

De gevogeltemarkt groeide forsier dan de voedingsmarkt in 2020

Het coronavirus heeft een grote maar tijdelijke impact op waar we eten en kopen. In 2020 kocht de Belg 9% meer verse voeding voor thuisverbruik dan het jaar voordien. De gevogeltemarkt deed het nog beter met +14%.

Het thuisverbruik van kip steeg van 7,9 kg per capita in 2019 naar 9,1 kg in 2020. Het aantal kipkopers is vorig jaar nog gestegen. Vooral verse kippendelen en verse kipbereidingen wonnen volumeaandeel ten koste van braadkip en kip in diepvries.

Het volumeaandeel van gevogelte en wild binnen de korf van vlees, vis, gevogelte en vleesvervangers blijft jaar na jaar stijgen.

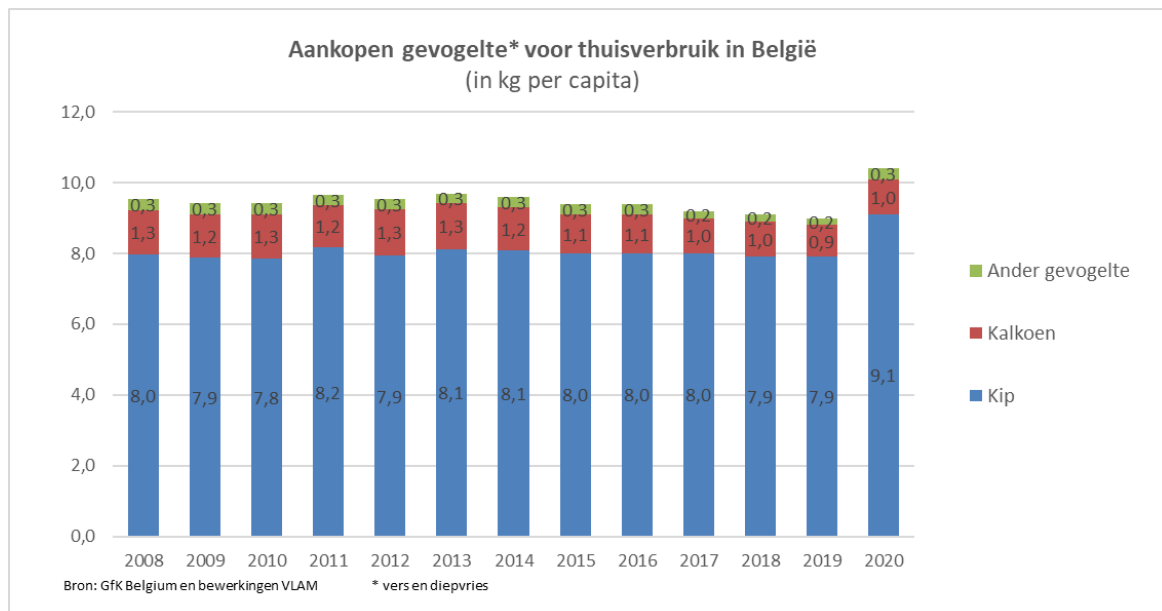
Binnen de aankoopkanalen wint vooral hard discount aandeel. De buurtsupermarkten deden het de voorgaande jaren goed, maar kenden in verhouding tot de andere kanalen een minder 2020. Voor de slager/poelier geldt het omgekeerde.

Dit noteerde het marktonderzoeksbureau GfK Belgium, dat in opdracht van VLAM het aankoopgedrag van verse producten voor thuisverbruik volgt bij 6 000 Belgische gezinnen.

Aankopen kip groeiden fors

Het coronavirus heeft een grote maar tijdelijke impact op waar we eten en kopen. Door de coronamaatregelen, zoals het sluiten van de horeca, het annuleren van events en het aanbevelen thuiswerk, ging het thuisverbruik van verse voeding de hoogte in ten koste van consumpties buitenshuis. In 2020 werd 9% meer verse voeding voor thuisverbruik aangekocht dan het jaar voordien. In bestedingen betekende dit zelfs een stijging van 13%. De gevogeltemarkt in België volgde ook die trend en steeg zelfs iets forsier (+14% in volume en +15% in bestedingen).

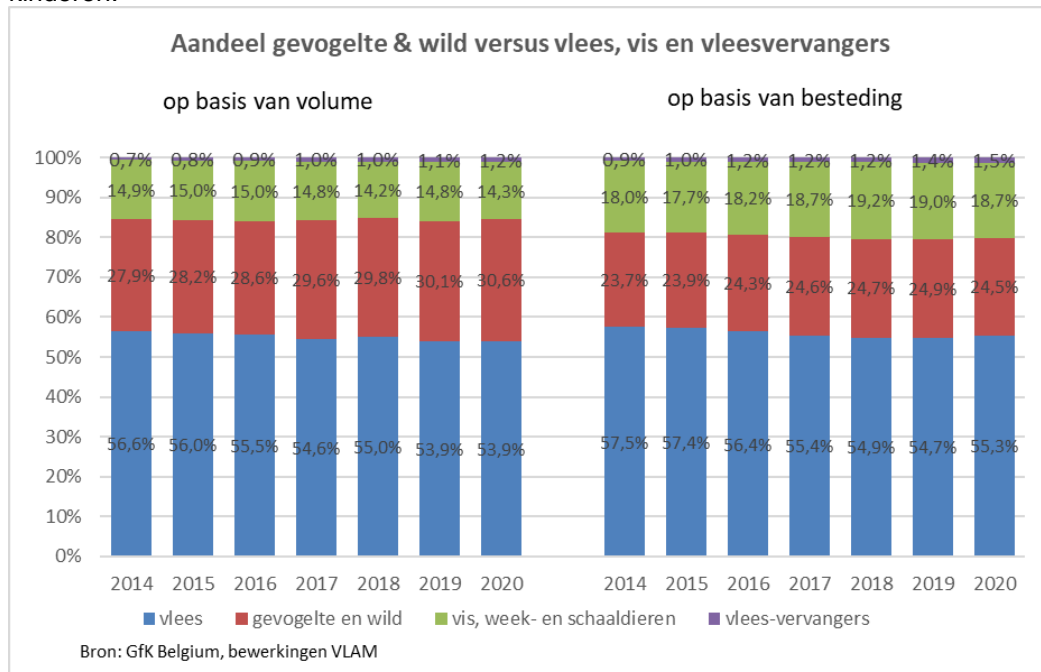
De gevogeltemarkt wordt gedomineerd door kip. In 2020 kocht de Belg 9,1 kg kip (+16% t.o.v. 2019) tegenover 1 kg kalkoen (+2%) en slechts 0,3 kg ander gevogelte (+15%). Het aandeel van kip binnen de gevogeltecategorie bleef met 87,5% op een zeer hoog peil. Kalkoen is op termijn de verliezer en zag zijn aandeel krimpen van 13 naar minder dan 10%. Het segment 'ander gevogelte' was met 3% marktaandeel zeer klein. De aankopen van de categorie kip en kippenvlees steeg vorig jaar met 16% meer dan de gemiddelde gevogeltecategorie. 95 Belgische gezinnen op 100 kopen kip of kippenvlees en ze doen dit gemiddeld 20 keer per jaar.



De aankoopfrequentie van gevogelte steeg in 2020 van 21 naar 23 keer per jaar. Het aantal gevogeltekopers bleef met 96% op een hoog peil. De gevogeltebestedingen groeiden met 15% naar 86 euro per capita. De interesse in gevogelte van biologische kwaliteit lag vorig jaar hoger maar die voor niet-bio even goed waardoor het bio-aandeel gelijk bleef. De biokip nam 1,5% van het volume en 2,4% van de besteding in.

Groeiend volumeaandeel van gevogelte in de korf van vlees, vis, gevogelte en vleesvervangers

Het volumeaandeel van gevogelte en wild binnen de korf van vlees, vis en gevogelte blijft jaar na jaar stijgen en bedroeg bijna 31% in 2020. In waarde heeft gevogelte een kwart van deze markt in handen. Vlees blijft koploper en neemt ruim de helft van het volume voor zijn rekening. De categorie 'vis, week- en schaaldieren' neemt 14% van het volume en 19% van de waarde in. Het aandeel van de vleesvervangers blijft beperkt tot 1,2% van het volume binnen deze korf maar is groeiend. Het aandeel van gevogelte en wild is het hoogst in Vlaanderen en bij jonge alleenstaanden en gezinnen met kinderen.



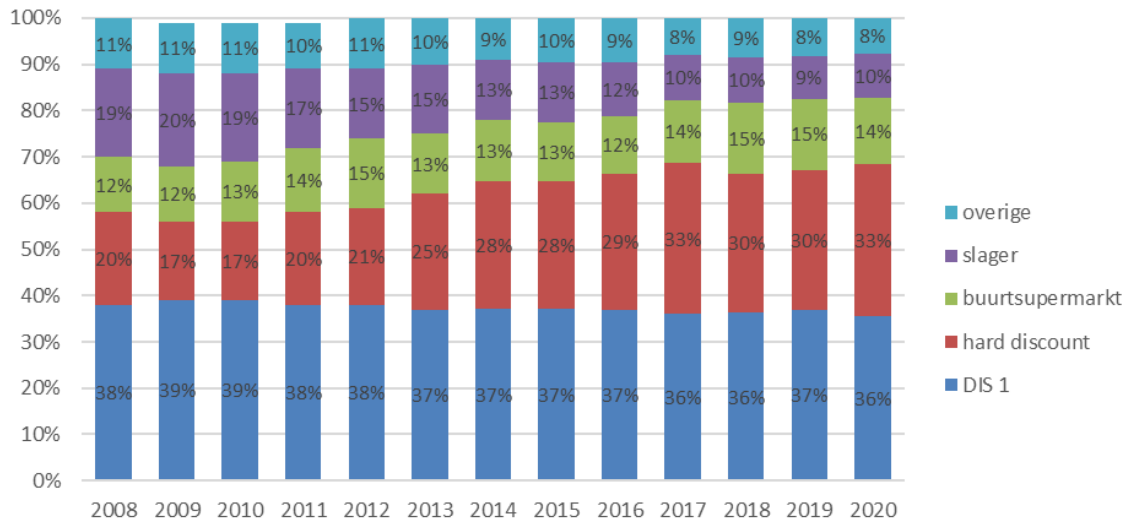
De gemakstrend zet zich voort in de kippenrayon

Het aandeel van de verse hele braadkip in de kippenrayon is gezakt van 22% in 2008 naar 12% in 2020. Ook de kip in diepvries staat onder druk met een krimpend aandeel van 9%. Meer en meer gaat de consument op zoek naar gemak bij zijn vers aankopen. 78% van de kipaankopen bestaat uit verwerkte en versneden kip. Tien jaar geleden was dit slechts twee derde. De soepkip is bijna helemaal verdwenen uit de rayon en heeft slechts een aandeel van 0,4%.

Kip wordt vooral in DIS 1 verkocht maar hard discount wint opnieuw terrein

Vorig jaar wist de hard discount opnieuw terrein te winnen in het retaillandschap. DIS 1, de hypermarkten en de klassieke supermarkten zoals Carrefour, Colruyt en Delhaize, blijft voor kip marktleider met 36% marktaandeel. Op de tweede plaats komt de hard discount (Aldi en Lidl) met een groeiend marktaandeel van 33%, gevolgd door de buurtsupermarkt (14%). De speciaalzaak (slager en poelier) is op lange termijn de grootste verliezer. Het marktaandeel van de speciaalzaak is gekrompen van 19% in 2008 naar 9% in 2019 maar kon zich in 2020 goed handhaven en steeg opnieuw naar 10%.

Aandelen distributiekanaal voor kip in België (% op basis van volume)



Bron: GfK Belgium en bewerkingen VLAM

DIS 1: AH, ALMA, CARREFOUR PLANET/GB/MARKET, CHAMPION MESTDAGH, COLRUYT, CORA, DELHAIZE DE LEEUW, MAKRO, MATCH, METRO EN RED MARKET