

Aankopen van groenten en fruit bleven ook in 2023 onder druk staan

De voedingsinflatie daalde in 2023 maar bleef niettemin erg hoog. Hierdoor kocht de Belg sterk prijsgedreven en verkleinde hij zijn aankoopmandje. De aankopen voor thuisverbruik van verse groenten daalden in 2023 in volume maar stegen als gevolg van de hoge inflatie wel sterk in waarde. Binnen de groentetoptien, aangevoerd door de tomaat, konden enkel courgettes en paprika's en pepers groeien. De aankopen van vers fruit stonden ook onder druk maar groeiden wel in waarde. De banaan blijft in de fruitkorf op nummer één en kon samen met de appel op nummer twee groeien in volume. Een andere stijger in de fruittoptien was de aardbei. Wat aankoopkanalen van verse groenten en vers fruit betreft, bleven de aandelen nagenoeg stabiel in 2023. Enkel de korte keten verloor vorig jaar terrein. DIS 1 is een stevige marktleider en heeft meer dan de helft van de verkoop van verse groenten en vers fruit in handen. Wat het buitenshuisverbruik betreft noteren we een algemene groei in 2023. Groenten en fruit blijven wel producten die voor het overgrote deel thuis geconsumeerd worden. Dat alles leert VLAM uit consumentenonderzoeken via het GfK-panel van 6 000 Belgische gezinnen en de iVox/VLAM-consumptietracker bij 7 300 Belgen.

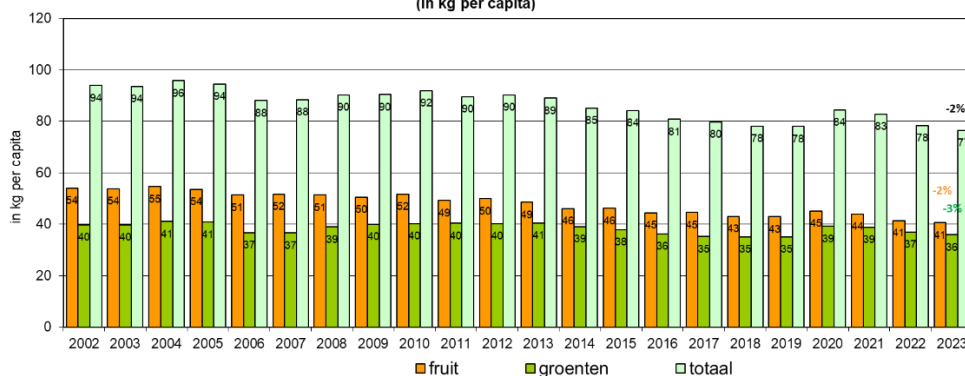
De Belg compenseert hoge inflatie met kleinere mandjes en downtrading

De algemene inflatie daalde in 2023 naar het lage niveau van voor 2022 voornamelijk door een negatieve non-foodinflatie die te verklaren is door de scherpe daling van de prijzen van energieproducten. De voedselinflatie zet zijn dalend traject verder maar blijft hoger dan de algemene inflatie en kwam vorig jaar uit op 12,9%. De totale voedings- en huishoudbestedingen (FMCG) stegen in 2023 met 9% maar het volume per aankooptrip daalde wel met 5%. Om de hoge voedselinflatie te verzachten, verkleinen de huishoudens dus de mandgrootte (volume per trip) en kiezen ze voor budgetvriendelijkere alternatieven (downtrading). Vandaar het succes van private labels en hard discount (Aldi & Lidl). Positief was dat het aantal huishoudens in 2023 groeide met 0,8%, er frequenter gewinkeld werd (+3,1%) en er meer besteed werd per winkelbezoek (+4,9%).

Hogere groente- en fruitbestedingen maar druk op het volume

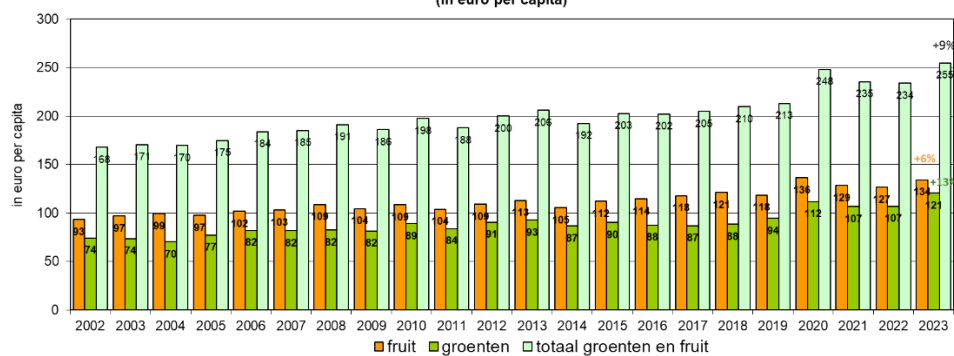
De gemiddelde groenteprijs steeg vorig jaar van 2,90 naar 3,35 euro per kg (+16%) en het gekochte groentevolume daalde slechts met 3% waardoor de groentebestedingen met 13% stegen. Vers fruit was vorig jaar 8% duurder (van 3,06 naar 3,31 euro per kg) en het volume daalde met 2% waardoor de fruitomzet vorig jaar steeg met 6%. De totale groente- en fruitbestedingen stegen in 2023 met 9%. In 2023 kocht de Belg gemiddeld 36 kg verse groenten, 41 kg vers fruit en hij besteedde er respectievelijk 121 en 134 euro aan. Samen goed voor 77 kg en 255 euro.

Aankopen verse groenten en fruit in België
(in kg per capita)



Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM

Bestedingen van verse groenten en fruit in België (in euro per capita)



Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM

Tomaat is de meest gekochte groentesoort

80% 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 overige 2% zijn kant-en-klare maaltijdsalades. Binnen het segment van verse groenten hebben de voorverpakte verwerkte groenten een aandeel van 11% in volume en 17% in bestedingen.

De tomaat blijft de koploper binnen het verse groenteassortiment met 5,07 kg per capita op de voet gevolgd door wortelen met 4,80 kg per capita en op de derde plaats ajuin met 3,84 kg per capita. Binnen het tomatensegment groeien de kerstomaten verder door en nemen reeds 34% van het volume en 51% van de omzet in. In de groentetoptien konden enkel courgettes (+9%) en paprika's en pepers (+3%) groeien. Andere groeiers waren: aubergines (+19%), look (+13%), knolselder (+12%), spinazie (+10%) en zoete aardappel (+7%). Onze nationale trots 'witloof' viel sterk terug (-7%) maar grondwitloof groeide dan weer fors (+55%).

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

Rang	Product	2023	2022
1	Tomaten	5,07	5,22
2	Wortelen	4,80	5,16
3	Ajuin	3,84	3,88
4	Witloof	2,48	2,66
5	Sla	2,21	2,34
6	Paprika en pepers	1,81	1,75
7	Courgettes	1,48	1,36
8	Prei	1,45	1,56
9	Komkommer	1,42	1,44
10	Paddestoelen	1,35	1,40

Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM

Banaan op 1 en groeit samen met de appel

De banaan (8,05 kg per capita) blijft ook in 2023 de meest gekochte fruitsoort en groeide met 4%. De appel (6,73 kg per capita) op nummer twee steeg met 2%. Jonagold blijft een stevige marktleider met 41% van de appelmarkt. Een andere stijger in de fruittoptien was de aardbei (+1%). Buiten de fruittoptien deden vooral avocado (+18%), perziken (+8%), nectarines (+6%) en abrikozen (+4%) het heel goed. De perenverkoop daalde met 13% van 2,24 naar 1,95 kg per capita. Conference wordt in deze krimpende markt nog dominanter en maakt nu 79% van de perenverkoop uit.

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

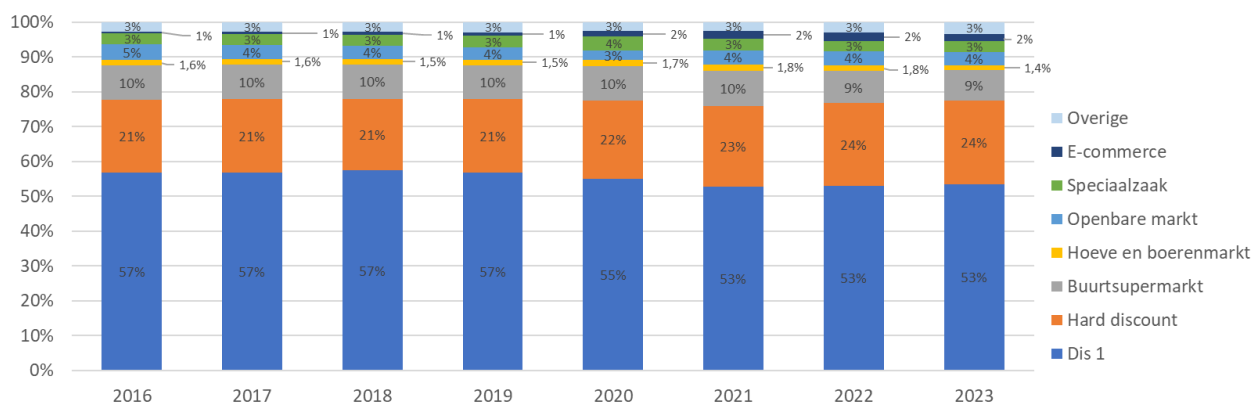
Rang	Product	2023	2022
1	Bananen	8,05	7,71
2	Appelen	6,73	6,58
3	Sinaasappelen	4,66	5,30
4	Mandarijnen en aanverwanten	3,25	3,48
5	Druiven	2,35	2,41
6	Meloen	2,32	2,38
7	Peren	1,95	2,24
8	Aardbeien	1,78	1,76
9	Kiwi	1,58	1,74
10	Citroenen	1,10	1,13

Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM

Stabiele aandelen in de distributie van verse groenten en fruit

Qua distributie van verse groenten en fruit bleven de aandelen nagenoeg stabiel in 2023. Enkel de korte keten verloor vorig jaar terrein (van 1,8 naar 1,4% marktaandeel). DIS 1 is met 53% marktaandeel een stevige marktleider gevolgd door hard discount met 24%. Hard discount kon marktaandeel winnen tot 2021 maar bleef daarna status quo. Op de derde plaats staat de buurtsupermarkt met 9% marktaandeel. 86% van de verkoop van verse groenten en fruit situeert zich in de supermarkt (DIS 1, hard discount of buurtsupermarkt). De openbare markt stabiliseert op 4% marktaandeel. De e-commerce blijft beperkt maar verdubbelt haar aandeel van 1% in 2016 naar nu 2%.

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



DIS 1: AH, ALMA, CARREFOUR HYPERMARKET, COLRUYT laagste prijs, CORA, DELHAIZE AD/SUPERMARKT, INTERMARCHE, JUMBO en MATCH
 HARD DISCOUNT: ALDI EN LIDL
 BUURTSUPERMARKT: ALVO, CARREFOUR EXPRESS, DELHAIZE PROXY/SHOP&GO, LEADER PRICE, LOUIS DELHAIZE, OKAY, SMATCH, SPAR ...
 Bron: CPS GfK Belgium en bewerkingen VLAM

Groei buitenhuisverbruik in 2023

Thuisverbruik blijft veruit het belangrijkste segment, maar we merken op langere termijn wel een dalend belang ten voordele van buitenhuisverbruik en afhaalmaaltijd. De vraag in 2023 was of de consumenten omwille van de hoge inflatie de weg zouden vinden naar de horeca? Het antwoord op deze vraag is een duidelijk 'ja'. Ondanks hogere menuprijzen, economische onrust en een lager consumentenvertrouwen wordt er nog steeds veel buitenshuis uitgegeven. In 2023 groeide het

aantal bezoeken aan alle foodservicekanalen met 2% en de omzet met 3%. De groei wordt vooral gestimuleerd door de jonge generaties: Gen Z'ers en Millennials. Zij vertonen een ander koop- en consumptiegedrag dan hun ouders, voor wie buitenhuis eten vooral een uitzonderlijk moment is, vaak in traditionele horecakanalen.

Groenten vooral thuis en bij de avondmaaltijd

Naast de gegevens over het thuisverbruik verzameld door GfK Belgium heeft VLAM ook zicht op het totale verbruik van verse producten via de iVox/VLAM-consumptietracker bij 7 300 Belgen. Hieruit blijkt dat op een gemiddelde dag in de periode juli-december 2023 68% van de Belgen groenten at. De groentconsumptie situeert zich vooral bij de avondmaaltijd (45%). 74% van de keren dat we groenten aten in de periode juli-december 2023, was dit thuis en daarnaast ook nog 7% bij familie of vrienden. Werk/school was goed voor 8%, onderweg 2% en andere locaties (o.a. horeca) waren goed voor 9% van het aantal eetmomenten met groenten.

Het dagelijks verbruik van fruit blijft min of meer op peil

Op een gemiddelde dag in de periode juli-december 2023 at 59% van de Belgen fruit. De dagpenetratie van fruit ligt hoger in Vlaanderen en Brussel, bij ouderen en bij hoger opgeleiden. 69% van de keren dat we fruit aten in de periode juli-december 2023, was dit thuis en daarnaast ook nog 7% bij familie of vrienden. Werk/school was goed voor 13%, onderweg 5% en andere locaties (o.a. horeca) waren goed voor 6% van het aantal fruitmomenten. Opmerkelijk is dat in 9% van de fruitmomenten het fruit niet gekocht werd maar werd verkregen op het werk of van o.a. familie en vrienden.