



5

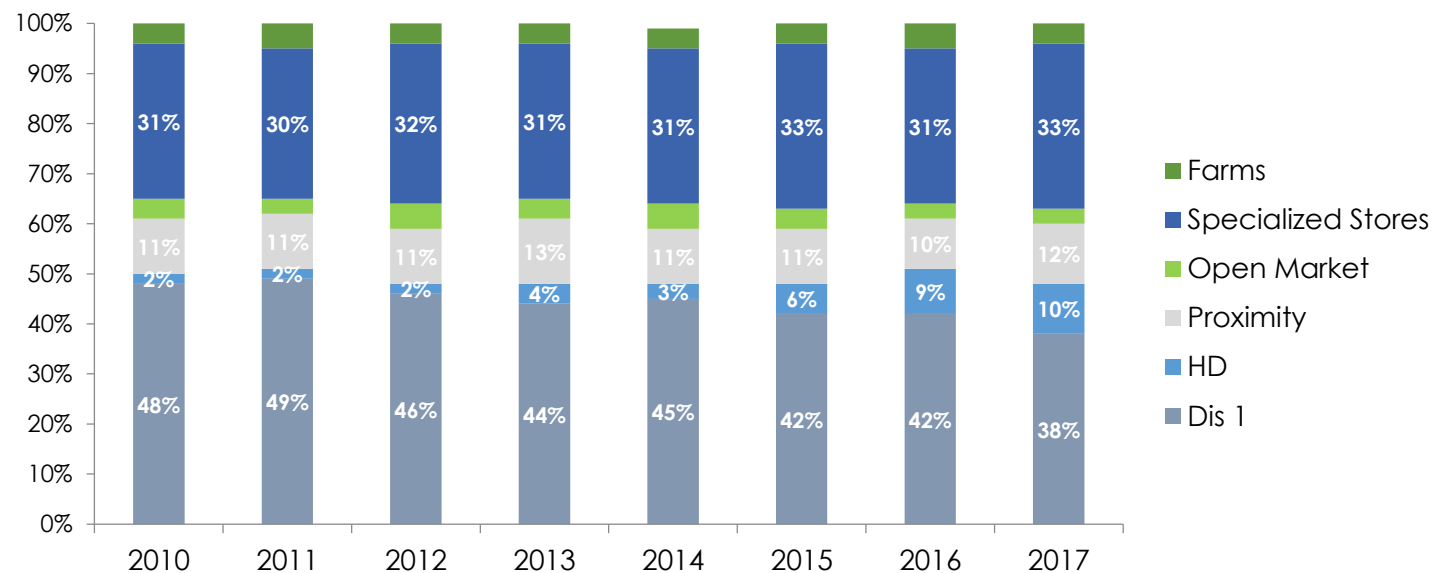
DELHAIZE GROUP – BIO FOCUS



DU CÔTÉ DE LA VRAIE VIE
MEE MET 'T LEVEN

LES SUPERMARCHES TRADITIONNELS RESTENT LE RESEAU DE DISTRIBUTION PRÉFÉRÉ POUR LE BIO, MEME SI LES MAGASINS BIO ET LE HARD DISCOUNT SONT EN CROISSANCE.

Part de marché bio par réseau



FOCUS OP DE EMOTIONELE CATEGORIEËN?

BIO EMOTIONELE CATEGORIEËN= NIET INDUSTRIEEL BEWERKTE PRODUCTEN

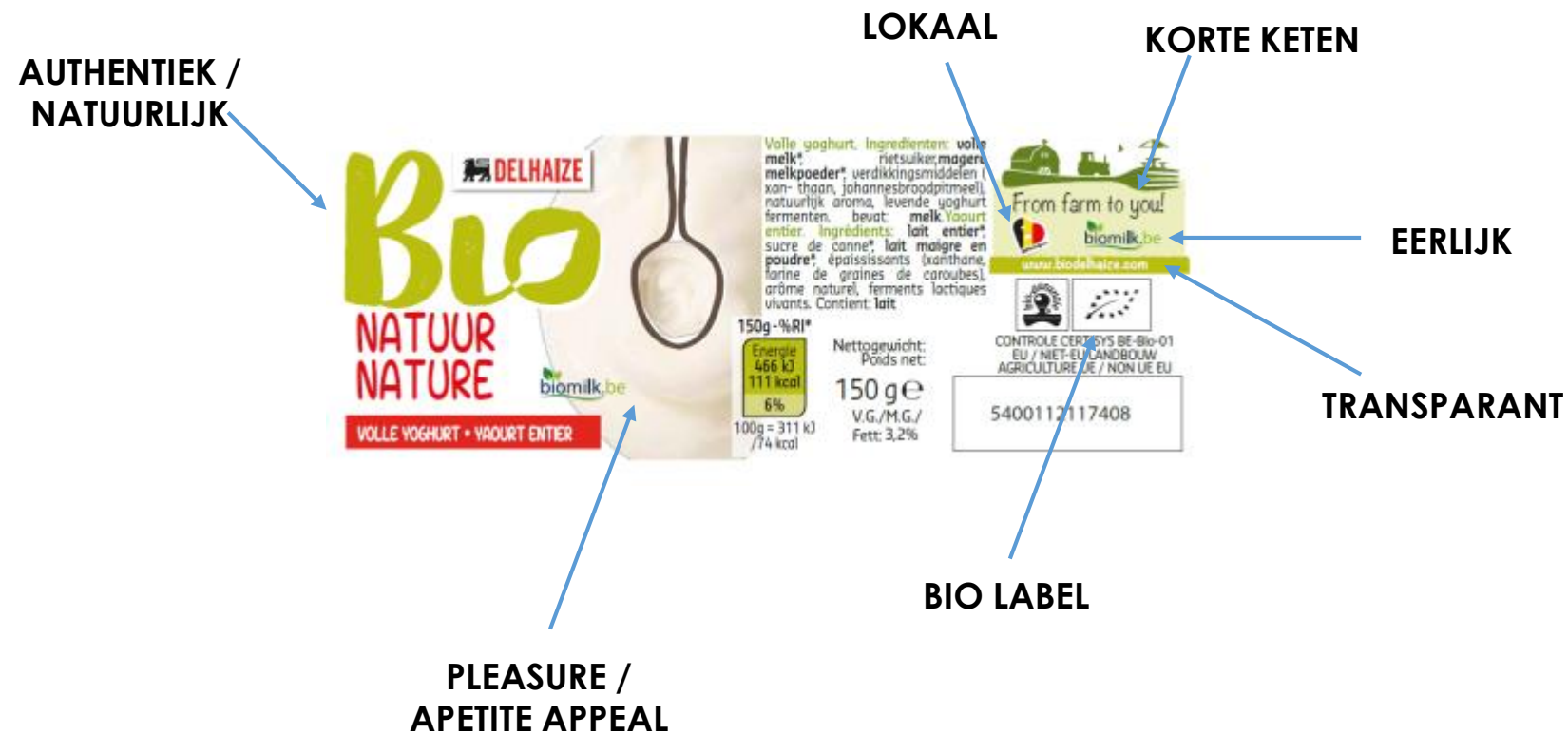
The « raw » product follows a natural process to become the end product



- Fruits
- Dry Fruits / Nuts
- Vegetables
- Onions
- Potatoes
- **Milk**
- **Butter**
- **Eggs**
- **Yaourts**
- **White Cheese**
- Fresh Bread

- Olive, Seed & Fruit oil
- Starch food (quinoa, boulgour)
- Poultry
- Fresh meat
- Cereals (mono product eg. oat, fresh muesli)
- Superfood (chia, etc.)
- Wine
- Tea (vrac)
- AOP Cheese

NIEUWE MERKARCHITECTUUR VOOR BIO IN ALLE SCHAPPEN



PARTNERSHIP AVEC BIOMILK.BE



100% bio
100% belgE



40 fermes laitières
spécialisées réparties dans
toute la Belgique



Représentent **25 %**
du marché bio total.

PARTNERSHIP AVEC BIOMILK.BE



- ✓ **Bio**
- ✓ **Lokaal - Belgisch**
- ✓ **Korte keten – Transparantie**
- ✓ **Fair price**
- ✓ **Gezond**
- ✓ **Cross Category – emotionele categoriën**



PARTNERSHIP AVEC BIOMILK.BE

Bestaand gamma

- Melk (halfvol / vol) 1L
- Chocolade melk
- Melk 3*250ml
- Room 200 ml
- Yoghurt 1L Tetra vol & mager
- Yoghurt 4*125g vol & halfvol

In ontwikkeling (2020)

- Verse Melk tetra (vol/halfvol) : januari
- Bio yoghurt met fruit Delhaize
- Abdijkaas
- Brie
- Vanille & chocolade ijs
- Boter
- Griekse yoghurt
- Pudding

