

terug. Dat heeft geholpen in de bewustwording van consumenten. Er is een vliegwielt ontstaan. Maar pas echt de laatste jaren zie je de hogere groei, het is een trend die onweerlegbaar door blijft gaan. Je zag tot voor kort groei met dubbele cijfers in een aantal landen. Terwijl het eerst heel goed ging met de speciaalzaken en minder met de supermarkten, is dat nu andersom. Bij mensen leeft het sentiment dat ze moeten bezuinigen. Dus de druk op prijzen is nadrukkelijk aanwezig.”

#### **Hoe hoog is de groei nog?**

“Europa groeit zo’n 2 tot 4 procent. We hebben last van het economisch sentiment. Maar tel je zegeningen, een heleboel mensen hebben persoonlijk nog niet de gevolgen ondervonden van de economische crisis. Dat zou het komende jaar weleens anders kunnen zijn nu overheden bezuinigen, zoals in Engeland en Nederland. Maar we zijn optimistisch over onze kansen omdat die ‘lichtgroene’ consument in supermarkten steeds meer openstaat voor biologische producten. Daar is best een aardige penetratiegraad. Alleen de frequentie waarmee hij koopt is wat minder.”

#### **U gaat er toch van uit dat de markt in 2011 flink stijgt?**

“In Nederland is de markt wel met 12 procent gegroeid in de eerste helft van 2010 in de supermarkten. Alleen groeien droge kruidenierswaren, waar wij in zitten, minder hard dan de versproducten. Wij verwachten groei, maar niet met 10 à 12 procent per jaar. Ik denk dat de markt met een aantal procentpunten gaat groeien en dat wij daar ons aandeel in zullen pakken. We hopen de markttrend goed te kunnen bijhouden, sterker nog, in een aantal landen hopen we ons marktaandeel te laten groeien, zoals ook dit jaar het geval is geweest. Ja, Wessanen gaat harder groeien dan de markt.”

#### **Waarom denkt u dat de markt in 2011 gaat aantrekken?**

“Ik ben daar optimistisch over, de biologische markt is zelfs in crisistijd gegroeid. De activiteiten van fabrikanten en klanten van ons om de consument over te halen tot aankopen nemen toe. Maar de uitdaging is dat we de prijsafstand tot conventionele voe-

