

## BIO+: eigen merk Superunie in nieuw designjasje



Beesd, 20 juli, 2021 – Het design van het volledige assortiment van het merk BIO+ is vernieuwd. De verpakkingen van het eigen merk van Superunie, zijn voorzien van een nieuw ontwerp waarop het biologisch product centraal staat. De omzet van biologische producten binnen de Nederlandse supermarkten steeg in 2020 met 8%. Consumenten kiezen steeds vaker voor biologisch in de supermarkt en willen graag duidelijk terugzien op de verpakking dat het om biologische producten gaat. Met het nieuwe uiterlijk wil Superunie de groei van biologische producten verder versnellen en de leden in staat stellen een competitieve rol te spelen met hun biologisch assortiment. De vernieuwde website van [www.bio-plus.nl](http://www.bio-plus.nl) is naar verwachting in het derde kwartaal live.

Het merk BIO+ is drie jaar geleden omgebouwd naar een eigen merk van Superunie en is inmiddels niet meer weg te denken uit de supermarkten van de Superunieleden. BIO+ wil binnen elke productgroep in de supermarkt aansprekend, relevant en zichtbaar zijn voor de consument. Toon van Dijk, Business Unit Manager BIO+: “De vraag naar biologische voedingsmiddelen blijft groeien. Inmiddels kiezen zeven op de tien consumenten steeds vaker voor een biologisch alternatief. Uit onderzoek blijkt dat consumenten hulp nodig hebben in het maken van de biologische keuzes. Met name op het gebied van keurmerken en bij de uitleg wat biologisch is. Het nieuwe design speelt hierop in. We willen met BIO+ blijven innoveren en uitbreiden zodat we aan de groeiende vraag kunnen voldoen. Het ondersteunen van onze leden op communicatie, zoals op verpakkingen, is hierbij een belangrijk onderdeel.”

### Aandacht voor verpakkingen

Binnen het re-design van BIO+ is ook aandacht voor de uitleg over de verpakkingen zelf, zoals gebruik van plastic bij versproducten. De omzetsnelheid van biologische producten is lager dan die van conventionele producten. Daardoor is extra aandacht nodig voor de houdbaarheid bij deze producten.

De producten met het nieuwe design stromen geleidelijk in. De eerste producten liggen inmiddels in de winkel. Het streven is om aan het einde van 2021 alle producten te voorzien van het nieuwe design. Toon van Dijk: "Het duurzamer verpakken van onze biologische producten, liefst vrij van plastic, is een speerpunt én een grote uitdaging. Consumenten begrijpen vaak niet waarom biologisch verpakt is in plastic. Daar willen we aan werken."

De producten met het nieuwe design stromen geleidelijk in. De eerste producten liggen inmiddels in de winkel. Het streven is om aan het einde van 2021 alle producten te voorzien van het nieuwe design.