

# Keurmerken rapport 2021

Ontwikkeling van de Keurmerken in het  
Nederlandse supermarktlandschap

IRI Nederland





Het Keurmerken rapport geeft inzicht in de verkopen van de onafhankelijke geborgde keurmerken binnen de Nederlandse markt. .



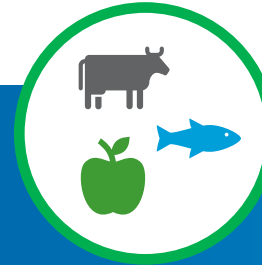
**01**

Kaderingen



**02**

Keurmerken



**03**

Productgroepen



**04**

Verdieping

# Dit zijn de Keurmerken welke voor 2021 zijn meegenomen

## Keurmerken Duurzaam



- Het Europees biologisch keurmerk (groene blaadje) staat voor alle biologische keurmerken in het winkelschap.
- IRI registreert de producten op basis van zichtbare aanwezigheid voor de consument op de verpakking op de winkelvloer.
- IRI legt de waarnemingen voor aan retailers en keurmerkhouders.
- Omzet Supermarkten is exclusief Hard Discount (Aldi en Lidl) maar inclusief de online verkopen van deze supermarktformules.



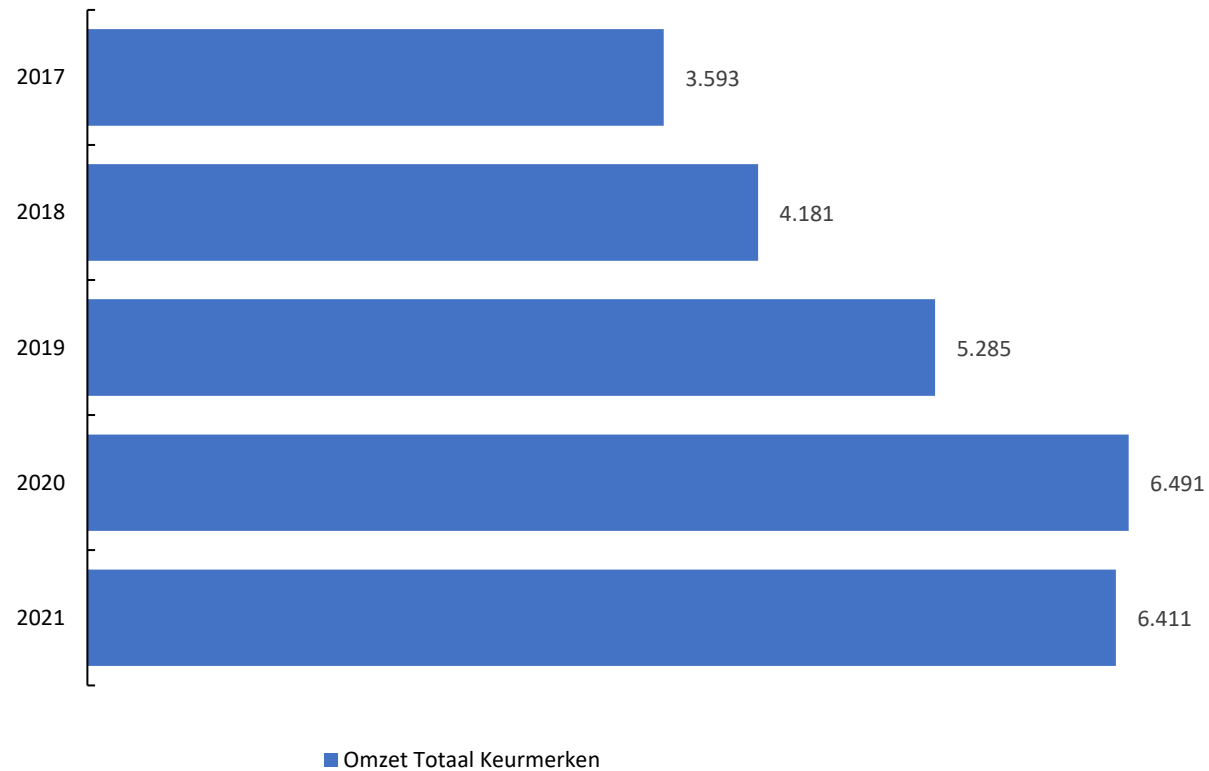
# Ontwikkeling keurmerken SUPERMARKT KANAAL

“Na 5 jaar van gestage groei, bereiken de Keurmerken in 2021 een 21% omzetaandeel”

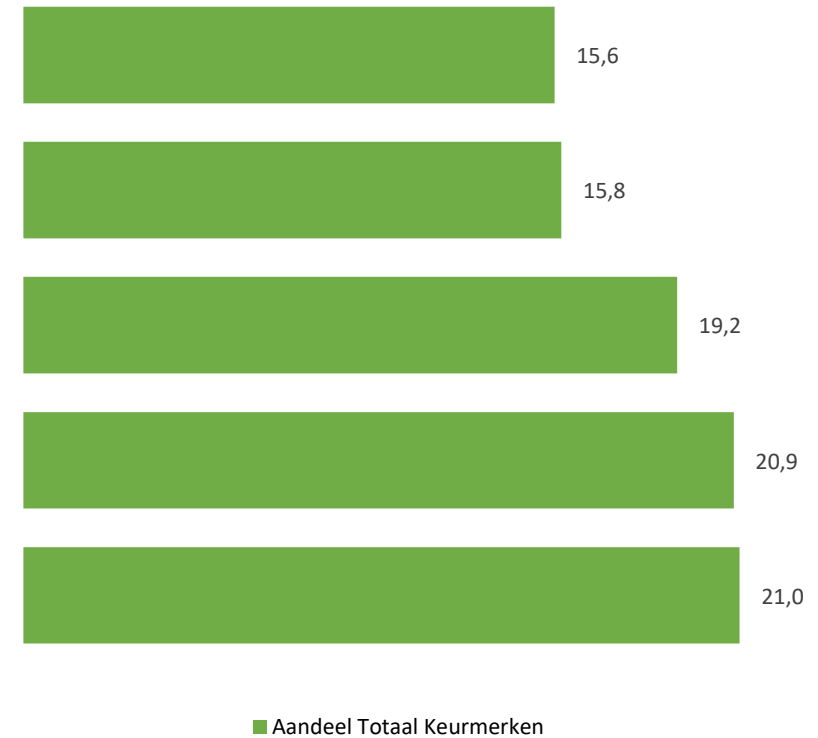


# De omzet en omzetaandeel ontwikkeling van het total van Keurmerken laat een gestage groei zien over de afgelopen 5 jaar

KEURMERKEN – VERKOPEN IN EURO'S (\*Mln) – SUPERMARKTEN INCL ONLINE\* 2017 tm 2021



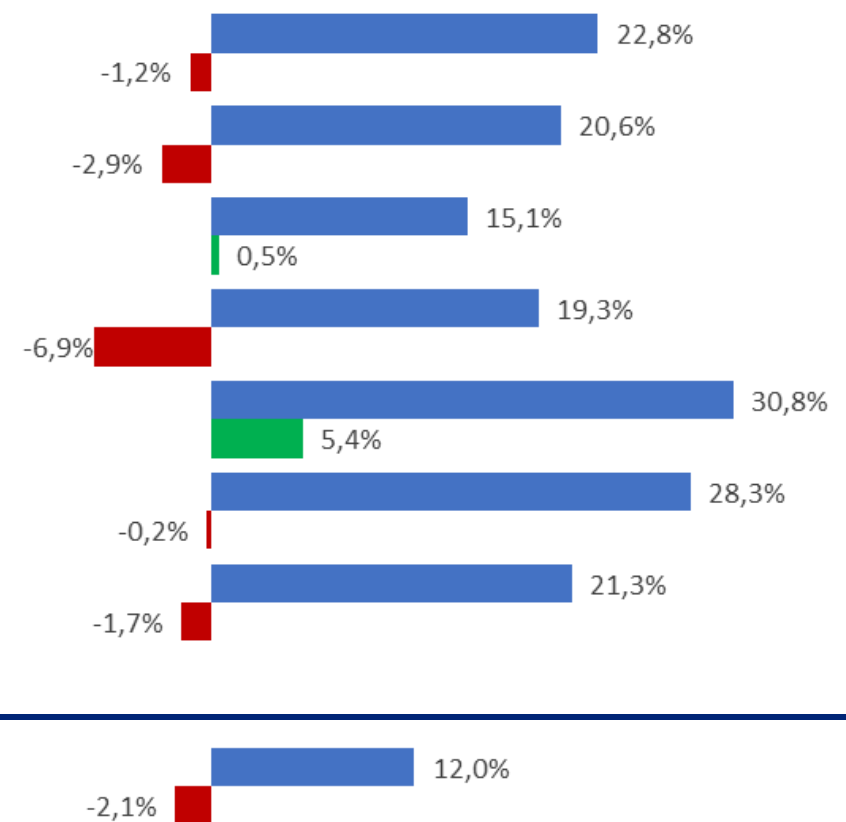
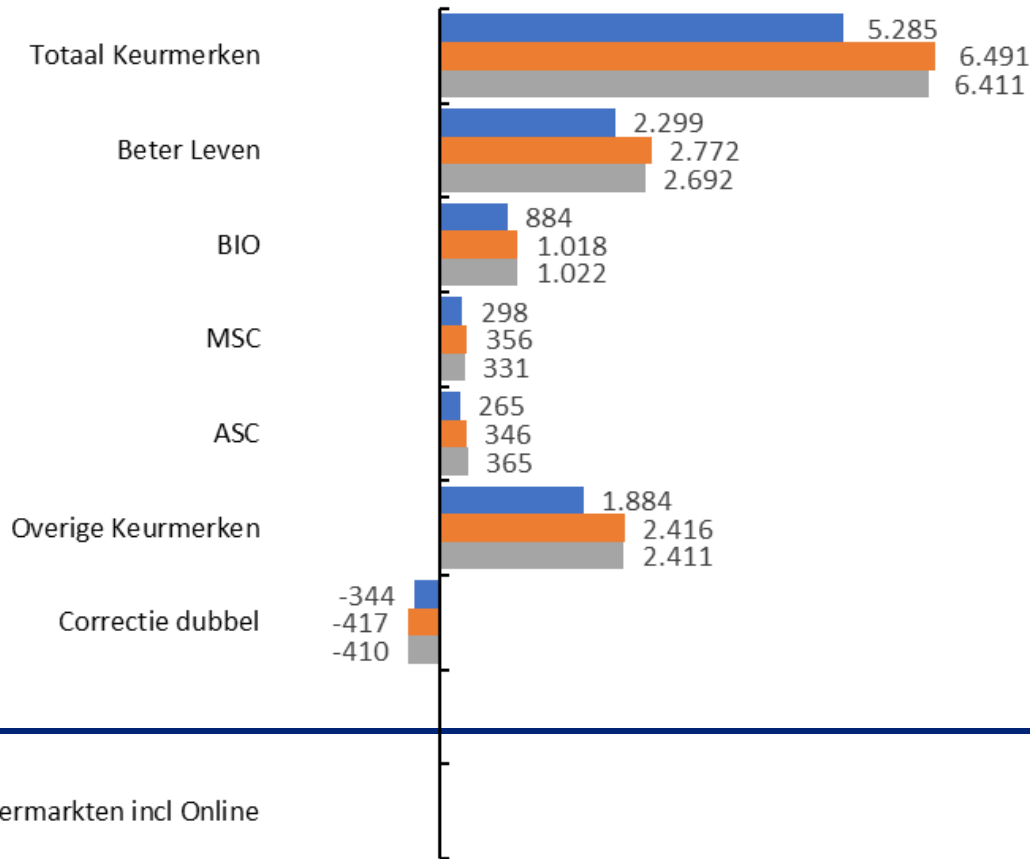
KEURMERKEN – OMZETAANDEEL (%) – 2017 VS 2021



# Corona zorgt voor een explosieve Keurmerken omzetgroei van 22,8% in 2020, in 2021 blijft het op een hoog nivo ondanks een lichte daling van -1,2%

KEURMERKEN – VERKOPEN IN EURO'S (\*Mln) – SUPERMARKTEN INCL ONLINE – 2021 – 2020 – 2019

KEURMERKEN – OMZETGROEI (%) – 2021 VS 2020



Foodomzet Supermarkten incl Online



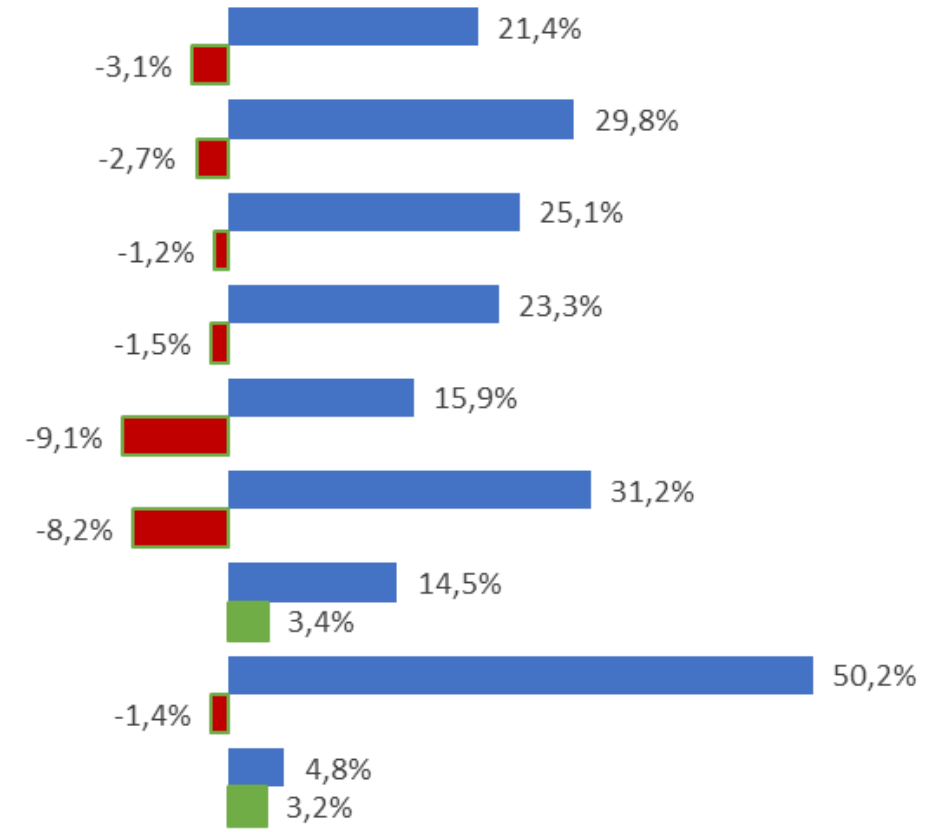
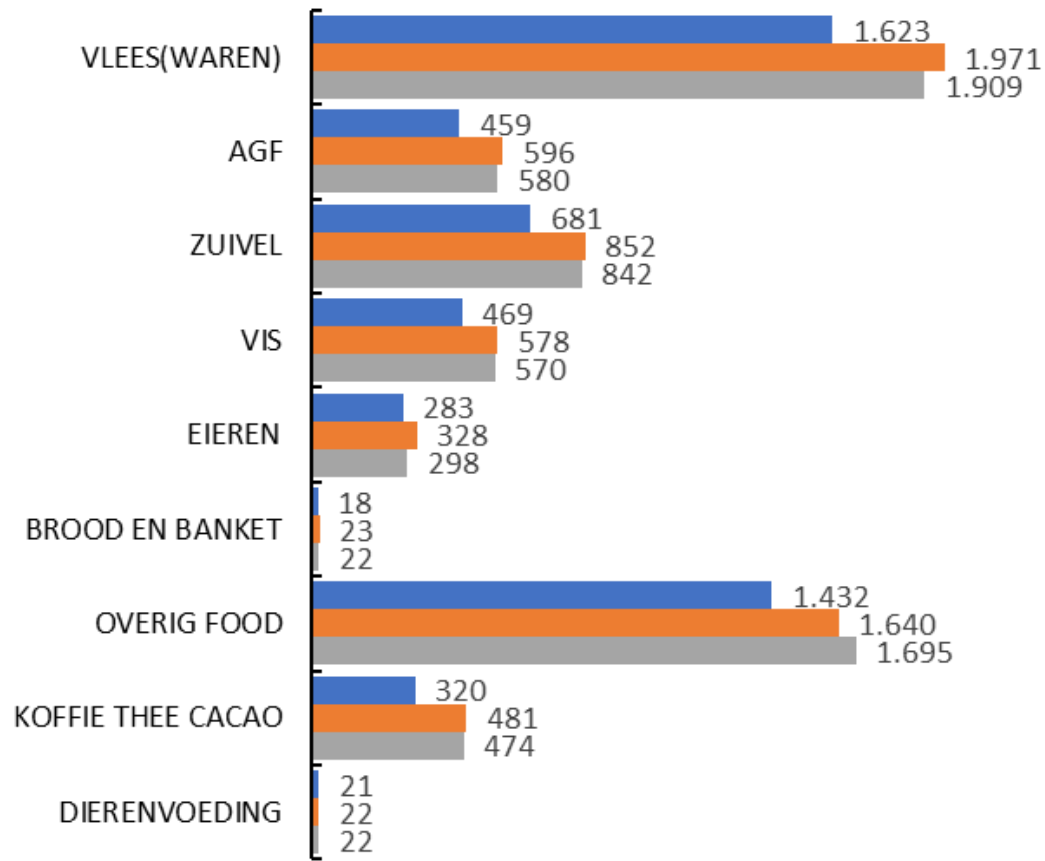
■ Year 2019 ■ Year 2020 ■ Year 2021

■ Groei '19 vs '20 ■ Groei '20 vs '21

# Vlees(waren), AGF & Zuivel zorgen voor een druk op de omzet, Overig Food groeit door Snoep, Koek & Biscuit, Frisdranken

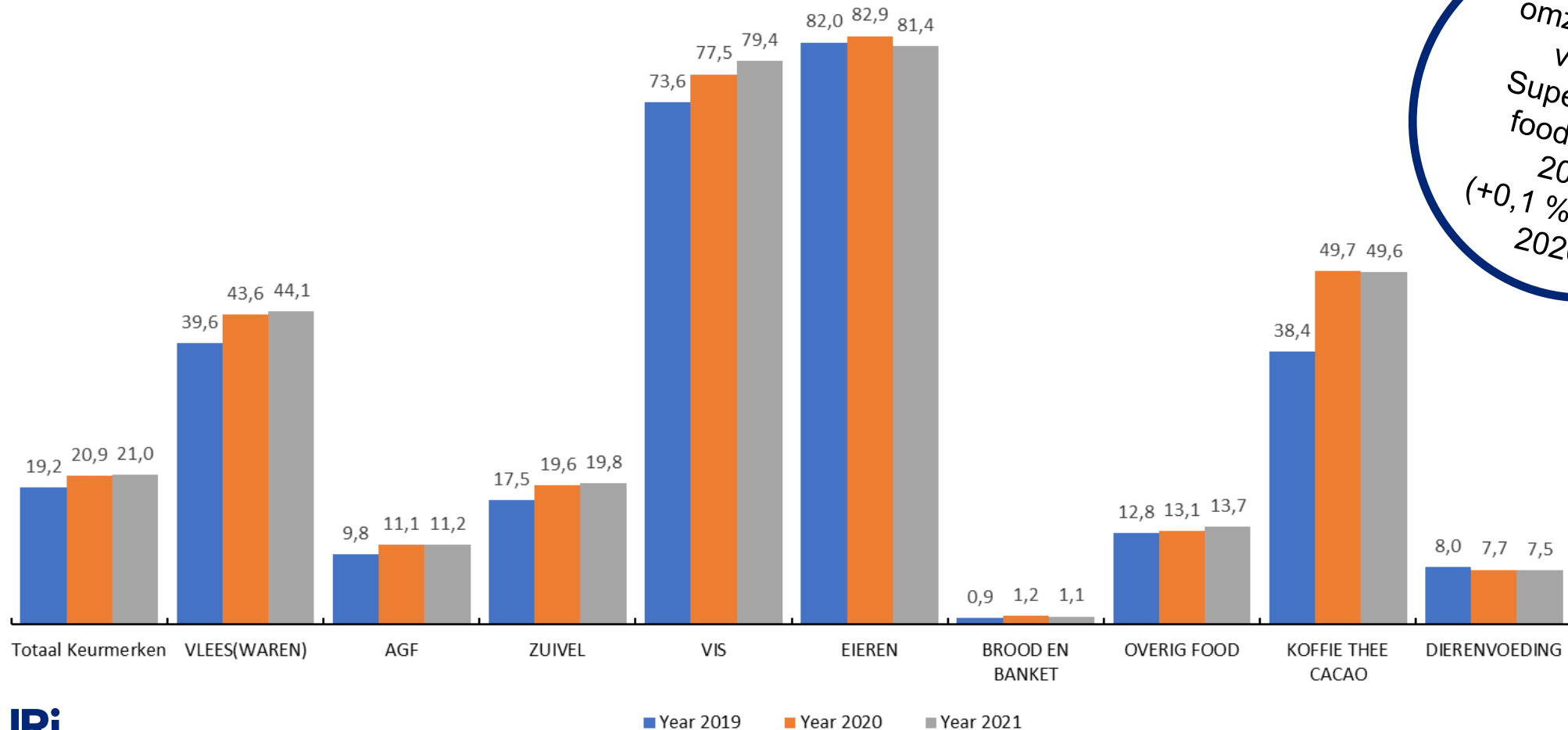
PRODUCTGROEPEN – VERKOPEN IN EURO'S (\*Min) – SUPERMARKTEN INCL ONLINE – 2021 – 2020 - 2019

PRODUCTGROEPEN – OMZETGROEI (%) – 2021 VS 2020



# Keurmerk omzetaandeel binnen de meeste groepen groeit licht, doordat de totale Foodgroepen omzet harder daalde, -2,1% t.o.v. -1,2% voor Keurmerken

PRODUCTGROEPEN – OMZETAANDEEL KEURMERKEN BINNEN PRODUCTGROEPEN (%) – SUPERMARKTEN – 2021 – 2020 - 2021



Keurmerken-  
omzet 21,0%  
van de  
Supermarkt-  
foodomzet  
2021  
(+0,1 %pnt tov  
2020)



# THANK YOU!

[iriworldwide.com](https://iriworldwide.com)

