

Hoge prijzen drukken op de visaankopen in België

De hoge visprijzen als gevolg van een sterke inflatie drukken op de visaankopen in België. De Belg blijft een vleeseter en het aandeel van vis in de korf van vis, vlees, gevogelte en vleesvervangers bleef in de periode jul'22-jun'23 stabiel. Het percentage van de Belgen die vegetarisch eten, blijft beperkt.

Na de coronaperiode zit het buitenshuisverbruik dat aanzienlijk is voor de visconsumptie opnieuw in de lift.

Kabeljauw en zalm nemen ruim de helft van de visverkoop in. De visspecialist (viswinkel en openbare markt) is in Vlaanderen belangrijker voor de verkoop van Noordzeevissen dan DIS 1.

Dit blijkt uit de cijfers van het GfK Consumerpanel in België en de VLAM/iVox-consumptietracker.

Corona en inflatie stuwen de voedings- en huishoudbestedingen de hoogte in

Na de atypische coronajaren werd de consument vanaf 2022 geconfronteerd met een torenhoge inflatie. De voedingsinflatie die piekte tot boven de 16% en hiermee de algemene inflatie oversteeg bleef lange tijd op een zeer hoog niveau om in de loop van 2023 geleidelijk te zakken.

De totale voedings- en huishoudbestedingen in België stegen in de periode juli'22 – juni'23 met 8,3% naar 30,8 miljard euro en liggen 19% hoger dan voor corona. De bestedingsgroei van 8,3% in de laatste periode is het gevolg van een volumedaling van 2% en een stijging van de gemiddelde prijs van 10,5%. Deze stijging van de gemiddelde prijs is op zijn beurt het gevolg van een inflatie van 13,9% en een downtrading van 3%. 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). Vandaar de opmars van hard discount en private label.

De bestedingen aan verse voeding stegen in de periode jul'22-jun'23 met 9,3% sterker dan de totale voedings- en huishoudbestedingen (8,3%).

Na de coronaperiode waar het winkelbezoek werd beperkt in aantal en duur zit het aantal winkelbezoeken nu opnieuw in de lift. We gaan nu gemiddeld 192 keer per jaar winkelen terwijl dit in de coronaperiode slechts 180 keer was.

Hoge visprijzen drukken op de visaankopen voor thuisverbruik

De gemiddelde prijs van de totale categorie 'vis, week- en schaaldieren' in België steeg in periode jul'22-jun'23 met 7,2% en het gekochte volume per capita daalde met 4,7%; De totale bestedingen per capita van vis, week- en schaaldieren stegen wel met 3%. Ten opzichte van 2019 was er een meeromzet van 12% maar het verkochte volume staat onder druk (-4% tov 2019). Gerookte vis leed in de voorbije periode het grootste volumeverlies met 8%, gevolgd door gepaneerde vis (-7%). Visconserven (-1%) vielen minder sterk terug dan gemiddeld en diepgevroren week- en schaaldieren stegen zelfs in volume (+2%).

In de periode jul'22-jun'23 kocht de Belg 7,43 kg vis, week- en schaaldieren (vers, diepgevroren en verwerkt) voor een waarde van 116,23 euro. Ruim de helft hiervan wordt als vers gekocht. De Brusselaar is de grootste viseter en koopt 0,4 kg vis, week- en schaaldieren meer dan de Vlaming en 0,7 kg meer dan de Waal. De Waal eet relatief maar visconserven dan de Vlaming, die eerder kiest voor verse vis.

Belg blijft een vleeseter

Het aandeel van de totale categorie 'vis, week- en schaaldieren' binnen de korf van vis, vlees, gevogelte en vleesvervangers bleef in de beschouwde periode stabiel op 14% van het volume maar daalde van 19 naar 18% van de bestedingen. Vlees is met een aandeel van 55% dominant binnen deze korf. Gevogelte neemt 30% in en vleesvervangers blijven bescheiden op 1,7% marktaandeel binnen deze korf.

Het percentage Belgen dat op een gemiddelde dag volledig vegetarisch eet (geen vlees of vis die dag) bedraagt 14%.

Verschuiving thuisverbruik vis naar buitenshuisverbruik

Zoals bij de totale consumptie zien we ook bij het visverbruik in 2022 terug een verschuiving van thuisverbruik naar buitenshuisverbruik. 52% van de keren dat we in 2022 vis, week- of schaaldieren aten, was dit thuis. Dit is een stuk lager dan in de coronajaren 2020 en 2021 (respectievelijk 70% en 60%) en zelfs iets lager dan in 2017 (toen 54%). Het buitenshuisverbruik van vis, week- en schaaldieren is dus heel aanzienlijk. 19% van de keren dat we deze visproducten eten doen we dat op restaurant (Horeca), 10% van de keren op het werk/school, 8% bij familie/vrienden en 11% van de keren situeert zich op andere plaatsen (onder anderen feestzalen, events en festivals). Zalm eten we vooral thuis. Kabeljauw en mosselen eten we relatief meer buitenshuis. Bij de verwerkte vis is de viskroket een typisch buitenshuisproduct.

Vlaming grote mosseleter

De Vlaming is verzot op mosselen. De thuisconsumptie van mosselen bedraagt in Vlaanderen 1,4 kg per kop. Voeg daarbij 40% dat buitenshuis gegeten wordt en de totale mosselconsumptie komt uit op 2,5 kg per capita. Hiermee is Vlaanderen koploper in België en kan het zich meten met de Zuidere Europese landen.

De gepelde grijze garnalen (€44,05/kg) waren fors duurder in de periode jul'22-jun'23 (+11%) en verloren kopers. Het aantal kopers in België daalde van 50 naar 48 op 100.

De ongepelde grijze garnalen stegen slechts met 2% in prijs en behielden hun kopers. 6 op 100 Belgen kopen al eens ongepelde grijze garnalen.

In totaal kocht de Belg de voorbije periode gemiddeld 1,84 kg verse week- en schaaldieren. Ruim driekwart van de Vlaamse gezinnen koopt verse week- en schaaldieren en doet dat gemiddeld 7 keer per jaar.

Kabeljauw en zalm nemen ruim de helft van de visverkoop voor hun rekening

De Belg kocht in de periode jul'22-jun'23 1,37 kg verse vis. Het aantal kopers van verse vis blijft stabiel op 70 kopers op 100 en de aankoopfrequentie bedraagt 9 keer per jaar.

De twee klassiekers, zalm en kabeljauw, zijn samen goed voor meer de helft van de verkoop van verse vis in België. Zalm zet zijn opmars verder en neemt reeds 32% van de verkoop van verse vis voor zijn rekening. Alle Noordzeevissen* samen zonder kabeljauw zijn goed voor 34% van de verkoop en de andere vissoorten nemen de resterende 15% in.

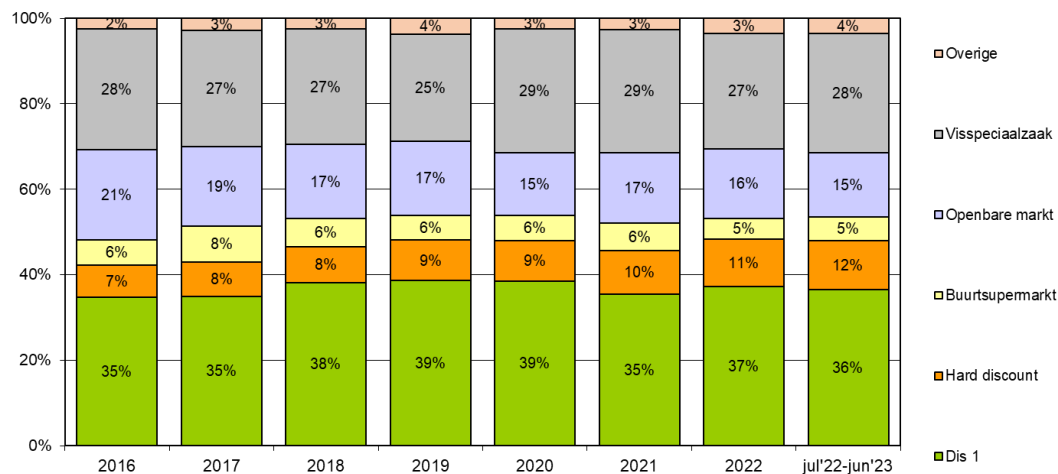
DIS 1 marktleider op de totale vismarkt in België

DIS 1 blijft met ruim 52% marktaandeel afgetekend marktleider voor de totale categorie vis, week- en schaaldieren. Hard discount is het tweede belangrijkste kanaal met 25% van de verkoop van vis, week- en schaaldieren. De visspecialzaak blijft stabiel op 8% marktaandeel. De buurtsupermarkt haalt op de vierde plaats 7% marktaandeel. De openbare markt behoudt zijn 3% marktaandeel. E-commerce is groeiend ook voor vis maar blijft klein met 1% marktaandeel.

Visspecialist belangrijk voor Noordzeevis in Vlaanderen

In Vlaanderen is de speciaalzaak en de openbare markt voor vers vis en voor Noordzeevis relatief belangrijker dan in de rest van het land. Voor verse Noordzeevis heeft de visspecialzaak hier een marktaandeel van 28% en de openbare markt een aandeel van 15%. De speciaalzaak en de openbare markt zijn dus samen goed voor 43% van de verkoop van verse Noordzeevis in Vlaanderen en zijn daarmee belangrijker dan DIS 1 (37%). De hard discount (12%) en de buurtsupermarkt (6%) zijn kleinere spelers voor Noordzeevis in het Noorden van het land.

Aandeel distributiekanaalen verse Noordzeevis* in Vlaanderen
(% op basis van volume)



Bron: CPS GfK Belgium

* Noordzeevissen (exclusief kabeljauw) : hieronder vallen de volgende vissoorten opgemeten door GfK namelijk griet, haring, heilbot, hondshaai, koolvis/pollack, leng, lotte-zeeduivel, maatjes, makreel, poon, rog, roodbaars-zeebrasem, schar, schelvis, schol, sprout, tarbot, tong, tongschar, wijting, zeebaars, zeebaarbeel en zeewolf