



Bionext



Bionext trendrapport 2015 – juni 2016

Ontwikkeling biologische landbouw en voeding Nederland

Bionext maakt zich sterk voor méér duurzame biologische voeding en landbouw. Samen met boeren, handelaren, winkels en consumenten. We geven informatie, zorgen dat biologisch beter verkrijgbaar wordt en we bewaken en verbeteren de kwaliteit van het biologische product. Samen met de biologische sector zorgen we ervoor dat de biologische landbouw en voeding zich steeds verder ontwikkelt. En, heel belangrijk: We brengen mensen in contact met de bron van hun voedsel: de biologische boeren en tuinders!

Biologisch is goed voor mens, dier & milieu. Biologische boeren en tuinders werken niet ten koste van, maar samen mét de natuur. Dat levert lekkere en gezonde producten op én heeft grote voordelen voor dierenwelzijn, biodiversiteit, milieu en voedselzekerheid op de lange termijn (door het behoud van bodemvruchtbaarheid).

September 2016

Colofon

Het (gedeeltelijk) overnemen en/of kopiëren van dit rapport is uitsluitend toegestaan na overleg met Bionext. Bij overname of kopiëren van (delen van) dit rapport moet Bionext als auteur vermeld worden.

Nadere informatie omtrent het project kan verkregen worden bij Bavo van den Idsert, e-mail: van.den.idsert@bionext.nl

Bionext
Laan van Vollenhove 3221
3706 AR Zeist
telefoon 030 233 99 70
e-mail: info@bionext.nl
website: www.bionext.nl

Samenvatting: totale biologische omzet nadert de 1,3 miljard euro

Met het Bionext Trendrapport presenteren wij jaarlijks de meest complete ontwikkeling van biologische landbouw en voeding in Nederland. Net als vorig jaar bevat het Trendrapport cijfers over het afgelopen jaar (2015) en de eerste 26 weken van het lopende jaar.

De belangrijkste ontwikkelingen van de afgelopen 1,5 jaar in Nederland zijn:

- Sterke groei in 2016 van boeren in omschakeling naar biologisch. In een half jaar tijd zijn 252 boerenbedrijven in omschakeling gegaan. Dat is al ruim 100 meer dan het aantal boeren omschakelbedrijven in heel 2015. Het areaal in 2015 is afgenomen met 0,6% naar 56.729 hectare. In het eerste half jaar van 2016 is het areaal met 1% gegroeid naar 57.304 hectare.
- De supermarkten hebben in 2015 18,7% meer omzet gerealiseerd in biologische producten. Deze omzetverhoging gaat niet ten koste van de omzet in de biologische speciaalzaken, maar lijkt wel de oorzaak te zijn van de stagnatie in dit kanaal.
- Het groeicijfer voor 2015 is 11,5% (supermarkten, speciaalzaken, foodservice en overige kanalen). De omzet bedraagt 1,27 miljard euro. Biologisch heeft daarmee een marktaandeel van ruim 4,3 %.
- Ook in de eerste 26 weken van dit jaar groeien de supermarkten met 17,3% hard door, terwijl de speciaalzaken een lichte groei laten zien van 2,3%.
- Hoewel de omzetcijfers van de Foodservice en overige kanalen nog niet beschikbaar zijn, nadert de totale geregistreerde omzet van biologisch in 2015 in Nederland de 1,3 miljard.

De Nederlandse groeiontwikkeling van biologische landbouw en voeding volgt de internationale groeitrend van biologisch. Op het gebied van de landbouw heeft Nederland met 3,1% areaalaandeel biologisch (2015) een achterstand ten opzichte van het gemiddelde areaalaandeel in de EU van 5,7% in 2014. Ten opzichte van een vergelijkbaar land als Denemarken, waar het biologisch areaalaandeel in 2015 al boven de 8% gestegen is, ligt Nederland nog verder achter. Daarom is het verheugend dat een kleine inhaalslag is ingezet in het eerste half jaar van 2016.

Ten aanzien van de groei van de consumentenmarkt kijkt Nederland met 3,1% marktaandeel ook tegen een achterstand aan ten opzichte van landen als Duitsland (ruim 4%) en Denemarken (circa 8%). Met een groei van ruim 11% in de consumentenmarkt verliest Nederland niet verder terrein ten opzichte van Duitsland (10%) en Denemarken (7%).

Met de huidige autonome groei zal de omzet in biologische voeding in 2025 de 2 miljard euro omzet passeren. Met de inzet van een aantal gerichte beleidsinstrumenten, die beschreven zijn in het Bionext actieplan 'De duurzame groei van biologisch' kan een verviervoudiging van de biologische omzet gerealiseerd worden. De omschakeling moet meegroeien met deze marktversnelling. Hiervoor zijn ook maatregelen opgenomen in het actieplan.

De grote doorbraak van biologische landbouw en voeding zal nog sneller plaatsvinden als een model van true cost pricing & accounting in de volle breedte van de landbouw- en voedingsector wordt doorgevoerd. Hierbij worden de externe kosten meegenomen in de kostprijs van het product, bijvoorbeeld van milieu, dierenwelzijn, bodem, biodiversiteit, waterkwaliteit en gezondheid. Biologisch scoort op deze punten goed.

Bavo van den Idsert, directeur Bionext

Verantwoording:

- De supermarktcijfers in dit Trendrapport zijn afkomstig uit de Duurzaamheidsmeting die IRI in opdracht van Bionext e.a. heeft samengesteld.
- De cijfers van de biologische speciaalzaken en de overige afzetkanalen zijn afkomstig van Bionext.
- De cijfers van het Foodservicekanaal 2014 zijn afkomstig uit de Duurzaamheidsmonitor van LEI.



Inhoudsopgave

Samenvatting: totale biologische omzet nadert de 1,3 miljard euro	1
1 De biologische sector in Nederland: land- en tuinbouw	3
1.1 Uitsplitsing naar provincies	4
2 Ontwikkeling biologisch in de supermarkt	5
2.1 Supermarkt versnelt omzetgroei bio in 2015	5
2.2 Groeiversnelling houdt onverminderd aan in 2016	6
3 Ontwikkeling biologisch in de speciaalzaken	7
3.1 Licht herstel in voorjaar 2016	7
4 Overige verkoopkanalen	8
4.1 Food service	8
4.2 Bezorgdiensten	8
4.3 Boerderijwinkels en markten	8
4.4 Kaas- en delicatessenwinkels	8
4.5 Discounters	9
5 Omzetontwikkeling biologisch totaal	10
6 Mondiale ontwikkeling: wereldwijde groei	11



1 De biologische sector in Nederland: land- en tuinbouw

	2014	2015	Index	2016*	Index
Aantal gecertificeerde landbouwbedrijven	1.483	1.508	101,7	1.543	102,3
Aantal bedrijven in omschakeling	96	117	121,9	258	220,5
Aantal geregistreerde landbouwbedrijven	1.600	1.625	101,6	1.801	110,8
Areaal gecertificeerd (in ha)	57.045	56.729	99,4	57.304	101,0
Areaal in omschakeling (in ha)	1.957	2.391	122,2	2.768	115,8
Totaal geregistreerde areaal (in ha)	58.645	59.120	100,8	60.072	101,6

2016*: aantal per 30 juni 2016

Bron: Skal Biocontrole

Het biologisch landbouwareaal schommelt al enkele jaren rond de 3% van het totaal. Lange tijd is de omschakeling naar biologische landbouw achtergebleven bij de vraagontwikkeling. Daar is in de eerste helft van 2016 duidelijk verandering in gekomen.

In 2015 is het bio areaal nog met 0,6 % afgenomen van 57.045 naar 56.729 hectare. In de eerste helft van 2016 is weer sprake van een lichte stijging, naar 57.304 hectare. Het aandeel ten opzichte van de totale landbouw bedraagt daarmee nu 3,1%.

Op het gebied van de omschakeling is voorjaar 2016 duidelijk een nieuwe tendens zichtbaar. Schommelde het aantal omschakelaars in 2014 en 2015 rond de 100, in het eerste half jaar van 2016 is dit toegenomen tot 258 omschakelaars. Het totale aantal hectare bio en in omschakeling bedraagt vanaf 30 juni 60.072 hectare, een stijging van 1,6 % ten opzichte van een half jaar eerder.

Met name de zuivel, waar Nederland in de laatste jaren afhankelijk is geworden van import, is bezig met een inhaalslag. Een substantieel deel van de omschakelaars is melkveehouder. De exacte cijfers hiervan zijn nog niet bekend gemaakt door Skal. Bij sommige zuivelcoöperaties bestaat op dit moment een wachtlijst voor omschakeling naar biologisch, omdat men nog geen zekerheid heeft over de afzetmogelijkheden van biologische melk(producten). Bij andere zuivelcoöperaties is wel behoefte aan nieuwe omschakelaars, omdat zij wel over de afzetmogelijkheden denken te beschikken.

De motivatie bij gangbare melkveehouders om om te schakelen naar biologisch is sterk toegenomen na de afschaffing van het melkquotum. De prijs van reguliere melk is gedaald waardoor het prijsverschil tussen biologisch en regulier al een jaar lang rond de 20 cent schommelt.

Van de andere landbouwsectoren profiteert vooral de grove akkerbouw van de toenemende belangstelling voor omschakeling naar biologisch. Ook in de pluimvee- en de varkenshouderij neemt de omschakeling naar biologisch toe.

De Nederlandse biologische landbouw en handel heeft ook een sterke exportpositie, met name gericht op West-Europa en in het bijzonder Duitsland. In totaal wordt voor ruim een miljard aan biologische producten geëxporteerd. Van de producten van eigen bodem is er vooral export van aardappelen en groenten, eieren, kaas en vlees (bron: Bionext Exporttrend Biologisch 2014).



Door de sterk groeiende vraag naar biologisch in binnen- en buitenland neemt de behoefte aan groei van het biologische areaal in Noordwest Europa sterk toe. Nederland loopt procentueel qua aandeel van biologische landbouw fors achter ten opzichte van de rest van Europa; 3,1% tegenover gemiddeld 5,7% in de rest van de EU-landen (meting Fibl 2014). Door een krachtig overheidsbeleid is in landen als Denemarken en Zweden het biologisch areaal gestegen tot boven de 8% van het totaal en dat zal doorgroeien tot circa 20% in 2020. In Duitsland is het areaal momenteel ruim 6% biologisch, maar desondanks importeert Duitsland rond de 50% van haar biologische producten uit het buitenland.

Nu ook Nederlandse supermarkten als Albert Heijn en Jumbo zich duidelijk uitspreken in hun wens om op termijn alleen nog producten van minimaal Milieukeur-kwaliteit en meer biologische producten te willen verkopen, is het omschakelklimaat naar biologisch gunstig. Vanwege de hoge mate van professionaliteit van de Nederlandse boeren ligt er een enorme potentie om met omschakeling naar biologisch een leidende positie te verwerven in de sterk groeiende biologische kwaliteitsmarkt van Noordwest Europa.

1.1 Uitsplitsing naar provincies

Provincie	Bedrijven	Hectares	Hectares	Bio ha	Hectares	Bio ha	Bio + in omsch.
	Aantal	Bio	In omsch.	Totaal	Totaal	Aandeel	Aandeel
Drenthe	78	5.766	239	6.005	148.652	3,9%	4,0%
Flevoland	196	8.896	433	9.329	88.677	10,0%	10,5%
Friesland	150	6.313	508	6.821	226.110	2,8%	3,0%
Gelderland	343	7.135	274	7.409	231.821	3,1%	3,2%
Groningen	82	4.143	81	4.224	162.948	2,5%	2,6%
Limburg	73	1.739	63	1.802	97.877	1,8%	1,8%
Noord-Brabant	180	6.196	212	6.408	244.670	2,5%	2,6%
Noord-Holland	144	6.205	221	6.426	128.376	4,8%	5,0%
Overijssel	149	4.357	259	4.616	197.206	2,2%	2,3%
Utrecht	111	2.398	182	2.580	64.071	3,7%	4,0%
Zeeland	59	1.722	98	1.820	121.438	1,4%	1,5%
Zuid-Holland	93	2.434	198	2.632	127.171	1,9%	2,1%
Grond Totaal	1.658	57.304	2.768	60.072	1.839.017	3,1%	3,3%

Peildatum 30 juni 2016

Bron: Skal Biocontrole

De provincie Flevoland is koploper, gevolgd door Noord-Holland en Drenthe. Zeeland en Limburg zijn de hekkensluiters.



2 Ontwikkeling biologisch in de supermarkt

Productgroepen*	2014	2015	Index	2015	Aandeel	2015	2016	Index
	omzet Bio	omzet Bio		Totaal omzet	Bio	t/m wk 26	t/m wk 26	
	(x mln)	(x mln)		(x mln)		(x mln)	(x mln)	
AGF	121,6	140,2	115,3	3.426,80	4,09%	66,5	79,6	119,8
Brood en banket	18,6	21,5	115,6	1.693,60	1,27%	10,9	12	110,8
Eieren	28	32,6	116,4	246,3	13,24%	15,3	18,7	122,5
Vis	7,1	7,5	105,6	544,2	1,38%	3,8	3,5	92,7
Vlees	93,4	108,8	116,5	3.886,44	2,80%	50,6	61,3	121,3
Zuivel	120,3	128,6	106,9	3.425,30	3,75%	62,6	69,7	111,4
DKW	162,7	215,8	132,6	9.112,20	2,37%	103,9	122,8	118,2
Totaal	551,7	654,8	118,7	22.448,40	2,92%	313,4	367,7	117,3

* Bron: IRI september 2016

2.1 Supermarkt versnelt omzetgroei bio in 2015

De Nederlandse supermarkten zijn in 2015 gestart met een duidelijke versnelling in de verkoop van biologische producten. In 2015 steeg de omzet van 551,7 naar 654,8 miljoen euro - een stijging van 18,7%. De omzetstijging van de totale voedingsmiddelenverkoop in de supermarkt bedroeg in 2015 ruim 3%. Daarmee groeit biologisch veel harder dan de reguliere markt en neemt het marktaandeel duidelijk toe in 2015.

Koplopers in de groei is het segment van de droge kruidenierswaren (DKW), waar onder meer de categorieën sappen, dranken, koffie & thee, ontbijtproducten, broodbeleg, babyvoeding, zoete en zoute snacks en conserven worden gerekend. DKW stijgt in totaal met 32,6%. De belangrijkste verklaring voor deze groei is dat het aanbod van houdbare producten in de supermarkt sterk verbeterd is in 2015. De hardste groeiers in dit segment zijn snoep-chocolade-koek (76%), ontbijtproducten (60%), broodbeleg (47%) en koffie-thee-cacao (34%).

Ook de versgroepen eieren, AGF, vlees en zuivel maken een gezonde groei van gemiddeld 12,9% door. Koplopers in het verssegment zijn fruit (27%), kaas (25%), vleeswaren (22%), pluimvee- en varkensvlees (18%) en brood en eieren (17%).

Het product met het hoogste marktaandeel blijft het biologische ei: 13,2%. Biologische AGF volgt met 4,1% marktaandeel en zuivel met 3,8%.

Gezamenlijke biologische promotiecampagne Bio10daagse stuwt omzet op

Leuk feit voor Bionext is dat de omzetgroei in en direct na de algemene biologische promotieperiode, de Bio10daagse (17 – 26 september 2015, met uitloop in de weken erna), een aantoonbaar effect heeft gehad op de omzet van biologisch in de supermarkt. Gedurende de actieweken was de omzet van biologische producten in de supermarkten gemiddeld ruim 22% hoger dan in de acht weken daarvoor.



2.2 Groeiversnelling houdt onverminderd aan in 2016

Uit de cijfers over het eerste half jaar 2016 valt op te merken dat versnelling in 2015 onverminderd doorzet in 2016. De groei in de supermarkten bedraagt 17,3%.

Opvallend is dat de versgroepen in 2016 weer iets harder groeien dan in 2015, terwijl de groei van DKW afremt van 32,6% naar 18,2%. Vlees, dat in de reguliere markt sterk onder druk staat, groeit met ruim 21%, terwijl AGF bijna 20% groeit.



3 Ontwikkeling biologisch in de speciaalzaken

Productgroepen**	2014	2015	Index	2015	2016	Index
	Bio	Bio		t/m wk 26	t/m wk 26	
AGF	54,9	55,6	101,3	27,7	29,2	105,4
Brood&banket	27	27,8	103,0	14,8	13,6	91,8
Zuivel&kaas	39	39,8	102,1	19,8	19,4	98,0
Vlees&diepvries&koelvers	40,8	43,7	107,1	21,8	22,7	104,1
DKW	177,3	171,1	96,5	83,7	86,8	103,7
Totaal	339	338	99,7	167,8	171,7	102,3

** Bron: Bionext, september 2016

De biologische winkels ondervinden concurrentie van de verkoop van biologische producten in de andere kanalen. In de sterke groeifase 2008-2013 ging groei in de supermarkt en andere kanalen niet ten koste van de biologische winkels.

In het najaar van 2014 kwam voor het eerst in dertien jaar een einde aan de jaarlijkse groei van 5 tot 10%. Toen zakte na een goed voorjaar de groei in en resulteerde het hele jaar 2014 nog in een groei van 4%. Dat is vooral te danken geweest aan de uitbreiding van het aantal winkels in 2013 en voorjaar 2014. Deze trend heeft doorgezet in 2015: over het hele jaar 2015 is de omzet in dit kanaal met 1 miljoen afgenomen van 339 naar 338 miljoen.

In de speciaalzaak worden nog steeds meer houdbare producten verkocht dan verse. In de supermarkten is dit precies andersom.

3.1 Licht herstel in voorjaar 2016

In de eerste helft van 2016 is een dalende lijn omgebogen, maar de vertrouwde groeicijfers van de afgelopen jaren worden nog niet gehaald. De biologische omzet is met 2,3% gestegen van 167,8 naar 171 miljoen euro.

Positief gesteld gaat de omzetgroei van biologisch in met name supermarkten niet ten koste van de omzet in de biowinkels, maar het heeft wel een rem gezet op de groei die jarenlang vanzelfsprekend was in het speciaalzaakkanaal. Ook vanuit de overige kanalen, zoals directe verkoop, maaltijdboxen en webwinkels neemt de concurrentie toe.



4 Overige verkoopkanalen

Van de 'overige kanalen' kanalen zijn nog geen cijfers over 2015 beschikbaar, maar we geven een indicatie van de ontwikkelingen.

4.1 Food service

De Nederlandse consument gaf in 2015 703 miljoen meer uit aan voeding; ruim 90% van de groei (643 miljoen) kwam uit buitenhuishoudelijke consumptie. Dit kanaal is een bonte verzameling van restaurants, zorginstellingen, streetfood, festivals, pretparken of zelfs supermarkten, waar de grenzen tussen klassieke retail en klassieke horeca vervagen ('blurring'). Biologisch heeft in deze groei een verhoudingsgewijs groot aandeel, deels omdat het kanaal achter liep ten opzichte van retail, en deels omdat biologisch voorziet in de behoefte van consumenten aan gezond, transparant, trendy. In 2014 groeide in de foodservice (catering, restaurants, etc) verkoop van biologisch van 125 naar 175 miljoen.

De sterke groei van biologisch in de supermarkten heeft ook doorwerking naar de overige verkoopkanalen, zoals out-of home (restaurants, catering, etc.), webshops, markten, discounters en warenhuizen.

4.2 Bezorgdiensten

Op dit moment is de markt van bezorg- en afhaalen goed voor een omzet van ruim 1,1 miljard euro. Het grootste deel komt voor rekening van de bezorgdiensten van de grotere supermarkten (450 miljoen), maar de diverse groep van webwinkels, maaltijdboxen, thuisbezorgservice (pizzakoeriers), maaltijden voor senioren e.d. groeit snel en wordt steeds bonter. Er wordt een verdrievoudiging binnen tien jaar voorspeld.

Er zijn in de afgelopen tien jaar een aantal gespecialiseerde biologische webshops en concepten voor biologische maaltijdboxen ontstaan. Daarnaast worden biologische producten ook opgenomen in bijvoorbeeld webshops voor wijn en gangbare maaltijdboxen. De exacte omzet is nog niet nauwkeurig te meten, maar de schatting is dat het om een biologische omzet van circa 10 miljoen euro gaat.

4.3 Boerderijwinkels en markten

Nederland heeft zo'n 300 biologische boerderijwinkels en een aantal biologische week- of boerenmarkten, waar biologische producten verkocht worden. De markt is redelijk stabiel en groeit niet of nauwelijks. In 2012 heeft Bionext een meting gehouden van de omzet in deze groepen en die bedroeg totaal 35 miljoen euro.

De inschatting is dat de huidige bio-omzet ongeveer gelijk is of iets lager is dan de meting van 2012.

4.4 Kaas- en delicatessenwinkels

In steeds meer kaas- en delicatessenwinkels zijn ook biologische kwaliteitskazen verkrijgbaar. De omzet hiervan is niet bekend.



4.5 Discounters

De omzet van de discounters Aldi en Lidl wordt niet meegenomen in de supermarkt omzetmeting van IRI. In 2012 is een eerste inschatting gemaakt van de biologische omzet via Aldi en Lidl: 7 miljoen euro. Vooral het laatste jaar tonen de discounters, met name Aldi, zich veel actiever in de verkoop van biologisch. Men concentreert zich op de hardlopers, zoals tomaten, komkommers, rijst, pasta, muesli, gehakt, zuivel en een aantal diepvriesproducten, waar het risico op derving beperkt is (pizza, kweekvis, ijs). De inschatting is dat omzet van biologisch via discounters in de lift zit en de komende jaren een flinke groei zal laten zien.



5 Omzetontwikkeling biologisch totaal

Omzetontwikkeling totaal bio	2014	2015	Index	2016	Index
				t/m wk 26	
Supermarkt*	551,8	653,7	118,5%	380	116,3%
Speciaalzaak**	339	338	99,7%	171,7	102,3%
Foodservice***	175	200	114,3%	nb	
Overig****	75	80	106,7%	nb	
	1140,8	1271,7	111,5%	551,7	111,3%

* Bron: IRI sept 2016

** Bron: Bionext sept 2016

*** Bron: LEI voor jaar 2014 / Jaar 2015 is een schatting van Bionext

**** Bron: Bionext jaar 2012 en schatting voor 2015

De totale omzet van biologische producten steeg in 2015 met ruim 11,5% naar bijna 1,3 miljard euro. Dat is opnieuw een robuuste stijging, die vooral op het conto komt van de supermarkt. Het Foodservicekanaal bleef jaren sterk achter en is in 2014 aan een inhaalslag begonnen. Het marktaandeel in het Foodservicekanaal is nog altijd relatief laag met circa 1,5%. De retail (supermarkt en speciaalzaak) zit met een omzet van 991,7 miljoen omzet aan biologische producten op een marktaandeel van ruim 4,3%.



6 *Mondiale ontwikkeling: wereldwijde groei*

De vraag naar biologisch voedsel blijft mondiaal sterk toenemen. Sinds 1999 hebben bio-levensmiddelen en -dranken een stevige vlucht genomen. Destijds bedroeg het marktvolume slechts 15 miljard dollar. In 2014 bedroeg de omzet wereldwijd ruim 80 miljard dollar (bron Fibl) en in 2015 is de omzet verder gestegen naar circa 88 miljard dollar (Fibl maakt cijfers 2015 begin 2016 bekend). Wereldwijd is het biologische landbouwareaal gegroeid naar 43,1 mln. hectare in 2013 (bron Fibl).

De VS en de EU zijn belangrijke motoren achter de groei van de omzet. Samen zijn zij goed voor meer dan 90% van de afzet van biologische producten.

Ook in Azië en Zuid-Amerika is biologisch een sterke groeimarkt. Door deze ontwikkelingen is de druk op de supply-chain over het algemeen groot en zijn de landbouwprijzen voor de grondstoffen hoog. Nederland profiteert ook sterk van de groei van biologisch in omringende EU-landen (en verder weg in de VS en Azië) vanwege onze sterke exportpositie. Circa 60% van de biologische groenten gaan de grens over, vooral naar Duitsland. Ook in biologische eieren, kaas, vlees, verwerkte producten en zaadgoed is Nederland een exporterend land. Verder vervult Nederland een belangrijke draaischijffunctie in de import en export van onder meer fruit, granen en veevoer. In totaal bedroeg de biologische exportwaarde in 2014 bijna 1 miljard euro. Zie ook de Bionext exporrtrends biologisch 2014.

De prognose van analisten is dat de biologische sector de komende jaren zal blijven stijgen met percentages tussen de 5 en 10%. De biologische sector in de EU maakt zich sterk voor een groeiversnelling die ertoe moet leiden dat biologische landbouw en voeding in 2030 is uitgegroeid tot een van de leidende landbouwsystemen.

Succesfactor voor een groeiversnelling is, naast de vraag uit de markt, een actief beleid van overheden om biologische landbouw met gerichte maatregelen te ondersteunen. Bionext heeft een actieplan 'De 'duurzame groei van biologisch' opgesteld gemaakt met 39 beleidsinstrumenten, die de groei van biologisch kunnen stimuleren. Daarnaast is het noodzakelijk dat de Europese Unie met het Gemeenschappelijk Landbouw Beleid vanaf 2020 rigoureuus inzet op instrumenten die vergroening en verduurzaming bevorderen.

