

Inflatie zet druk op de aankopen van groenten en fruit

Door de coronacrisis (meer thuisverbruik) en de hoge inflatie lagen de voedings- en huishoudbestedingen in 2022 12,8% hoger dan in 2019 en 1,8% hoger dan in 2021. Het aantal winkelbezoeken kende in het coronajaar 2020 een dieptepunt maar steeg daarna.

De inflatie lag bij groenten en fruit lager dan gemiddeld maar toch kwamen de gekochte volumes van groenten en fruit onder druk. Het volume van verse groenten daalde vorig jaar met 5%. De volumedaling bij fruit (6%) was echter hoger dan de inflatie waardoor de fruitomzet vorig jaar daalde.

Binnen de groentetoptien, aangevoerd door de tomaat, kon enkel de komkommer (+7%) groeien. In 2022 kocht de Belg gemiddeld 37 kg verse groenten en hij besteedde er 110 euro aan.

De banaan blijft in de fruitkorf op nummer één. De appel op nummer twee daalde meer dan gemiddeld. Jonagold blijft een stevige marktleider met 40% van de appelmarkt. Stijgers in de fruittoptien waren meloen en aardbeien.

In 2022 kocht de Belg gemiddeld 41 kg vers fruit voor 127 euro.

Wat aankoopkanalen van verse groenten en vers fruit betreft weet hard discount in crisistijd te groeien.

Thuis is en blijft veruit de belangrijkste consumptieplaats voor voeding in het algemeen en voor groenten en fruit in het bijzonder. Door de coronacrisis en de bijhorende lockdowns en andere maatregelen in 2020 en 2021 steeg het thuisverbruik en daalden de consumpties buitenhuis. In 2022 zien we opnieuw een toename van het buitenshuisverbruik, zelfs tot een niveau hoger dan vóór de coronacrisis (referentiejaar 2017).

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 onder andere via het GfK-panel van 6 000 Belgische gezinnen en de iVox/VLAM-consumptietracker bij 7 300 Belgen.

Inflatie historisch hoog

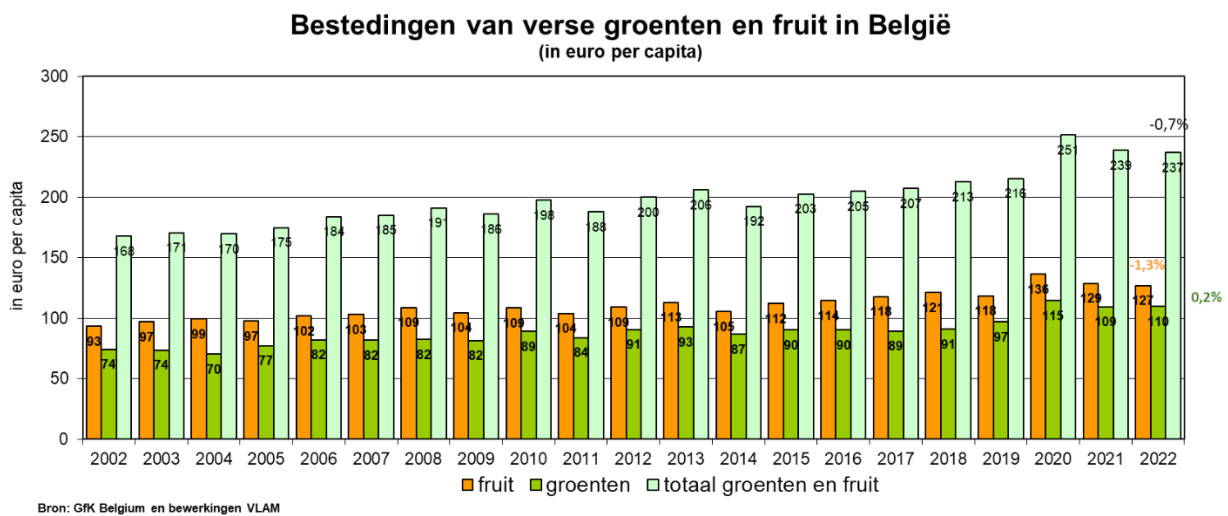
Na de atypische coronajaren werd de consument in 2022 geconfronteerd met een torenhoge inflatie, die in oktober haar hoogtepunt bereikte (12,3%). De voedingsinflatie, die gestegen was boven de 14% en hiermee de algemene inflatie oversteeg, stagneerde in december. De totale voedings- en huishoudbestedingen stegen in 2022 met 1,8%. Deze omzetgroei van 1,8% is te verklaren door een volumedaling van 4% en een stijging van de gemiddelde prijs met 6%. Deze stijging van de gemiddelde prijs is het gevolg van een inflatie van 8,4% en een downtrading van 2,4%. Dus de volumes staan onder druk en de Belg probeert de hoge inflatie te compenseren door op zoek te gaan naar goedkopere alternatieven en/of kanalen (downtrading). Het zijn, in tegenstelling tot wat men zou verwachten, vooral de kopers uit de hogere sociale klasse die in 2022 hun voedingsbestedingen terugschroefden (-3,7%). Zij gingen ten opzichte van het voorgaande jaar wellicht opnieuw vaker op restaurant maar letten in de winkel op hun centen. De lagere middenklasse hield zijn voedingsbestedingen op peil en de lagere sociale klasse verhoogde zijn voedingsbestedingen zelfs met 3,5%.

We merken ook een sterke druk op de A-merken, die hun marktaandeel vorig jaar zagen dalen van 63,3 naar 61,3%. Het zijn vooral de private labels die door de hoge inflatie terrein wisten te winnen. Door de coronacrisis (meer thuisverbruik) en de hoge inflatie lagen de voedings- en huishoudbestedingen in 2022 12,8% hoger dan in 2019. Het aantal winkelbezoeken kende een dieptepunt in 2020 maar steeg daarna lichtjes naar 187 keer per jaar in 2022. Binnen de

aankoopkanalen groeide hard discount (Aldi en Lidl) verder door. E-commerce groeit voor verse voeding maar blijft beperkt.

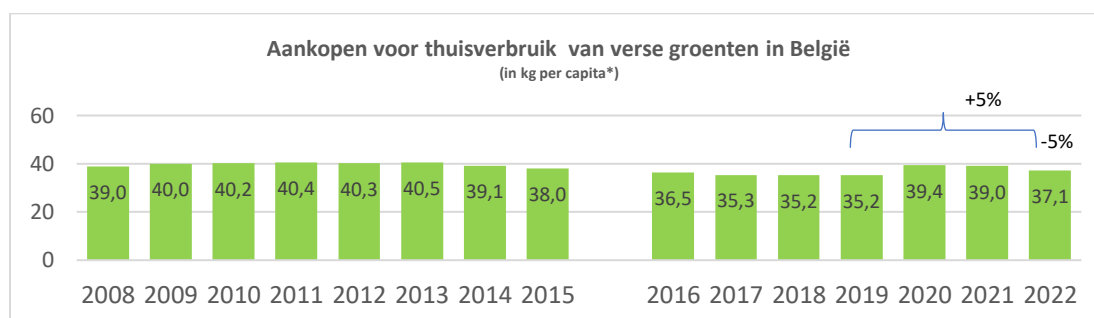
Groente- en fruitbestedingen dalen maar blijven hoger dan vóór corona

De inflatie lag bij groenten (6,8%) en fruit (4,7%) lager dan gemiddeld (8,4%) maar toch kwamen de gekochte volumes van groenten en fruit onder druk. Het volume van verse groenten daalde vorig jaar met 5% en er is sprake van een kleine downtrading (-1,2%), een verschuiving naar goedkopere alternatieven of kanalen, hierdoor bleven de groentebestedingen vorig jaar op peil (+0,2%). De volumedaling bij fruit (6%) was echter hoger dan de inflatie waardoor de fruitbestedingen vorig jaar daalden met 1,3%. De totale groente- en fruitbestedingen daalden in 2022 met 0,7% tot 237 euro per capita hetgeen 21 euro of 10% hoger is dan vóór corona (2019).



Aankopen van verse groenten dalen maar blijven hoger dan vóór corona

Door de inflatie steeg de gemiddelde groenteprijs vorig jaar van 2,81 naar 2,96 euro per kg. De aankopen van verse groenten daalden met 5% in volume per capita. Ten opzichte van 2019 kwamen de groenteaankopen in 2022 wel 5% hoger uit. In 2022 kocht de Belg gemiddeld 37,1 kg verse groenten en hij besteedde er 110 euro aan.



Nagenoeg alle Belgische gezinnen kopen verse groenten. Ze doen dit gemiddeld 60,5 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.

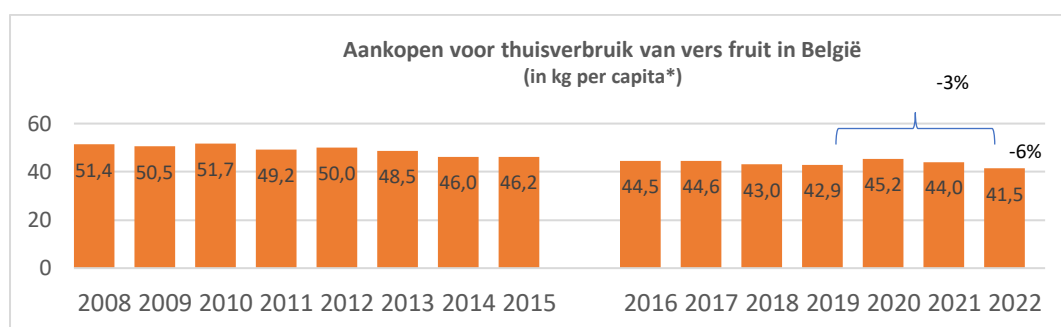
Binnen het segment van verse groenten hebben de voorverpakte verwerkte groenten een aandeel van 10% in volume en 18% in bestedingen.

De aankopen van biogroenten daalden in 2022 met 4% waardoor het bioaandeel daalde van 9 naar 8,5%. 8 op 10 Belgen kopen al eens biogroenten. De Belg koopt gemiddeld 2,5 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 2022 met 6% in volume per capita. Ten opzichte van 2019 liggen de fruitaankopen nu 3% lager. De gemiddelde fruitprijs steeg vorig jaar van 2,92 naar 3,06 euro per kg.



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

Vorig jaar kocht de Belg gemiddeld 41,5 kg vers fruit voor 127 euro. Net zoals voor groenten koopt bijna elk Belgisch gezin vers fruit en dit gebeurt gemiddeld 55 keer per jaar. Dit aantal schommelt de laatste jaren tussen 55 en 57 keer. Vlaamse huishoudens zijn grotere fruitkopers dan Waalse en oudere huishoudens grotere dan jongere.

68% van de Belgen koopt wel eens biofruit. Het aantal kopers van biofruit is stijgend maar de aankoopfrequentie daalde vorig jaar voor de eerste maal sinds 2017. Van de totale fruitbesteding is 7% bio.

Tomaat blijft de meest gekochte groentesoort

De tomaat blijft de koploper binnen het groenteassortiment met 5,22 kg per capita op de voet gevolgd door wortelen met 5,16 kg per capita en op de derde plaats ajuin met 3,87 kg per capita. Binnen het tomatensegment stagneert het belang van de kerstomaten. In waarde zijn deze kerstomaten het belangrijkste tomatensegment en nemen ze 39% van de tomatenomzet voor hun rekening. Binnen de groentetoptien kon enkel de komkommer (+7%) groeien. Andere groeiers buiten de top tien waren: andijvie (+17%), spruiten (+6%) en gemengde sla (+4%). Onze nationale trots 'witloof' viel sterk terug (-10% in volume) maar grondwitloof groeide dan weer fors (+51%).

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

<u>Rang</u>	<u>Product</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
1	Tomaten	5,22	5,59
2	Wortelen	5,16	5,47
3	Ajuin	3,87	4,14
4	Witloof	2,66	2,96
5	Sla	2,34	2,41
6	Paprika en pepers	1,75	1,81
7	Prei	1,56	1,57
8	Komkommers	1,44	1,35
9	Bloemkolen	1,42	1,41
10	Courgettes	1,36	1,52

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 (7,71 kg per capita) blijft ook in 2022 de meest gekochte fruitsoort. De appel op nummer twee daalde met 9% meer dan gemiddeld. Jonagold blijft een stevige marktleider met 40% van de appelmarkt. Stijgers in de fruittoptien waren meloen (+4%) en aardbeien (+2%). Buiten de fruittoptien deden vooral frambozen (+10%), kersen (+8%) en avocado (+7%) het heel goed. De perenverkoop daalde met 8%. Conference blijft met ruim 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, ...

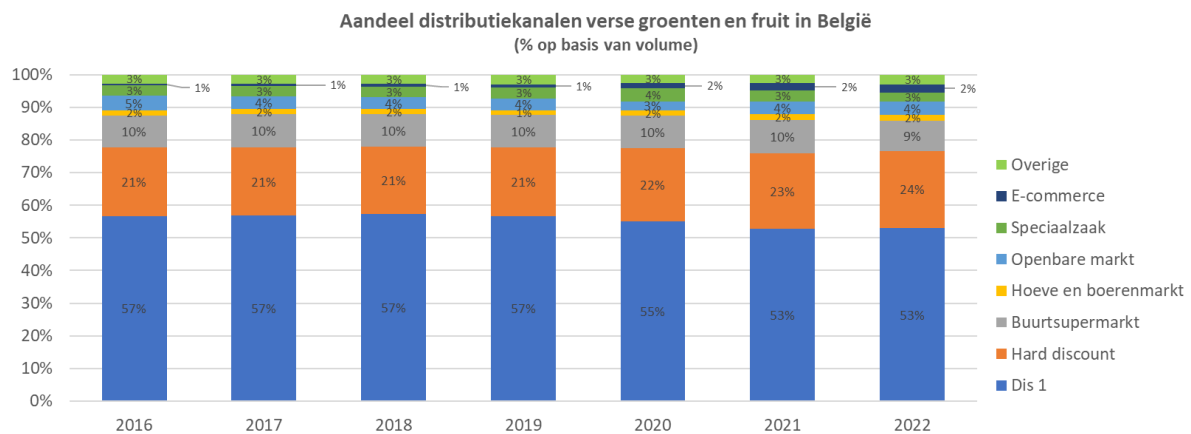
Top tien vers fruit in België (in kg per capita)

<u>Rang</u>	<u>Product</u>	<u>2022</u>	<u>2021</u>
1	Bananen	7,71	7,79
2	Appelen	6,58	7,24
3	Sinaasappelen	5,29	6,03
4	Mandarijnen en aanverwanten	3,51	3,67
5	Druiven	2,41	2,44
6	Meloen	2,38	2,29
7	Peren	2,24	2,44
8	Aardbeien	1,76	1,72
9	Kiwi	1,74	2,04
10	Citroenen	1,13	1,22

Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM

Hard discount groeit in crisistijd

Wat aankoopkanalen van verse groenten en vers fruit betreft, zijn de klassieke supermarkten (DIS 1) met 53% marktaandeel stevig marktleider gevolgd door hard discount met 24%, die in crisistijd weet te groeien. Hard discount vergroot zijn marktaandeel van 21% in 2019 naar 24% in 2022. Op de derde plaats staat de buurtsupermarkt met 9% marktaandeel. Verse groenten en vers fruit zijn echte supermarktproducten geworden. 86% van de verkoop van verse groenten en fruit situeert zich in DIS 1, hard discount of buurtsupermarkt. De openbare markt stabiliseert, na een moeilijke coronaperiode, op 4% marktaandeel. De e-commerce blijft beperkt maar verdubbelt haar aandeel van 1% in 2016 naar nu 2%.



DIS 1: AH, ALMA, CARREFOUR HYPER/PLANET/GB/MARKET, CHAMPION MESTDAGH, COLRUYT, CORA, DELHAIZE AD/DE LEEUW SUPERMARKT, INTERMARCHÉ/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, PROFIT, ROB, SMATCH, SPAR, SUPRA ...
Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM

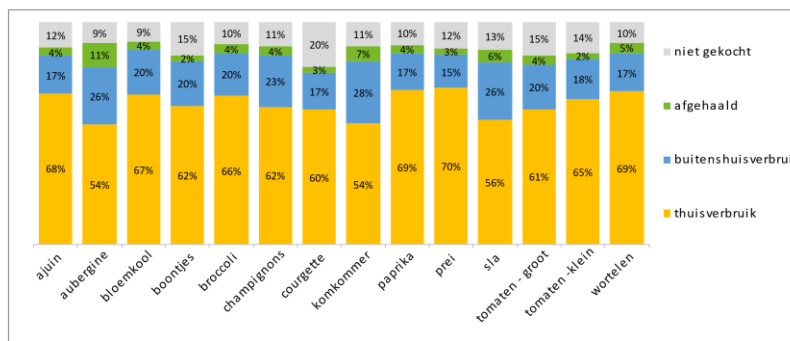
Thuisconsumptie is de norm maar buitenshuisverbruik neem opnieuw toe

Door de coronacrisis en bijhorende lockdowns en andere maatregelen in 2020 en 2021 steeg het thuisverbruik en daalden de consumpties buitenshuis. In 2022 zien we opnieuw een toename van het buitenshuisverbruik, zelfs tot een niveau hoger dan vóór de coronacrisis (referentiejaar 2017). Dit geldt zowel voor de consumpties in horeca als voor consumpties bij familie of vrienden, onderweg of op een andere locatie. Enkel de consumpties op het werk bleven in 2022 onder het niveau van 2017.

Een gelijkaardig verhaal zien we voor warme maaltijden. Op een gemiddelde dag in 2017 at 71% van de Belgen een zelfbereide warme maaltijd. In 2020 steeg dit tot 75% en ook in 2021 lag dit nog hoger, nl. 73%. In 2022 daalde de dagpenetratie van zelfbereide warme maaltijden echter opnieuw tot onder het niveau van 2017, nl tot 69%. In vergelijking met 2017 aten we in 2022 vaker afgehaalde of thuisgeleverde warme maaltijden.

Bij groenten merken we qua consumptieplaatsen dezelfde tendens als bij de totale consumptie en de warme maaltijden, namelijk een stijging van het belang van de thuisconsumpties in 2020 en 2021, maar een daling van dit belang in 2022. Vorig jaar daalde de thuisconsumptie van groenten zelfs tot onder het niveau van voor de coronacrisis (2017). 64% van de keren dat we groenten eten, is dit thuis en daarnaast ook nog 7% bij familie of vrienden. Werk/school is goed voor 10% en horeca voor 12% van het aantal eetmomenten met groenten. Het aandeel van groenten in de horeca is gestegen in 2022. In 2017 was dit aandeel slechts 9%. De typische thuisproducten zijn: prei, paprika en wortelen. Aubergine, komkommer en sla eten we relatief meer buitenshuis.

TYPE VERBRUIK GROENTESOORTEN 2022 (IN % VAN HET AANTAL CONSUMPTIEMOMENTEN)



Bron: Consumptietracker VLAM

VLAM.be

Het dagelijks verbruik van groenten bij de maaltijd staat onder druk

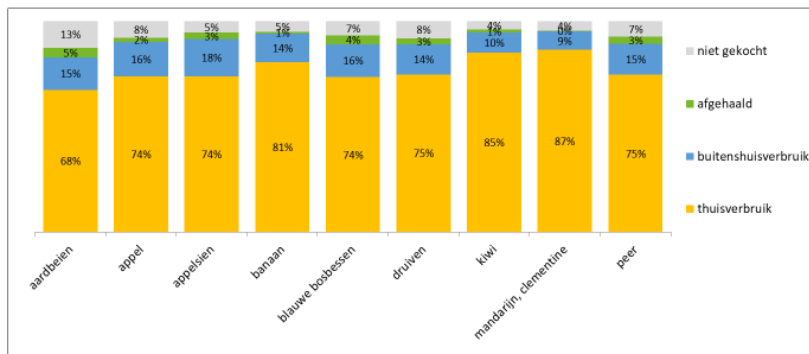
Op een gemiddelde dag in 2022 at 72% van de Belgen groenten tegenover 75% in 2017. Deze dagpenetratie (dagelijks verbruik) ligt hoger in Vlaanderen, bij de ouderen, bij de vrouwen en bij de hoger opgeleiden. Groenten worden hoofdzakelijk geconsumeerd bij de maaltijd of als hoofdmaaltijd maar juist hier staan groenten onder druk. Het dagelijks verbruik van groenten bij de maaltijd daalde van 60% in 2017 naar 53% vorig jaar. Vooral klassiekers zoals sla, tomaten en wortelen kampen met een dalende dagpenetratie.

Het dagelijks verbruik van fruit blijft min of meer op peil

Op een gemiddelde dag in 2022 at 64% van de Belgen fruit tegenover 65% in 2017. Het dagelijks verbruik van fruit ligt hoger in Brussel, op een weekdag, bij de ouderen, bij de vrouwen en bij de hoger opgeleiden. De dagpenetratie is het hoogst voor appels (21% at op een gemiddelde dag in 2022 een appel), op de voet gevolgd door bananen (18%). De dagpenetratie van appels staat wel onder druk en daalde van 23% in 2017 naar 21% in 2022.

Bij fruit merken we qua consumptieplaatsen dezelfde tendens als bij de groenteconsumptie, namelijk een stijging van het belang van de thuisconsumpties/thuisverbruik in 2020 en 2021, maar een daling van dit belang in 2022 tot onder het niveau van voor de coronacrisis (2017). 68% van de keren dat we fruit eten, is dit thuis en daarnaast ook nog 4% bij familie of vrienden. Werk/school is goed voor 14% en horeca voor 7% van het aantal eetmomenten met fruit. Het aandeel van fruit in de horeca is gestegen in 2022. In 2017 was dit aandeel slechts 1,5%. De typische thuisproducten zijn kiwi, mandarijn en clementine. Aardbeien eten we relatief meer buitenshuis en worden ook vaker gekregen of zelf gekweekt.

TYPE VERBRUIK FRUITSOORTEN 2022 (IN % VAN HET AANTAL CONSUMPTIEMOMENTEN)

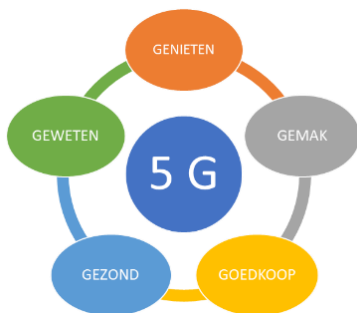


Bron: Consumptietracker VLAM

VLAM.be

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's vindt dat fruit maar ook groenten makkelijk te consumeren zijn. Slechts 45% van de jonge vva's 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.