

Groente- en fruitbestedingen blijven hoger dan vóór de coronacrisis

Covid-19 en de bijhorende maatregelen hebben een enorme impact op de voedingsbestedingen in het algemeen en de groente- en fruitbestedingen in het bijzonder. De groente- en fruitbestedingen stegen in 2020 met dubbele cijfers om in 2021 te dalen maar ze blijven wel hoger dan vóór corona. De verse groenten waren vorig jaar goedkoper en de aankopen van verse groenten bleven quasi stabiel in volume. Binnen de top tien konden bloemkolen en sla, vooral kropsla, nog groeien. Onze nationale trots witloof viel vorig jaar lichtjes terug maar grondwitloof groeide dan weer fors. De nummer één in de groentekorf blijft tomaat, op de voet gevolgd door wortel.

In 2021 kocht de Belg gemiddeld 39 kg verse groenten en hij besteedde er 110 euro aan. De aankopen van vers fruit daalden sterker dan die van groenten in 2021 tegenover 2020 maar blijven een plus optekenen ten opzichte van 2019. De banaan blijft in de fruitkorf op nummer één. De appel op nummer twee daalde meer dan gemiddeld maar de Jonagold blijft een stevige marktleider. Stijgers in de fruitoptien waren kiwi en druiven. De aardbeien vielen na een uitstekend seizoen in 2020 sterk terug in 2021. Blauwe bosbessen blijven het goed doen alsook ananas en biofruit.

In 2021 kocht de Belg gemiddeld 44 kg vers fruit voor 128 euro.

Dis 1 is een stevige marktleider gevolgd door hard discount, die in crisistijd weet te groeien. Op de derde plaats staat de buurtsupermarkt. De openbare markt had het moeilijk omdat ze tijdelijk gesloten waren in 2020 maar ze herstellen nu hun marktpositie. De e-commerce van groenten en fruit blijft beperkt maar verdubbelt zijn aandeel van 1 naar 2%.

Thuis is en blijft veruit de belangrijkste consumptieplaats voor voeding in het algemeen en voor groenten en fruit in het bijzonder. De buitenshuisconsumptie herstelde zich in 2021 maar blijft nog verder onder het niveau van vóór corona.

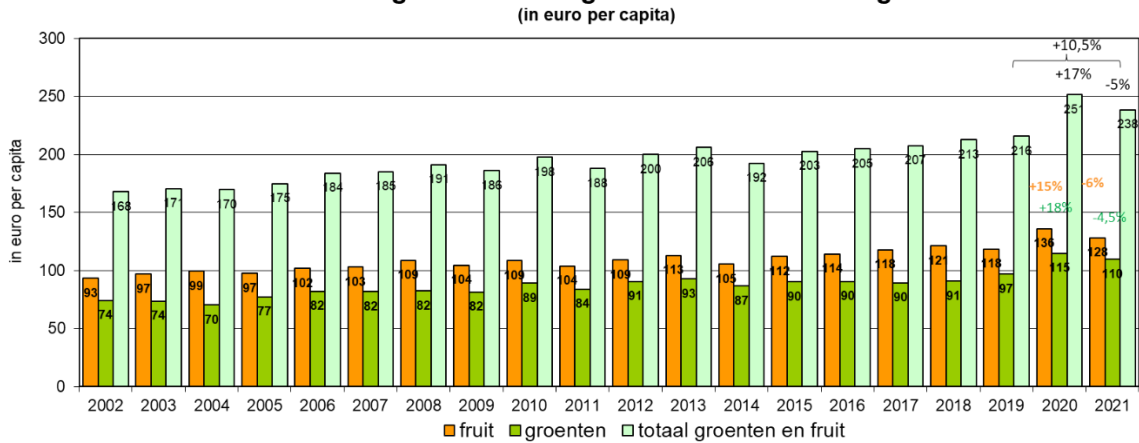
Groenten en fruit passen perfect in het 5G-model (genieten, gemak, goedkoop, gezond en geweten) en voldoen hiermee aan de verwachtingen van de consument.

Dat alles leert VLAM uit diverse consumentenonderzoeken oa via het GfK-panel van 6 000 Belgische gezinnen.

Groente- en fruitbestedingen blijven hoger dan vóór corona

De coronacrisis had een grote impact op ons eet- en koopgedrag. Omdat we meer thuis ons eigen potje moesten koken stegen de voedingsbestedingen in 2020 met dubbele cijfers om in 2021 te dalen maar ze blijven wel hoger dan vóór corona. Eenzelfde evolutie zien we ook bij groenten en fruit. De groente- en de fruitbestedingen stegen in 2020 met 15% om in 2021 met 5% (verse groenten -4,5% en vers fruit -6%) te dalen maar dit is 10,5% hoger dan vóór corona (verse groenten 13% hoger en vers fruit 8% hoger).

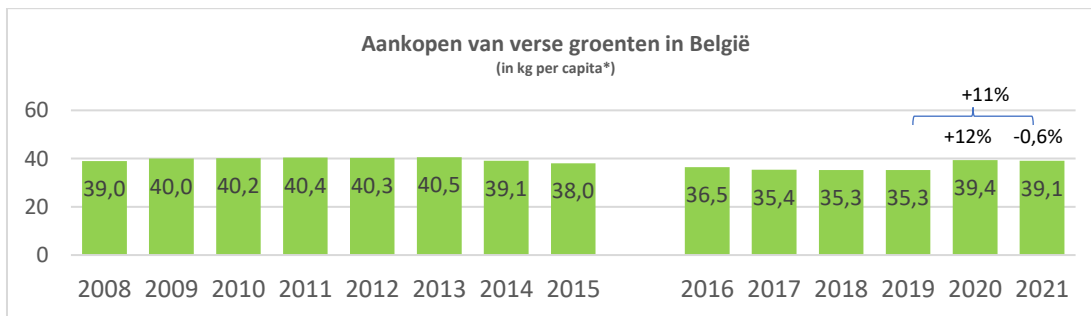
Bestedingen van verse groenten en fruit in België



Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM

Aankopen van verse groenten hoger dan vóór corona

Verse groenten waren vorig jaar gemiddeld 4% goedkoper (gemiddelde groenteprijs 2,80 euro per kg) en de aankopen van verse groenten bleven quasi stabiel in volume per capita (-0,6%). Ten opzichte van 2019 liggen de groenteaankopen nu 11% hoger. In 2021 kocht de Belg gemiddeld 39 kg verse groenten en hij besteedde er 110 euro aan.



Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM *herberekening van de gegevens vanaf 2016

Nagenoeg alle Belgische gezinnen kopen verse groenten. Ze doen dit gemiddeld 61 keer per jaar of iets meer dan wekelijks. Vlamingen en gezinnen uit de hogere sociale groep kopen in verhouding meer verse groenten dan Walen en gezinnen uit de middelste en lagere sociale groepen.

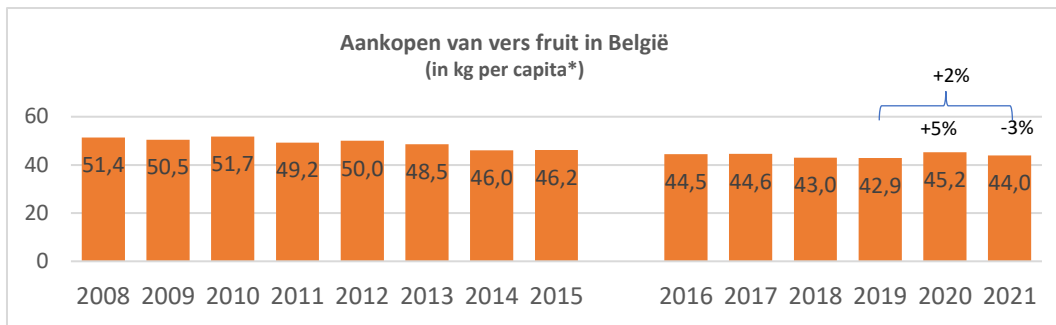
Binnen het versegroentesegment hebben de voorverpakte verwerkte groenten een aandeel van 9% in volume en 18% in bestedingen.

De biogroenten groeiden in 2021 met 7% waardoor het bioaandeel steeg van 8 naar 9%. 8 op 10 Belgen kopen al eens biogroenten. De Belg koopt gemiddeld 2,7 kg biogroenten per jaar.

82% van de groenten wordt in verse vorm gekocht. Dus diepvriesgroenten en groenten in conserven of bokalen vormen slechts 18% van het groenteverbruik van de Belg.

De aankopen van vers fruit doen het minder goed dan groenten

De aankopen van vers fruit daalden in 2021 met 3% in volume per capita. Ten opzichte van 2019 liggen de fruitaankopen nu 2% hoger maar dit is veel lager dan de groei bij groenten. De gemiddelde fruitprijs lag vorig jaar 3% lager dan het jaar voordien.



Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM *herberekening van de gegevens vanaf 2016

Vorig jaar kocht de Belg gemiddeld 44 kg vers fruit voor 128 euro. Net zoals voor groenten koopt bijna elk Belgisch gezin fruit en dit gebeurt gemiddeld 55 keer per jaar. Dit aantal schommelt de laatste jaren tussen 55 en 56 keer. Vlaamse huishoudens zijn grotere fruitkopers dan Waalse en oudere huishoudens grotere dan jongere.

64% van de Belgen koopt wel eens biofruit. Het aantal kopers van biofruit is stijgend alsook de aankoopfrequentie. Van de totale fruitbesteding is een groeiend aandeel bio namelijk 7%.

Tomaat blijft de meest gekochte groentesoort

De tomaat blijft de koploper binnen het groenteassortiment met 5,58 kg per capita op de voet gevolgd door wortelen met 5,56 kg per capita en op de derde plaats ajuin met 4,11 kg per capita. Binnen het tomatensegment groeit het belang van de kerstomaten. In waarde zijn deze kerstomaten veruit het belangrijkste tomatensegment geworden en nemen ze de helft van de tomatenomzet voor hun rekening. Binnen de top tien konden bloemkolen (+31% in volume) en sla (+6%) nog groeien. Binnen de slacategorie deed de kropsla, die fors goedkoper was, het bijzonder goed in 2021 (+32% in volume). Onze nationale trots 'witloof' viel lichtjes terug (-3% in volume) maar grondwitloof groeide dan weer fors (+81%).

Top tien verse groenten in België (in kg per capita)

Rang	Product	2021	2020
1	Tomaten	5,58	5,87
2	Wortelen	5,56	5,76
3	Ajuin	4,11	4,18
4	Witloof	2,96	3,05
5	Sla	2,41	2,28
6	Paprika en pepers	1,82	1,81
7	Prei	1,57	1,78
8	Courgettes	1,52	1,56
9	Bloemkolen	1,41	1,08
10	Champignons	1,40	1,47

Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM

De Vlaming neigt in verhouding eerder naar paprika, prei, champignons, broccoli, bloemkool, spruitjes, witte asperges, ijsbergsla, kerstomaten en spinazie, terwijl de Waal in verhouding eerder kiest voor witloof, tros- en romatomaten, courgette, kropsla, sjalot, andijvie en aubergine. De Brusselaar springt er bovendien voor artisjokken, komkommer en prinsessenboontjes. Groentesoorten

die eerder in de smaak vallen bij jongere gezinnen zijn tomaten, wortelen, paprika, courgette, champignons, komkommer, aubergine en diverse slasoorten. Oudere gezinnen kiezen daarentegen in verhouding eerder voor witloof, prei, koolsoorten, kropsla, selder, sjalot en asperges.

Banaan blijft op 1

De banaan (7,79 kg per capita) blijft ook in 2021 de meest gekochte fruitsoort. De appel (7,24 kg) op nummer twee daalde met 7% meer dan gemiddeld. Jonagold blijft een stevige marktleider met 38% van de markt maar het was vooral Pink lady die, na een minder jaar in 2020, terug terrein kon winnen. Stijgers in de fruittoptien waren kiwi (+5%) en druiven (+4%). De aardbeien vielen na een uitstekend seizoen in 2020 sterk terug (-11%). Buiten de fruittoptien blijven de blauwe bosbessen het goed doen (+15%) alsook ananas (+19%) en biofruit (+11%). De perenverkoop daalde vorig jaar met 5%. De Conference blijft met drie kwart van de perenverkoop veruit de belangrijkste variëteit. Jonge huishoudens kiezen eerder voor appels, bananen en meloenen. Oudere huishoudens zijn grotere liefhebbers van sinaasappelen, peren, perziken, nectarines, ...

Top tien vers fruit in België (in kg per capita)

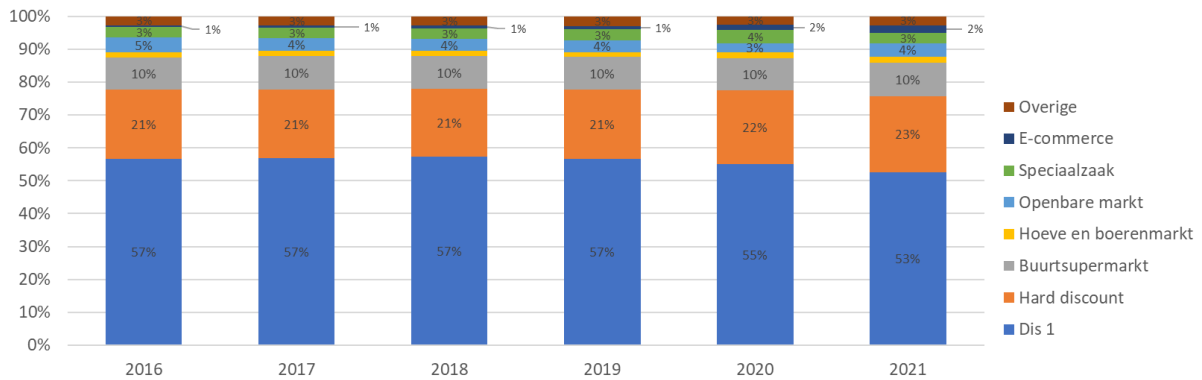
<u>Rang</u>	<u>Product</u>	<u>2021</u>	<u>2020</u>
1	Bananen	7,79	7,85
2	Appelen	7,24	7,77
3	Sinaasappelen	5,75	6,22
4	Mandarijnen en aanverwanten	3,67	3,87
5	Druiven	2,44	2,35
6	Peren	2,42	2,54
7	Meloen	2,27	2,35
8	Kiwi	2,04	1,95
9	Aardbeien	1,72	1,95
10	Citroenen	1,22	1,32

Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM

DIS 1 blijft marktleider maar hard discount wint terrein

Qua distributie gebruikt GfK een nieuwe indeling waarbij o.a. AD Delhaize bij DIS 1 gerekend wordt i.p.v. bij de buurtsupermarkten. 'DIS 1' is met 53% marktaandeel een stevige marktleider gevolgd door hard discount met 23% die in crisistijd weet te groeien. Op de derde plaats staat de buurtsupermarkt met 10% marktaandeel. De openbare markt had het moeilijk omdat ze tijdelijk gesloten waren in 2020 maar herstellen nu hun marktpositie (4% marktaandeel). De e-commerce blijft beperkt maar verdubbelt haar aandeel van 1 naar 2%. Verse groenten en vers fruit zijn echte supermarktproducten geworden.

Aandeel distributiekanaal verse groenten en fruit in België
(% op basis van volume)

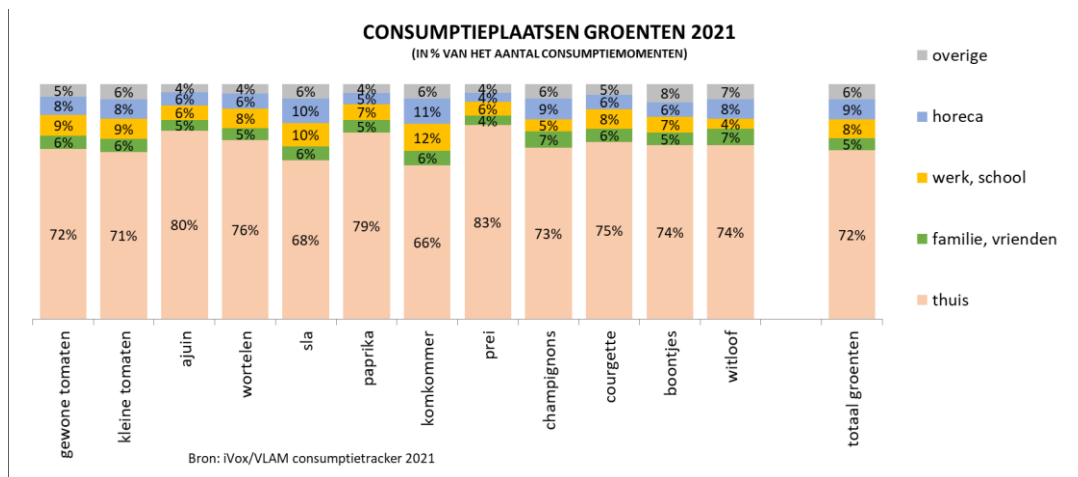


DIS 1: AH, ALMA, CARREFOUR HYPER/PLANET/GB/MARKET, CHAMPION MESTDAGH, COLRUYT, CORA, DELHAIZE AD/DE LEEUW SUPERMARKT, INTERMARCHE/ECOMARCHE, JUMBO, MAKRO/METRO, MATCH EN RED MARKET
 HARD DISCOUNT: ALDI EN LIDL
 BUURTSUPERMARKT: ALVO, CARREFOUR EXPRESS/CONTACT, CASH FRESH, DELHAIZE CITY/PROXY, LOUIS DELHAIZE, OKAY, PROFIL, ROB, SMATCH, SPAR, SUPRA ...
 Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM

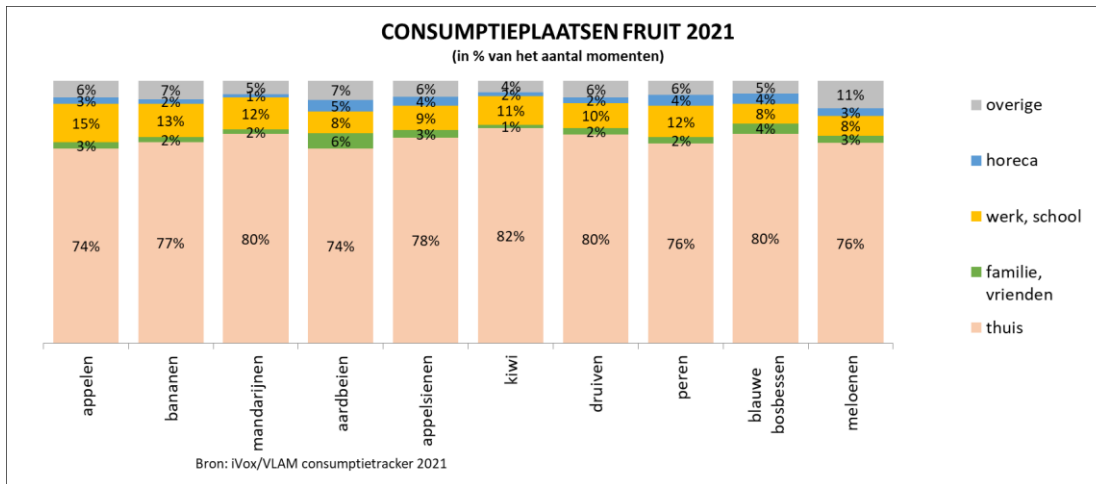
Thuisconsumptie is de norm

De buitenshuisconsumptie herstelde zich in 2021 maar blijft nog verder onder het niveau van vóór corona (-40%). Bovendien zorgt de stijgende inflatie voor onzekerheid bij de consument om volop te knallen en heerst er een zekere terughoudendheid in de foodservicemarkt.

Thuis is en blijft de belangrijkste consumptieplaats voor voeding in het algemeen en voor groenten en fruit in het bijzonder. 72% van het totaal aantal consumptiemomenten met groenten vindt thuis plaats. 5% bij familie en vrienden, 8% op het werk of op school, 9% in de klassieke horecazaken en 6% op 'overige' plaatsen. Onder 'overige' vallen onder andere feestzalen, recreatieparken en Ikea-restaurants. Sla en komkommer worden relatief meer buitenshuis geconsumeerd. Prei en ajuin zijn typische thuisproducten.



Fruit wordt iets vaker thuis en op het werk of school geconsumeerd dan groenten maar drie kwart van de fruitmomenten situeren zich wel thuis. Opvallend is het lage aandeel van horeca in de fruitconsumptie. Slechts 2% van de fruitmomenten situeert zich in de klassieke horecazaken. Kiwi en blauwe bosbessen zijn typische ontbijtproducten. Appel en banaan worden relatief meer op het werk of op school geconsumeerd.



Groenten en fruit passen perfect binnen het 5G-model

Voeding moet volgens de consument voldoen aan het 5G-model (genieten, gemak, goedkoop, gezond en geweten).



Groenten en fruit passen perfect in dit 5G-model en voldoen hiermee aan de verwachtingen van de consument. Smaak is na versheid het belangrijkste aankoopcriterium bij verse voeding. 83% van jonge, actieve Vlaamse verantwoordelijken voor aankopen binnen het gezin (vva) vindt fruit lekker en 76% vindt groenten lekker. Drie kwart van deze jonge vva vindt dat fruit maar ook groenten makkelijk te consumeren zijn. Slechts 45% van de jonge vva vindt dat groenten duur zijn bij fruit is dit 58%. Deze percentages zijn wel sterk gestegen eind 2021. Binnen alle voedingsproducten passen groenten en fruit, volgens de consument, het best binnen een gezonde en duurzame voeding.