsinstellingen

4

Certificering

Verlaag drempels en kosten (€20 mio)

5

Onderzoek

Gezondheid & CO₂-impact (€10 mio)

6

Aansluiting op ander beleid

Biologisch als logische stap na regeneratief

Pijler 1:

Bio-ontwikkelfonds

€100 mio

Een wendbaar Bio-Ontwikkelfonds is essentieel voor snellere toekenning van gelden en meer regie op uitvoering. Beheerd door een divers bestuur met bedrijven, retail, overheid, NGO's en consumentenorganisaties. Hieruit moeten projecten gefinancierd worden die bijdragen aan de volgende doelen:

Normaliseren biologisch

Voorbeelden die hieronder vallen zijn o.a.; Nationale bioweken, e-commerce focus en consumentencampagnes om biologisch eten normaal te maken.

Prijsverschil verlagen

Werk met retail aan lagere marges op basis bio-producten zoals pasta, melk, wortels en aardappels. (producten onderin de bio-ladder die tevens areaal vergrotend werken).

Kennis vergroten

Versterk de kennis van biologisch binnen retail en foodservice, van inkoop tot bereiding.

Laat innovatie zien

Gebruik bio-awards, handelsdelegaties en beurzen om innovatie zichtbaar te maken.

Stimuleer vraag, versterk aanbod

Bijv. een 'bijmeng-plan' kan alleen maar haalbaar zijn als er ook waarde wordt gegenereerd en er focus is op het stimuleren van vraag.



Prijs als barrière doorbreken

Prijs is de belangrijkste barrière voor consumenten om biologisch te kopen. Onderzoek van de Consumentenbond toont aan dat het prijsverschil recent verder is toegenomen.

- ✓ Overleg met retail over een basismand bio-producten met lagere marge.
- ✓ Focus op producten onderin de 'bio-ladder' met areaalimpact.
- ✓ Communiceer over het prijsverschil op een totaal boodschappenmandje om prijsperceptie te verlagen.
- ✓ Leg uit waar prijsverschillen vandaan komen.

Voorbeeld producten basismand:
Pasta, haveremout, melk, wortels & aardappels.



Pijler 2:

Marktontwikkelteam

€10 mio

Een onafhankelijk sectorteam behartigt het collectieve belang van de biologische markt en activeert retail en foodservice. Het team ontwikkelt en dient impactvolle projecten in bij het Bio-Ontwikkelfonds. De Adviescommissie Actieplan Biologisch kan hierbij een toezichhoudende rol vervullen. De verantwoordelijkheden van het sectorteam omvatten onder andere:



Partnerships

Ontwikkeling van samenwerkingen met retailers en foodservice met specifieke doelen die leiden tot verkoopgroei.



Verkoopanalyses

Biologische verkoopanalyses als basis voor follow-up bij retailers en gap-analyses op assortimentsniveau.



Campagnes & zichtbaarheid

Retail-specifieke campagneontwikkeling en maatregelen om in-store zichtbaarheid te vergroten.



Best practices

Delen van best practices en indienen van hoogwaardige projectvoorstellen bij het Bio-Ontwikkelfonds.

“Wendbaarheid is belangrijk. We zijn erg hands-on en wendbaar in retail, en als een idee goed is, gaan we er gewoon mee aan de slag”

- Retail marketingleider-



Pijler 3:

50% Biologisch in overheidsinkoop

Stimuleer de vraag en creëer budgettaire ruimte voor een aanbestedingseis van 50% biologisch in overheids- en semi-overheidsinstellingen.

Keurmerk biologische inkoop

Onderzoek de noodzaak voor een keurmerk voor biologische inkoop in overheidsinstellingen en horeca, naar Deens en Duits voorbeeld.

Sectorpartnerships

Samenwerking met groothandels, cateraars, steden, regio's en chefs om structurele verandering te realiseren.

Communicatie

Blijf het 'waarom van biologisch' communiceren richting inkopers en beslissers binnen de overheid.



Pijler 4: Verlaag certificerings- drempel €20 mio

Kosten wegnemen

Certificeringskosten worden overgenomen door de overheid, zodat financiële drempels voor toetreding verdwijnen en het speelveld gelijkjer wordt.

Proces vereenvoudigen

Het certificeringsproces wordt voor kleinere partijen versimpeld via meer digitalisering, lichtere eisen onder bepaalde omzetsdrempels en standaard formats.



Een gelijk speelveld is een fundamentele voorwaarde voor duurzame groei van de biologische sector in Nederland.



Pijler 5:

Investeer in onderzoek

€10 mio

Investeer in onderzoek naar de voordelen van biologisch.

Gezondheidsvoordelen

Onderzoek naar gezondheidsvoordelen van biologisch; de belangrijkste koopredenen voor consumenten. Denk aan voedingsstoffengehaltes versus niet-biologisch.

CO₂-impact

Onderzoek naar de CO₂-impact van biologisch, inclusief CO₂-opslag in de bodem, om de klimaatbijdrage van biologische landbouw te onderbouwen.



Pijler 6: Biologisch als logische stap na regeneratief

Biologisch moet onderdeel worden van het plan van andere versnellers en aansluiten bij bredere duurzaamheidsbewegingen.

Integreer in regeneratief beleid

Biologisch opnemen in alle beleidsmaatregelen en ondersteuningsprogramma's voor regeneratieve landbouw.



Routekaart regeneratief → biologisch

Een concrete routekaart om regeneratieve initiatieven op te schalen naar biologisch gecertificeerd.



Plantaardig & biologisch verbinden

Zorg dat plantaardig en biologisch op beleidsniveau vaker bij elkaar aansluiten.



Samenvatting: Investeren in de biologische toekomst

BioNederland vraagt om een totaalinvestering in de sector van €140 mio over 4 jaar om de biologische markt structureel te versnellen.

€100m

Bio-Ontwikkelfonds

Marktontwikkeling & vraagstimulering

€20m

Certificering

Gelijk speelveld creëren

€10m

Marktontwikkelteam

Retail & foodservice activeren

€10m

Onderzoek

Gezondheid & CO₂-impact

Deze aanpak bouwt voort op eerdere aanbevelingen en succesvolle ervaringen uit binnen- en buitenland. Door vraagstimulering, kennisopbouw en een gelijk speelveld te combineren, ontstaat een stevige basis voor duurzame groei van de biologische sector.





BioNederland

Vereniging Biologische Producenten en Handel

Dit plan wordt mede ondertekend door de
biologische ketenorganisaties:



Bionext



biohuis

