

#30 JAAR THE BIO VEGGIE COMPANY



Resultaten onderzoek: 30% eet minstens 1 maal per week vegetarisch

Temse, 3 augustus 2018 - Het Belgisch bedrijf achter het nieuwe label "The Bio Veggie Company" bestaat dit jaar 30 jaar. Wat in 1988 begon als De Paddestoel met de productie van biologische en vegetarische burgers in de eigen keuken, is drie decennia later uitgegroeid tot een vaste waarde in de bio veggie wereld. Met The Bio Veggie Company, een tweede en nieuw label, wil zaakvoerster Delphine Van Goethem de Belgen overtuigen dat bio en veggie echt lekker en toegankelijk is voor iedereen.

Een nobele en tegelijk commercieel interessante doelstelling want in België is 1 op 3 consumenten 'casual veggie'. Een veel grotere doelgroep dan de 2,8% strikte vegetariërs en vegans in ons land. Af en toe vegetarisch eten is stilaan ingeburgerd want 'gewoonte' wordt als voornaamste reden (eerder nog dan dierenwelzijn en klimaat) opgegeven om af en toe vegetarisch te eten. 30% van de Belgen geeft aan minstens 1 maal per week een vegetarische maaltijd te eten. Dat blijkt onder andere uit een grootschalig onderzoek, in opdracht van The Bio Veggie Company en uitgevoerd door iVOX bij 1000 respondenten, over vegetarische eetgewoontes in België.

Het natuurvoedingsmerk De Paddestoel werd 30 jaar geleden opgericht in 1988. Het Belgische bedrijf was destijds een pionier op vlak van bio en veggie. Met een kleinschalig assortiment aan vegetarische burgers ligt de focus nog steeds op de distributie in kleine biowinkels. Het merk groeide uit tot een vaste waarde bij fulltime vegetariërs en is vandaag te vinden in gespecialiseerde natuurwinkels in België, Nederland, Frankrijk en Duitsland. Zaakvoerster Delphine Van



Goethem nam het bedrijf uit Temse vier jaar geleden over en richtte The Bio Veggie Company, specialist in veggie- en bioburgers, -nuggets en -kroketjes, op. Met dit nieuw label mikt ze op de **casual veggies**: consumenten die niet strikt vegetarisch zijn maar wel naar een gezonde levensstijl verlangen. Delphine zag de voorbije jaren een ware kentering plaatsvinden. **De omzet van het bedrijf steeg van 2014 tot 2018 met 80%. Dit jaar zal het Oost-Vlaamse bedrijf maar liefst drie miljoen vegetarische producten verkopen.**

"Niet alleen in onze cijfers maar vooral in de mindset van de consument zien we beweging. Vegetarisch is niet meer alleen voor geitenwollensokken. **Driekwart van de Belgen vindt vegetarisch voedsel tegenwoordig heel normaal.** Dat de casual veggies 'gewoonte' als belangrijkste reden opgeven om af en toe vegetarisch te eten vind ik heel positief. Als meer en meer casual veggies spontaan gaan denken aan vegetarische opties bij de vraag 'Wat eten we nu weer vanavond?' zijn we echt op goede weg.", vertelt Delphine van The Bio Veggie Company.

Vegetarisch eten doen we het liefst casual

Uit een grootschalig onderzoek (iVOX) uitgevoerd bij 1000 Belgen blijkt dat maar liefst **drie op tien minstens 1 maal per week een vegetarische maaltijd eet**. 15% geeft zelfs aan om minstens drie keer in de week veggie te eten. Slechts vier op tien Belgen die (wel eens) vlees eten (37%) zegt nog dat vlees bij de maaltijd voor hen echt een must is.

Vrouwen eten vaker minstens één keer per week vegetarisch (34%, tegenover 26% mannen). Veggie is booming dus het is misschien niet zo verbazend dat **jongeren veel vaker**

geregeld vegetarisch eten dan de oudere generaties. (40% van de -35-jarigen, t.o.v. 29% van de 35- tot 54-jarigen, en 23% van de 55-plussers).

We zijn met zijn allen wel niet zo fanatiek over vegetarisch eten. **Driekwart van de respondenten (75%) vindt het niet belangrijk om strikt vegetarisch te eten** en zegt dat alle beetjes helpen. Slechts zo'n 3% van de Belgen geeft dan ook aan om 'echt' vegetarisch of veganistisch te zijn.



3 OP 10

Maar liefst **drie op tien eet minstens 1 maal per week een vegetarische maaltijd.**



4 OP 10

Slechts vier op tien Belgen die (wel eens) vlees eten (37%) zegt nog dat **vlees bij de maaltijd** voor hen echt **een must** is.

26%



34%



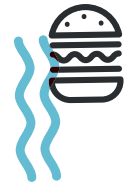
Vrouwen eten vaker minstens één keer per week vegetarisch (34%, tegenover 26% mannen).

40%

Jongeren eten veel vaker geregeld vegetarisch eten dan de oudere generaties. (40% van de -35-jarigen, t.o.v. 29% van de 35-tot 54-jarigen, en 23% van de 55-plussers).

6 OP 10

Niet minder dan **zes op de tien respondenten (57%) zegt minder vlees te eten** dan een paar jaar geleden. 75% is dan ook akkoord dat vegetarisch eten nu gemakkelijker is dan vroeger. Driekwart denkt dat steeds meer mensen in de toekomst vegetarisch zullen eten, en meer dan vier op de tien zijn zelf van plan minder vlees te gaan eten. **Voor 1 op 4 is vlees geen must meer (36,5%).**



1/3

Een derde van de respondenten die (soms) vlees eten, zegt dat ze **vaker een vegetarische maaltijd** zouden eten als ze **meer vegetarische recepten** zouden kennen. Bijna de helft van de respondenten (46%) vindt een vegetarische maaltijd moeilijk te verzinnen door een **gebrek aan goede vleesvervangers** en 20% geeft aan meer inspiratie te hebben als er **veel variatie aan vleesvervangers in de winkelrekken** zien liggen.



7 OP 10

Vooral 55-plussers verminderden hun vleesconsumptie de laatste jaren. Maar liefst 7 op de 10 van deze leeftijdsgroep (71%) geeft aan nu minder vlees te eten dan enkele jaren geleden (t.o.v. -34: 67%, 35-54: 51%).



De trend is duidelijk: niet minder dan **zes op de tien respondenten (57%) zegt minder vlees te eten** dan een paar jaar geleden. 75% is dan ook akkoord dat vegetarisch eten nu gemakkelijker is dan vroeger. Driekwart denkt dat steeds meer mensen in de toekomst vegetarisch zullen eten, en meer dan vier op de tien zijn zelf van plan minder vlees te gaan eten. **Voor 1 op 4 is vlees zelfs geen must meer.**

Interessant genoeg zijn het ook vooral 55-plussers die hun vleesconsumptie de laatste jaren verminderden. Maar liefst 7 op de 10 van deze leeftijdsgroep (71%) geeft aan nu minder vlees te eten dan enkele jaren geleden (t.o.v. -34: 67%, 35-54: 51%). Misschien omdat jongeren al lang minder vlees eten, maar 55-plussers nu ook aan een inhaalbeweging bezig zijn?

Zal deze trend zich doorzetten? **45% van de respondenten die nu (soms) vlees eten, vindt in ieder geval dat ze minder vlees zouden moeten eten.** Slechts minder dan drie op de tien (27%) kent niemand die probeert minder vlees te eten. Vooral degenen die nu al minstens één keer per week een vegetarische dag inlassen, zijn zich bewust van hun vleesconsumptie. Maar liefst 55% van deze groep vindt dat ze nog te veel vlees eten (t.o.v. 45% van degenen die elke dag vlees eten). Zo geeft meer dan de helft van de ondervraagden die (soms) vlees eten (51%) aan dat ze een gezonder eetpatroon willen, en dat minder vlees eten

daarvan een deel is. **Daarentegen is één op de tien echt van plan om vegetarisch te worden.**

Wanneer we de personen die **minstens wekelijks een vegetarische maaltijd eten**, vragen naar hun redenen daarvoor, stond een verbazende motivatie op de eerste plaats. Waar 17% dierenwelzijn de belangrijkste reden vindt, en **15% het klimaat** op de eerste plaats zet, noemt maar liefst een vijfde (**19%**, de grootste groep) van de (casual) veggies **"gewoonte"** als de allerbelangrijkste reden. Zij vinden het heel normaal om niet altijd vlees te eten. Maar liefst vier op de tien (casual) vegetariërs (40%) hebben "gewoonte" in hun top 3 staan van redenen om minstens één keer per week geen vlees te eten. Vrouwen vinden het trouwens normaler om zo nu en dan een vegetarische maaltijd te eten. 45% noemt dit als een reden, t.o.v. 33% van de ondervraagde mannen. Vrouwen eten ook vaker eens vegetarisch omdat ze het lekker vinden (34% t.o.v. 22% van de mannen).

Een derde van de respondenten die (soms) vlees eten, zegt dat ze **vaker een vegetarische maaltijd** zouden eten als ze **meer vegetarische recepten** zouden kennen. Bijna de helft van de respondenten (46%) vindt een vegetarische maaltijd moeilijk te verzinnen door een **gebrek aan goede vleesvervangers** en 20% geeft aan meer inspiratie te hebben als er **veel variatie aan vleesvervangers in de winkelrekken** ligt.

**SPICE UP
YOUR
VEGGIE
LIFE**
#BeVegua1

"Veggie raakt stilaan af van het saaie imago en dat werd hoog tijd. Wij willen mensen inspireren met toegankelijke en lekkere recepten op onze site en social media. We willen bewijzen dat je door af en toe veggie te eten echt niks mist. Je hoeft met kwalitatieve bio en veggie producten echt niet in te boeten aan smaak of variatie.", aldus Delphine Van Goethem.

Online onderzoek uitgevoerd door onderzoeksbureau iVOX in opdracht van The Bio Veggie Company tussen 20 juli 2018 en 26 juli 2018 bij 1000 Belgen representatief op regio, geslacht, leeftijd en diploma. (De maximale foutenmarge bij 1000 Belgen bedraagt 3,02%)

Resultaten kunnen enkel gebruikt worden voor persartikels mits vermelding van The Bio Veggie Company als opdrachtgever van het onderzoek

Meer informatie, beeldmateriaal en interviews kunnen aangevraagd worden via:

Wavemakers PR
Elke De Mayer
elke@wavemakers.eu
0485 75 28 66