

Inflatie zet druk op volume versmarkt

De bestedingen aan verse voeding stegen als gevolg van de hoge voedingsinflatie (13,9%) in de periode juli'22 – juni'23 met 9,3%. Deze bestedingen stegen dus minder sterk dan de voedingsinflatie, wat duidt op een markt die in volume onder druk staat.

Sterke prijsstijgingen zorgen voor sterk dalende volumes voor een aantal zuivelproducten. De vleesaankopen bleven de voorbije periode stabiel.

Vooraf hard discount wint verder marktaandeel. Deze winst realiseerde hard discount de voorbije periode voornamelijk door hogere prijsstijgingen en niet door hogere volumes.

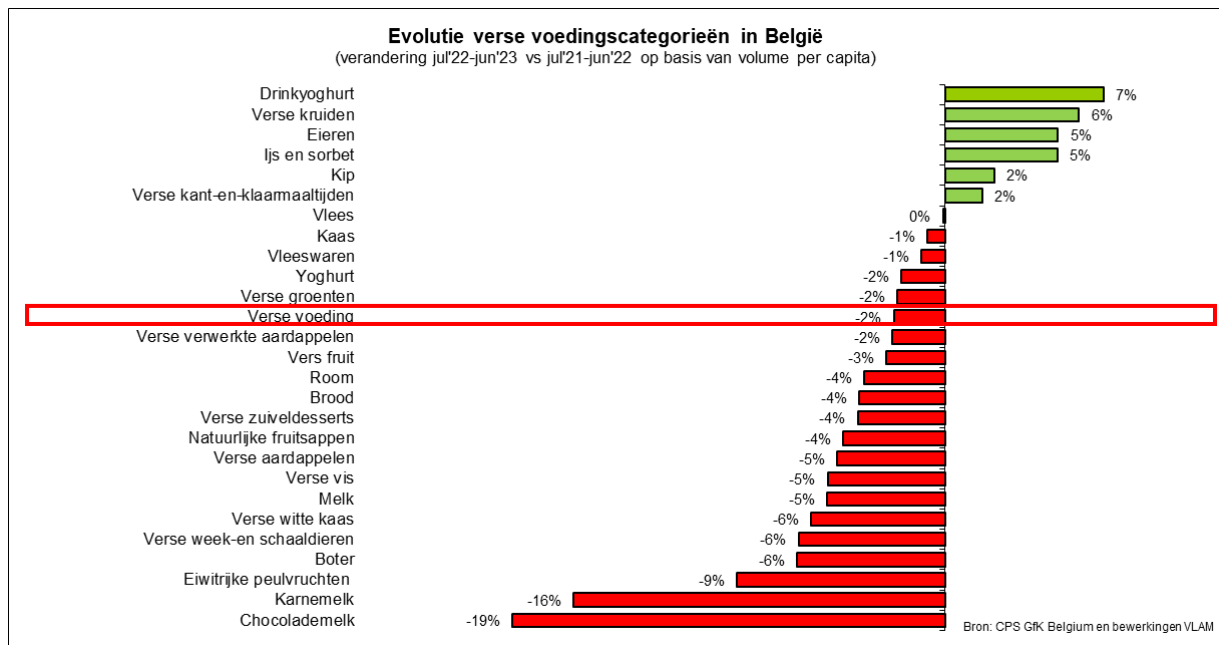
Dit blijkt uit de data die GfK Belgium bij 6 000 huishoudens in opdracht van VLAM verzamelde.

De versmarkt kromp in de periode juli'22-juni'23 met 2% in volume

In de periode juli'22 – juni'23 kochten de Belgen samen voor 9,1 miljard euro aan verse voeding, wat 9,3% hoger is dan in de periode juli'21 – juni'22. In volume per capita noteerde de versmarkt in de periode juli'22 – juni'23 een daling van 2%.

De opmerkelijkste dalers in de voorbije periode waren chocolade- en karnemelk. Deze laatste is een structurele daler. Opvallend is ook de daling bij eiwitrijke peulvruchten (-9% in volume per capita).

Vis, week- en schaaldieren, aardappelen, brood, natuurlijke fruitsappen en de meeste zuivelproducten daalden sterker dan de totale versmarkt.



Sterke stijging melkprijs

De gemiddelde melkprijs steeg in de voorbije periode met 31%, waardoor de besteding van witte melk wel steeg met 25% maar het volume daalde met 5%. Melk blijft een basisproduct en reageert prijsinelastisch. Dit betekent dat de vraag naar melk minder sterk daalt dan de hoge prijsstijgingen zouden doen verwachten. De zuivelbestedingen stegen in de periode juli'22- juni'23 met 15% tot 3,4 miljard euro. Ook deze groei is vooral prijs gedreven. In volume noteerden we immers bij de meeste zuivelproducten een daling van 1% tot 6%. Uitzondering op de regel waren drinkyoghurt (+7% in volume per capita) en ijs (+5%). Kaas daalde slechts met 1% namelijk van 11,9 kg per capita in juli'21-juni'22 tot 11,8 kg in juli'22-juni'23. Door een prijsstijging met 16% steeg de kaasbesteding wel met 15%. Binnen de kaassoorten kennen de zachte kazen een groei, terwijl de harde kazen stabiliseren en de halfharde kazen dalen. Het volumeaandeel van private label kent een stijgende trend en kwam in de voorbije periode uit op 64%. Het marktaandeel van Belgische kazen kent een daling. In België is 13% van alle gekochte kazen Belgisch.

Vers fruit steeg minder in prijs

De aankopen van vers fruit daalden met 3% in volume per capita. Vers fruit was de voorbije periode slechts 8% duurder wat een pak lager is dan de algemene prijsstijging van 13,9%. De aankopen van verse groenten liepen gelijk met het gemiddelde van de versmarkt en daalden in de periode juli'22-juni'23 met 2% in volume per capita. De prijs van verse groenten volgde de voedingsinflatie en steeg met 14%. Binnen de groentetoptien deed vooral de komkommer het uitstekend. Ondanks een hogere prijs (+31%) steeg het gekochte volume van komkommers met 10%. Ook verse kruiden lieten positieve cijfers optekenen (+6% in volume per capita).

Eieren en kip groeiden

Eieren en kip zijn een van de weinig verscategorieën die in volume weten te groeien ondanks de hogere prijzen. In de periode juli'22 – juni'23 werden 5% meer eieren verkocht ondanks een prijsstijging van 25%. De eierbestedingen zwingen dan ook de pan uit (+31%). De aankopen van verse kip stegen in deze periode met 2% ondanks de hogere gemiddelde prijs (+15%) waardoor de kipbesteding 17% hoger lag. De biokip deed het goed en zag haar volumeaandeel toenemen van 2,7 naar 3,3%.

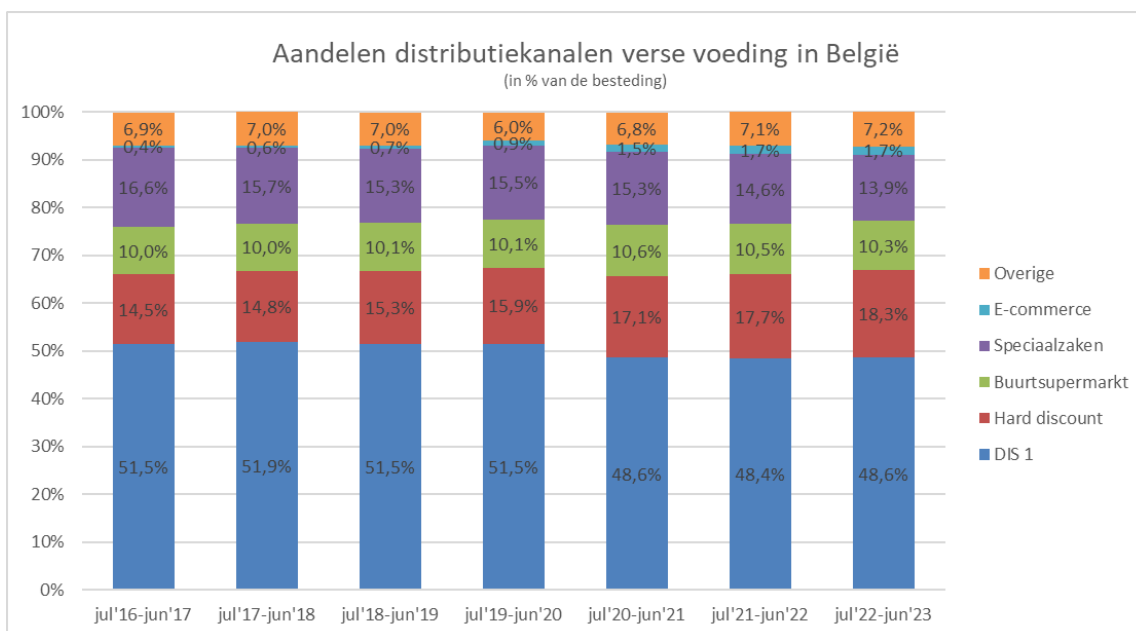
Vleesaankopen bleven stabiel.

De vleesaankopen (exclusief gevogelte) bleven in de periode juli'22 – juni'23 stabiel op 17,2 kg per capita. Binnen die vleescategorie wint vooral varkensvlees volumeaandeel en dit ten koste van enkele kleinere vleessoorten zoals kalfsvlees. Rundvlees en vleesmengelingen weten hun volumeaandeel min of meer te behouden. Binnen de vleescategorie wint het bewerkte vlees jaarlijks volumeaandeel. Vooral gehakt weet binnen het bewerkte vlees zijn volumeaandeel te vergroten, terwijl het thuisverbruik van gemarineerde vlees in dalende lijn zit. Verder merken we, zoals voor kip, een grotere interesse voor biovlees.

De vleeswarenmarkt is een licht dalende markt (-1% in volume per capita) waarbij de gevogeltebereidingen volumeaandeel winnen, ten koste van onder andere paté.

Hard discount wint terrein

Hard discount wint niet alleen op korte termijn maar ook op lange termijn terrein op de versmarkt. Dit kanaal groeide in de voorbije periode naar 18,3% marktaandeel terwijl dit zes jaar geleden slechts 14,5% was. De winst die hard discount realiseerde in de voorbije periode was wel voornamelijk te danken aan een hogere prijsstijgingen (maar ze blijven wel goedkoper) en niet door grotere verkochte volumes. Een andere groeier in de versmarkt is e-commerce. In de coronaperiode boemde de e-commerce en zag zijn, welswaar klein, marktaandeel verdubbelen van 0,7 naar 1,5%. In de periode jul'22-jun'23 stageerde het marktaandeel van e-commerce op 1,7%. Deze twee kanalen blijven met deze marktaandeel binnen de versmarkt wel onder hun globale marktaandeel (FMCG) van respectievelijk 19,4% en 4%. Bijna de helft van de omzet van verse voeding (48,6%) wordt gedraaid door die grotere supermarkten (DIS 1) maar zij verliezen vooral de laatste drie jaar marktaandeel. De speciaalzaak is het derde belangrijkste verskanaal met een marktaandeel van 13,9%, gevolgd door de buurtsupermarkt (10,3%).



Definities:

DIS 1: AH, ALMA, CARREFOUR HYPER/PLANET/GB/MARKET, CHAMPION, 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, PROFI, ROB, SMATCH, SPAR, SUPRA ...

FMCG: fast moving consumer goods

Verse voeding: zuivel + eieren + vers vlees, gevogelte, wild + verse vis, week- en schaaldieren + vleeswaren + brood + aardappelen + fruit + groenten