

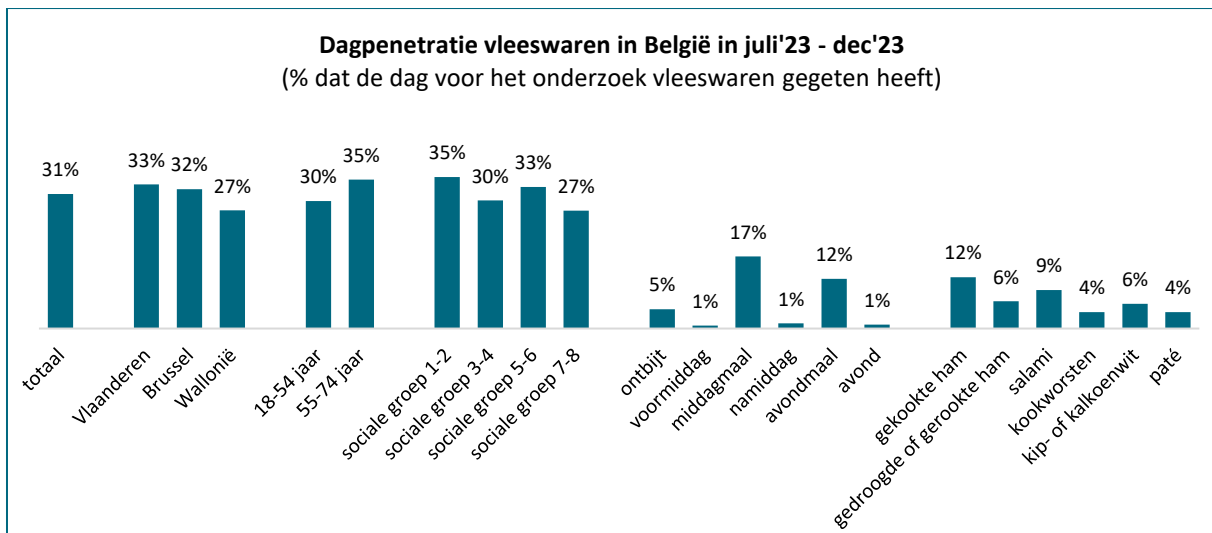
Vleeswarenverbruik in België in 2023

Vleeswaren hebben een belangrijke plaats in de voedingsgewoonten in België. Op een dag in de periode juli 2023 tot december 2023 at gemiddeld 31% van de Belgen vleeswaren, met gekookte ham als populairste vleeswarensort. 3 op de 4 keren dat we in België vleeswaren eten, gaat het over thuisverbruik. Het thuisverbruik van vleeswaren is op langere termijn licht dalend en kwam in 2023 uit op 10,5 kg per capita. Maar liefst 85% van het vleeswarenvolume wordt aangekocht in een supermarkt. Binnen de vleeswarenrayon winnen gevogeltebereidingen en gedroogde of gerookte ham de afgelopen jaren aan belang.

Dit blijkt uit de Consumptietracker van VLAM uitgevoerd door iVox bij 3.680 Belgen tussen 18 en 75 jaar en uit de thuisverbruikcijfers van CPS GfK, op basis van hun consumentenpanel van 6.000 Belgische huishoudens.

Op een gemiddelde dag eet 31% van de Belgen vleeswaren

Tijdens de periode juli 2023 – december 2023 gaf 31% van de Belgen aan dat ze de dag voordien vleeswaren gegeten hebben. Deze dagpenetratie van vleeswaren is hoger in Vlaanderen dan in Wallonië, hoger bij 55-74-jarigen dan bij 18-54-jarigen en hoger bij de hogere dan bij de lagere sociale groepen. Vleeswaren worden het vaakst gegeten bij de middagmaaltijd, gevolgd door de avondmaaltijd en het ontbijt. Het eten van vleeswaren als tussendoortje of snack blijft beperkt. Gekookte ham wordt het vaakst gegeten. Daarna volgen salami, gedroogde of gerookte ham en kip- of kalkoenwit.



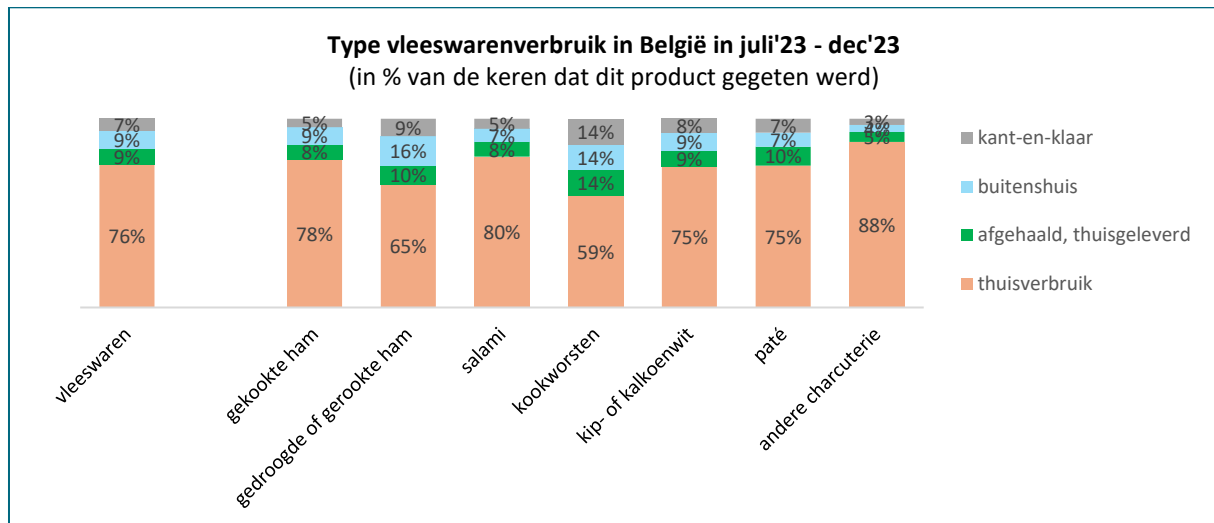
Bron: Consumptietracker VLAM (iVox, juli'23 – dec'23)

3 van de 4 keren dat we vleeswaren eten, is dit thuisverbruik

Als we vleeswaren eten, dan is dit voor 76% 'thuisverbruik', dus vleeswaren die gekocht worden om thuis op te eten of om van thuis mee te nemen naar bv. het werk. Verder worden vleeswaren in 9% van de keren afgehaald of thuisgeleverd (bv. tussen een afgehaald belegd broodje), in 9% van de keren buitenhuis gekocht en gegeten (op het werk, in een broodjeszaak, op restaurant) en in 7% van de keren in een kant-en-klaarmaaltijd verwerkt (salade met ham, macaroni, ...). Van de verschillende vleeswarensorten heeft salami het hoogste aandeel thuisverbruik (80%), gevolgd door gekookte

ham (78%). Kookworsten en gedroogde en gerookte ham hebben het laagste aandeel thuisverbruik (59% en 65%).

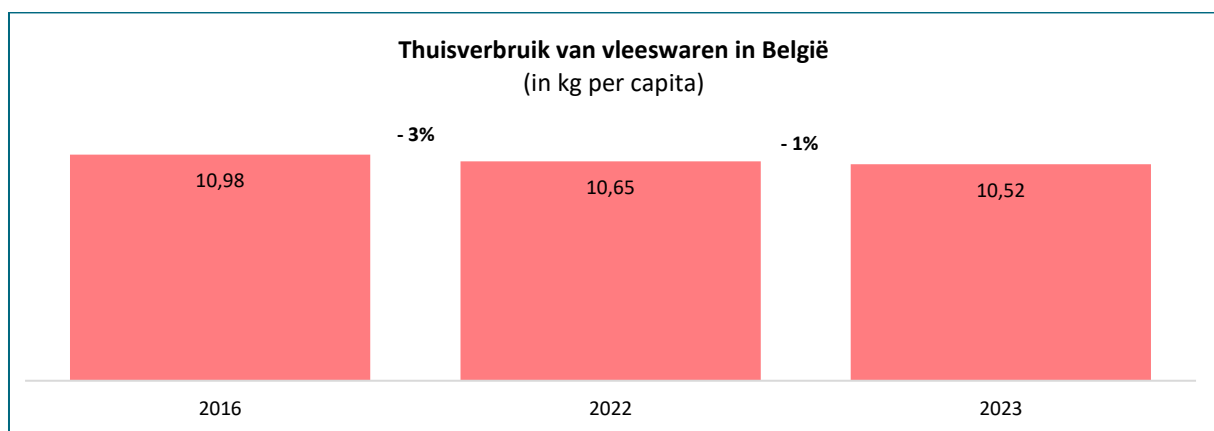
Binnen de totale voedingsmarkt blijft thuisverbruik het belangrijkste segment, maar vooral de markt van afgehaalde en thuisgeleverde maaltijden en die van kant-en-klaarmaaltijden is groeiende.



Bron: Consumptietracker VLAM (iVox, juli'23 – dec'23)

Thuisverbruik van vleeswaren toont een licht dalende trend

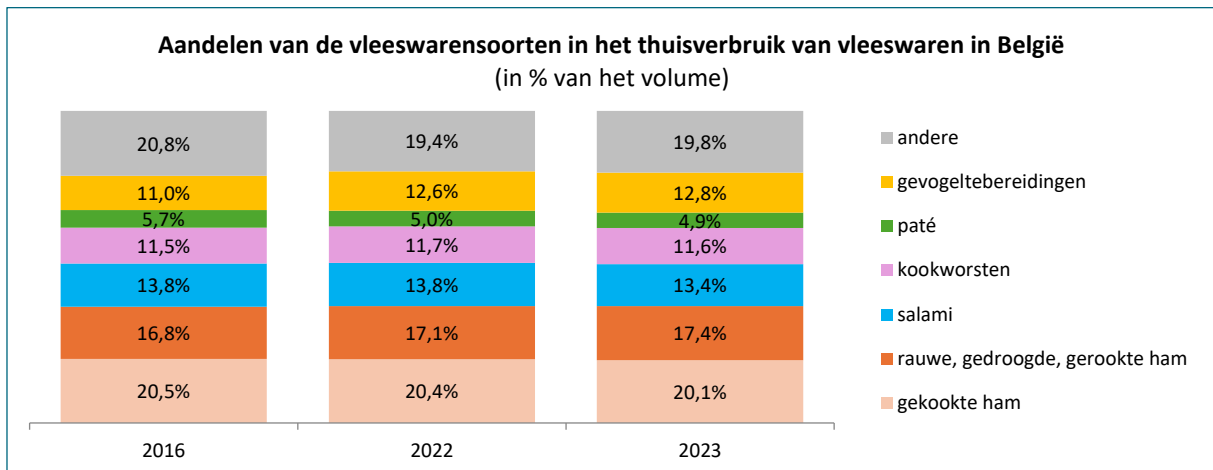
Het aangekochte volume aan voeding voor thuisverbruik staat de laatste jaren onder druk door de hoge inflatie en de groeiende foodservicemarkt. Binnen deze algemeen dalende thuisverbruikmarkt kent ook het thuisverbruik van vleeswaren een licht dalende tendens: van 11,0 kg per capita in 2016 naar 10,7 kg in 2022 en 10,5 kg in 2023. Door de stijging van de gemiddelde prijs van vleeswaren noteren we wel een omzetsijging van 1,5 miljard euro in 2016 tot 1,7 miljard in 2022 en 1,8 miljard in 2023. Bijna alle gezinnen kopen op jaarbasis minstens één keer vleeswaren, maar hun aankoopfrequentie staat wel onder druk: van 58,5 keer in 2016 tot 55,3 keer in 2022 en 55,2 keer in 2023. In volume per capita ligt het thuisverbruik van vleeswaren het hoogst in Wallonië en het laagst in Brussel en hoger bij oudere dan bij jongere huishoudens.



Bron: CPS GfK

Gevogelbereidingen winnen aan belang, maar gekookte ham blijft koploper

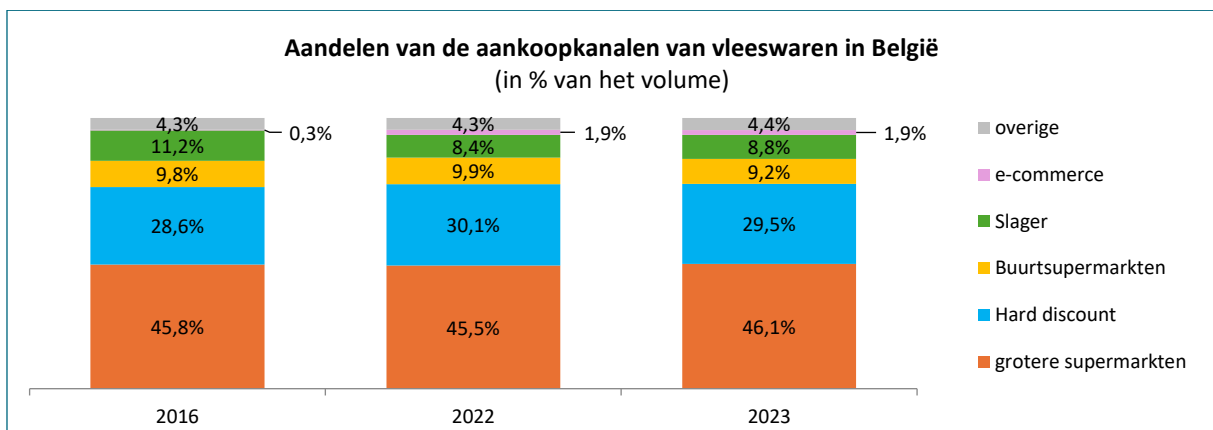
20% van het aangekocht volume vleeswaren is gekookte ham. Hiermee is gekookte ham het belangrijkste vleeswarenssegment, gevolgd door gedroogde of gerookte ham en gevogelbereidingen. De voorbije 7 jaar wonnen de gevogelbereidingen en gedroogde of gerookte ham volumeaandeel en dit ten koste van paté, gekookte ham en salami. In Vlaanderen worden in verhouding meer gevogelbereidingen en salami gekocht en in Wallonië meer gekookte ham. Jongere huishoudens kopen in verhouding eerder gevogelbereidingen en kookworsten en oudere huishoudens eerder paté.



Bron: CPS GfK

85% van het vleeswarenvolume wordt aangekocht in een supermarkt

46% van het volume vleeswaren wordt aangekocht in grotere supermarkten, 30% in hard discount (Aldi en Lidl) en 9% in buurtsupermarkten. Supermarkten hebben dus samen een volumeaandeel van 85%. Het volumeaandeel van de slaggers daalde van 11% in 2016 naar 9% in 2023. E-commerce groeide onder stimulans van de coronacrisis, maar het volumeaandeel bleef in 2023 hangen op een kleine 2%. Ten opzichte van de aandelen van de totale vleeswarenmarkt, staan de grotere supermarkten in verhouding sterker voor gekookte ham, hard discount voor gevogelbereidingen en salami, buurtsupermarkten en slaggers voor paté en e-commerce voor gedroogde en gerookte ham.



Bron: CPS GfK