

Persbericht

Nederlanders eten meeste vleesvervangers in Europa, plantaardige kaas groeit 400%

- Nederlanders eten de meeste vleesvervangers van alle Europeanen en besteden ook het meeste geld aan plantaardige vervangers
- Sterkste groei plantaardige omzet bij discounters Aldi en Lidl
- Verkoop plantaardige kaas groeit in Nederland met 400% in twee jaar tijd
- Totale plantaardige Europese markt bedraagt meer dan 3,6 miljard en groeit met 49%
- Duitsland grootste plantaardige markt in Europa

De consumptie van plantaardige vervangers groeit overal in Europa op topsnelheid, blijkt uit data van marktonderzoeksbureau Nielsen, gepubliceerd door het Smart Protein project in samenwerking met ProVeg International. Met het rapport brengen Smart Protein en ProVeg het grootste en meest nauwkeurige overzicht van plantaardige consumptiegewoonten in Europa tot nu toe.

Voor het rapport zijn de afgelopen drie jaar de totale supermarktverkopten in elf Europese landen gevolgd. De totale waarde van de Europese vega-markt, op basis van de elf onderzochte landen, is 3,6 miljard euro. In elk van de elf onderzochte landen werd een toename van de plantaardige consumptie gemeten, met maar liefst 49% groei in heel Europa.

Duitsland grootste plantaardige markt in Europa

De grootste afzetmarkt voor plantaardige vervangers in Europa is Duitsland, waar per jaar voor 357 miljoen euro aan vleesvervangers en 635 miljoen euro aan zuivelvervangers worden verkocht, samen goed voor net onder een miljard (993 miljoen) euro aan supermarktverkoop. De tweede grootste markt in Europa is het Verenigd Koninkrijk (750 miljoen), gevolgd door Spanje (448 miljoen), Italië (425 miljoen), en Frankrijk (355 miljoen).

De honger naar plantaardige vlees en zuivel in onze buurlanden biedt ook kansen voor de Nederlandse economie, volgens Pablo Moleman, woordvoerder van ProVeg Nederland: "Door onze kennis en infrastructuur is Nederland uitstekend gepositioneerd om de Europese markt voor vleesvervangers te bedienen. Nederlandse merken als Vivera (nu al de derde grootste in Europa), en De Vegetarische Slager zijn al razendsnel

internationaal aan het uitbreiden. Het is ook niet voor niets dat de Amerikaanse firma Beyond Meat, een internationale leider in deze markt, voor Nederland koos als thuisbasis voor hun Europese productie en distributie.”

Nederland vleesvervangerland

Hoe doet Nederland het zelf in vergelijking met andere landen? In de lijst van grootste markten komt Nederland op de zesde plek, wat gezien de beperkte omvang van de Nederlandse bevolking zeer hoog is. Moleman: “Bekijk je het per hoofd van de bevolking, dan komt Nederland op de eerste plaats. Nederlanders geven van alle onderzochte landen het meeste geld uit aan plantaardige vervangers (zo’n 17 euro per persoon) en eten ook de meeste vleesvervangers: 870 gram per persoon, dat zijn zo’n 8 á 10 veggieburgers. Alles bij elkaar eten we 15 miljoen kg vleesvervangers per jaar. Als het gaat om plantaardige vervangers voor kaas, komen Nederlanders (20 gram per persoon) op de tweede plaats, na de Duitsers (30 gram). Wel liet de Nederlandse verkoop van plantaardige kaasvervangers een sterkere groei zien dan in andere onderzochte landen, van maar liefst 400% in de afgelopen twee jaar.

Doorbraak in discountsupermarkt

De verkoop van plantaardige alternatieven in Nederlandse supermarkten groeide in de afgelopen twee jaar met 50% tot 291 miljoen euro per jaar. In discountsupermarkten, zoals Aldi en Lidl, was zelfs een nog sterkere groei te zien van 83% (€22m). Discounters hebben hiermee een aandeel van 10% in de totale verkoopwaarde. Moleman: “Tot enkele jaren geleden begaven de discounters zich nog niet op deze markt. Dat plantaardige vlees- en zuivelvervangers nu ook hier zijn doorgebroken laat zien hoezeer ze tot de mainstream zijn doorgedrongen.”

Jeroen Willemsen, oprichter van de Green Protein Alliance, reageert: “Dit zijn indrukwekkende cijfers. De grootste groei van de afgelopen drie jaar zien we in het corona-jaar 2020. Voor ons een krachtig signaal dat steeds meer Nederlanders, gedreven door een duurzamere kijk op onze maatschappij, niet alleen begrijpen welke voordelen een meer plantaardig dieet biedt, maar dit ook omzetten in ander consumptiegedrag. Hiermee hebben we een cruciaal moment bereikt in de eiwittransitie, 2021 belooft hét kanteljaar te worden.”

Sterke groei in plantaardige kaas, vlees en melk

Waar in de meeste Europese landen plantaardige zuivel de boventoon voert, wordt in Nederland de plantaardige sector geleid door plantaardige vleesvervangers (€174m), gevolgd door melkvervangers (€62m) en yoghurtvervangers (€43m). De vleesvervangerssector (€174m) wordt gedomineerd door burgers (€42m), gevolgd door

roerbakstukjes (€33m) en balletjes (€21m). Alle segmenten lieten sterke groei zien. Van de verschillende melkvervangers brengt amandelmelk het meeste op (€20m), gevolgd door soja (€19m) en havermelk (€14m). Havermelk is met 69% groei over twee jaar wel de snelste groeier onder de plantenmelken.

Ook sterk in opkomst is plantaardige kaas, met een groei van maar liefst 400% over de laatste twee jaar en een jaarlijkse verkoopwaarde van €4.8m. Plakken verkochten het beste (€2.7m) gevolgd door geraspte plantaardige kaas (€1.2m). Verschillende nieuwe segmenten kwamen vorig jaar voor het eerst in de supermarkt, waaronder kaasstukken, kaasrolletjes en roomkaas. In tegenstelling tot vlees- en melkvervangers is plantaardige kaas nog niet doorgedrongen tot de discounters.

EINDE PERSBERICHT

Opmerkingen voor redacteuren

Over het Smart Protein Plant-Based Food Sector Report

Deze analyse is gebaseerd op scangegevens van supermarkten uit 11 landen en omvat data uit zes verschillende categorieën plantaardige producten in elk land, afhankelijk van de beschikbaarheid: Oostenrijk (Plant-based (PB) vlees, melk, yoghurt); België (PB vlees, melk, yoghurt); Denemarken (PB vlees, melk, yoghurt, kaas, ijs); Frankrijk (PB vlees, melk, yoghurt); Duitsland (PB vlees, melk, yoghurt, kaas, ijs, vis); Italië (PB vlees, melk, yoghurt, kaas, ijs); Nederland (PB vlees, melk, yoghurt, kaas); Polen (PB melk); Roemenië (PB vlees, melk); Spanje (PB vlees, melk, yoghurt); Verenigd Koninkrijk (PB vlees, melk, yoghurt, kaas, gebak).

Het rapport toont de verkoopwaarden in euro's en verkoopvolumes in kilogrammen of liters voor de totale markt inclusief discounters, en tevens voor discounters afzonderlijk.

De gegevens hebben betrekking op bewegende jaartotalen (moving annual totals, MAT) voor september / oktober (afhankelijk van het land, tussen kalenderweken 39 en 42) 2018 vs 2019 vs 2020. Dit betekent dat de totale verkoopwaarden zijn gerapporteerd van oktober 2017 - september 2018 versus oktober 2018 - september 2019 versus oktober 2019 - september 2020.

De gegevens zijn afkomstig van Nielsen MarketTrack en zijn samengesteld door ProVeg International. Voor meer informatie kunt u contact met ons opnemen via e-mail op pablo.moleman@proveg.nl.

Hoogtepunten per land:

Oostenrijk: Oostenrijk heeft in de afgelopen twee jaarperioden een zeer sterke groei doorgemaakt van 57% in termen van verkoopwaarde, waarbij de groei nog meer uitgesproken was in discountwinkels. Plantaardig vlees had een omzetgroei gekend van 82%.

België: Alle categorieën lieten een groei zien, maar plantaardige yoghurt is gestegen in discountwinkels, met een groei van maar liefst 497% in de afgelopen twee jaarperioden.

Denemarken: Denemarken heeft relatief een zeer hoog discounteraandeel van verkoopwaarde, 48%. Plantaardig vlees vertoonde een groei van 50% in de afgelopen twee jaarperioden.

Frankrijk: Frankrijk liet een zeer sterke groei zien voor discountwinkels, met 90%, en was zelfs nog sterker in termen van plantaardig vlees (100% groei). Producten op basis van amandel leiden de plantaardige melksector.

Duitsland: Plantaardige vis en plantaardige kaas vertoonden beide een enorme groei van drie cijfers in de afgelopen twee jaarperiodes, respectievelijk 623% en 150%.

Italië: Plantaardige melk leidt de sector in termen van verkoopwaarde en groeisnelheid.

Nederland: De plantaardige sector kende een sterke groei met dubbele cijfers, vooral in discountwinkels. Plantaardige kaas vertoonde de afgelopen twee jaarlijkse perioden een ongekeerde groei van 400%.

Polen: De verkoopwaarde van plantaardige melk is de afgelopen twee jaar met 62% gestegen, met een drievoudige groei voor discountwinkels.

Roemenië: Plantaardige melk en plantaardig vlees vertoonden beide een groei met dubbele cijfers.

Spanje: Alle categorieën kenden een groei met dubbele cijfers, waarbij plantaardige melk marktleider was in termen van verkoopwaarde (€ 318 miljoen).

VK: Plantaardige melk (107%) en plantaardige kaas (165%) lieten beide een sterke omzetgroei zien in de afgelopen twee jaarperiodes. Plantaardig vlees (€ 502 miljoen) leidt de plantaardige markt in het VK.

Over het Smart Protein-project

Smart Protein is een door de EU gefinancierd project van € 10 miljoen dat tot doel heeft een volgende generatie voedingsmiddelen te ontwikkelen die kosteneffectief, hulpbronnefficiënt en voedzaam is. Alternatieve eiwitbronnen zoals peulvruchten en zijstromen van bier- en pastaproductie worden gebruikt om ingrediënten te produceren voor plantaardige alternatieven voor vlees, vis, zuivel en gebak.

<https://smartproteinproject.eu/>

Over ProVeg International

ProVeg is een internationale non profit organisatie die werkt aan het transformeren van het wereldwijde voedselsysteem door conventionele dierlijke producten te vervangen door plantaardige en gekweekte alternatieven.

ProVeg werkt samen met internationale besluitvormingsorganen, regeringen, voedselproducenten, investeerders, de media en het grote publiek om de wereldomslag



te helpen naar een samenleving en economie die minder afhankelijk zijn van veeteelt en duurzamer voor mens, dier en de planeet. <https://proveg.com/>