

Evolutie van het verbruik van agrovoedingsproducten in België

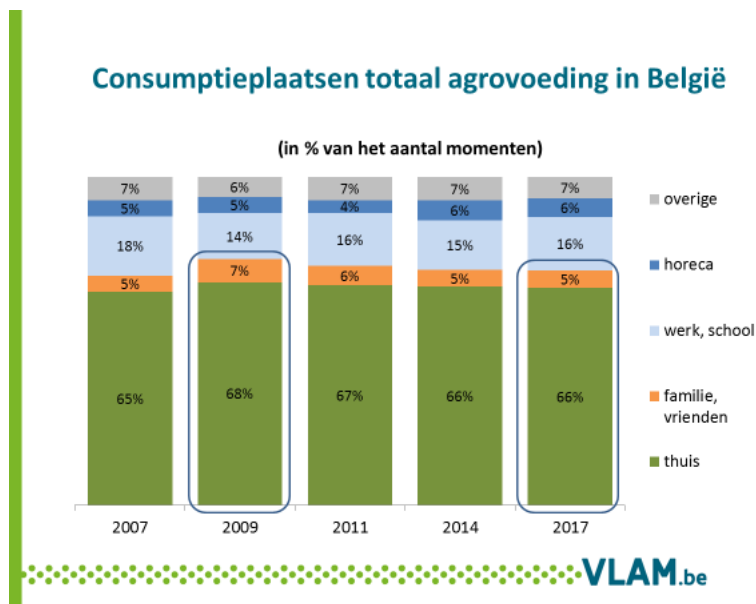
Wat eten we op een gemiddelde dag? De belangrijkste producten zijn zuivel, groenten, fruit en vlees. De winnaars ten opzichte van drie jaar geleden zijn groenten, fruit, eieren en biologische voeding. Het overgrote merendeel van onze voeding consumeren we thuis of nemen we mee van thuis, maar het buitenshuisverbruik, ook wel foodservice genaamd, vormt een aanzienlijke markt. 29% van alle maaltijden worden buitenshuis geconsumeerd. Voor heel wat van onze agrovoedingsproducten merken we een groei van de foodservice. We denken hierbij onder andere aan vis, fruit en groenten. Dat blijkt uit het driejaarlijks onderzoek dat VLAM laat uitvoeren door het marktonderzoeksbureau iVox.

Consumptie, meer dan thuisverbruik

VLAM volgt via verschillende onderzoeken de consumptie van agrovoedingsproducten op, samen met de mate waarin die producten thuis of buitenshuis gegeten worden. Hoewel het thuisverbruik veruit het grootste is en blijft, neemt de foodservice (buitenshuisverbruik en afhaalmaaltijden) ook een aanzienlijke markt in. Om een zicht te krijgen op het totale verbruik peilt VLAM om de drie jaar naar hun consumptiegedrag van de Belg. Het onderzoek verzamelt de gegevens van zo'n 7 000 respondenten en startte in 2007. De doelgroep van het onderzoek zijn in België wonende personen tussen 15 en 65 jaar.

Thuis blijft veruit de belangrijkste consumptieplaats

Thuis is en blijft de belangrijkste consumptieplaats. Van het totaal aantal consumptiemomenten vindt twee derde thuis plaats. Voeg daar 5% bij vrienden en familie aan toe dan blijven er nog 29% van de consumptiemomenten over die buitenshuis (werk, school, horeca en overige) plaatsvinden. In 2009, na het uitbreken van de financiële en economische crisis, lag dit percentage buitenshuismomenten het laagst met 25% om vervolgens weer tot het niveau van vóór de crisis te stijgen. Het werk/school vormt de belangrijkste consumptieplaats buitenshuis met 16%, op enige afstand gevolgd door overige (onderweg, festivals, events...) met 7% en horeca met 6%.

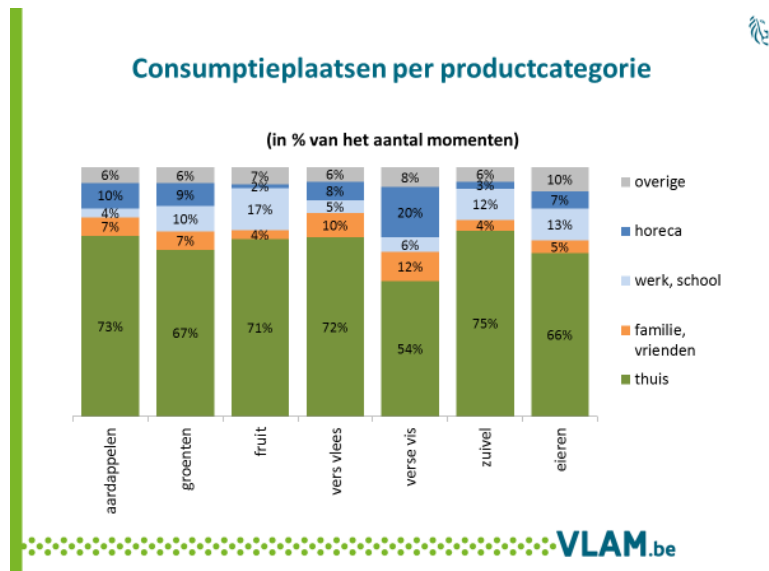


Opvallende verschillen thuis en buitenshuis

De consumptiemomenten thuis zijn het laagst op zaterdag en in de zomer. Samenwonenden en gezinnen met kinderen zijn eerder thuisconsumenten. Het horecabezoek is hoger in het weekend, in de steden, bij koppels zonder kinderen en in de hogere sociale klasse. De consumptie onderweg is

belangrijker op weekdays, bij 15-34 jarigen, bij alleenstaanden en bij mensen uit de hogere sociale klasse.

Zuivel, aardappelen, vlees en fruit zijn typische thuisproducten. Het aantal thuisconsumptiemomenten van deze producten ligt boven de 70%. Vis is een typisch buitenshuisproduct. Met 20% van de consumptiemomenten in de horeca behaalt de categorie 'verse vis' de hoogste score voor dit kanaal.



Op een gemiddelde dag...

Op een gemiddelde dag eet 94% van de Belgen iets thuis en 60% eet iets buitenshuis. Dus veel Belgen eten op eenzelfde dag thuis en buitenshuis. Een klassiek voorbeeld is thuis ontbijten, op het werk lunchen en 's avonds thuis dineren. Hieronder wordt per productgroep de dagpenetratie (% van de Belgen die op een gemiddelde dag het product nuttigen) en de evolutie ten opzichte van 2014 besproken.

Aardappelen in al zijn vormen

Aardappelen blijven de maaltijdbegeleider bij uitstek. Op een gemiddelde dag eet 46% aardappelen of aardappelproducten, 23% pasta, 9% rijst, 5% pizza en 9% kiest voor andere maaltijdbegeleiders (noedels, wraps, quiche, quinoa...). Vooral de categorie 'andere maaltijdbegeleiders' kende de voorbije drie jaar een forse groei ten nadele van de aardappelen. Gekookte aardappelen blijven nog steeds het populairst, gevolgd door friet, puree en gebakken aardappelen. Al deze bereidingswijze verliezen echter terrein ten voordele van andere bereidingswijzen. Gekookte aardappelen worden in verhouding het vaakst in de week gegeten, door 55-65 jarigen, samenwonenden en door de lagere sociale groepen. 85% van de keren dat we gekookte aardappelen eten, doen we dit thuis en nog eens 7% bij familie en vrienden. Bij pasta en rijst heeft 'thuis' slechts een aandeel van respectievelijk 76% en 71%. Het percentage 'thuis' ligt het laagst bij frieten, namelijk 53% (inclusief afgehaalde frietjes).

Hoge dagpenetraties voor groenten en fruit

Op een gemiddelde dag eet 75% (+ 1 procentpunt t.o.v. 2014) van de Belgen groenten en dus 25% niet. Vooral het weekend blijkt het slechtste groentemoment te zijn. Dan eet 27% geen groenten. Hoe jonger men is, hoe minder vaak men groenten eet. Verder valt op dat de dagpenetratie voor groenten lager is bij mannen, bij Franstaligen, bij alleenstaanden, bij koppels zonder kinderen en bij de lagere sociale groepen. Groenten worden voornamelijk geconsumeerd bij de hoofdmaaltijd en in veel mindere mate bij een broodmaaltijd (soms wel als garnituur tussen een broodje) en amper als tussendoortje. Tomaten, wortelen en sla zijn de vaakst gegeten groenten. Tomaten verliezen wel wat terrein aan paprika. Groenten worden vooral thuis gegeten.

Fruit wordt minder vaak gegeten dan groenten. 65% (+ 1 procentpunt t.o.v. 2014) van de Belgen consumeert fruit op een gemiddelde dag. De appel is de koploper met een dagpenetratie van 23%, banaan volgt met 19% en de sinaasappel sluit de top drie met 9%. Net als bij groenten, stijgt ook hier de dagpenetratie met de leeftijd en zijn het eerder vrouwen en de hogere sociale groepen die fruit eten. Anders dan voor groenten zien we dat de fruitconsumptie gespreid is over de hele dag. Ze situeert zich vooral thuis en op het werk. Samen goed voor 88% van de keren dat fruit gegeten wordt. Vooral fruit op het werk zit in de lift.

Een noemenswaardig deel van het fruit (7%) wordt zelf gekweekt of is gekregen van familie of vrienden. Fruit wordt slechts weinig gekocht in de buitenshuiskanalen.

Vlees blijft mainstream maar vegetarisme neemt toe

Op een gemiddelde dag eet 15% van de Belgen **vegetarisch**. Drie jaar geleden was dit slechts 10%. Een stijging is er vooral bij diegenen die geen vlees, vis of vleesvervangers eten. Hier gaat het percentage van 8 naar 12%. Het aantal Belgen dat vleesvervangers neemt blijft beperkt en steeg van 2 naar 3%.

Het overgrote deel van de Belgen eet vlees (inclusief gevogelte) en/of vis. Vers **vlees** haalt de hoogste dagpenetratie met 58%, vleeswaren halen 37% en vleessnacks zijn goed voor 7%. Het totale verbruik van vers vlees bedroeg in 2017 33,7 kg per capita. Gemengd vlees (voornamelijk gehakt) is de meest geconsumeerde vleessoort met een verbruik van 8,9 kg per capita. Daarna volgen kip (7,9 kg), varkensvlees (6,5 kg), rundvlees (5,1 kg) en tot slot kalfsvlees (0,7 kg). Vlees is eerder een thuisproduct (72% van de keren thuis tegenover 8% in horeca), terwijl vis in verhouding vaker buitenshuis gegeten wordt (54% van de keren thuis tegenover 20% in horeca). Vooral het gemengd vlees en varkensvlees worden relatief vaak thuis gegeten. Rundvlees komt al wat vaker in een horecazaak op het bord (15% van de keren dat rundvlees gegeten wordt).

Voor verse **vis, week- en schaaldieren** bedraagt de dagpenetratie 11% en voor verwerkte vis (gerookte vis, vissticks, vissalades, ...) 7%. Voor deze twee visproducten samen komen we op een dagpenetratie van 17%. Bij verse vis, week- en schaaldieren zijn kabeljauw en zalm de koplopers, gevolgd door garnalen, scampi en mosselen. Kabeljauw hoort eerder thuis in de eigen keuken terwijl tonijn, mosselen, tong en scampi eerder in de horeca gegeten worden, namelijk 1 op de 3 keer.

Eén op zes eieren is van eigen kweek

Eieren staan op een gemiddelde dag bij 16% van de Belgen op het menu. Twee derde van de keren dat eieren gegeten worden, gebeurt dit thuis. Op de tweede plaats, met 13 %, staat de consumptieplaats 'school of werk'. In 17% van de keren dat eieren gegeten worden, zijn die eieren afkomstig van eigen kippen of van kippen van familie of vrienden.

Zuivel een typisch thuisproduct

Op een gemiddelde dag eten of drinken 84% van de Belgen een zuivelproduct. In 2014 was dit nog 86%. Kaas is de koploper met een dagpenetratie van 47%, gevolgd door boter/margarine met 31%, witte melk met 28% en yoghurt met 21%. De dagpenetratie van zuivel is het hoogst bij de 55-64-jarigen. Indien men op een dag witte melk drinkt, dan is dit doorgaans slechts 1 glas per dag en dan is dat in 83% van de keren thuis. Zuivel wordt sowieso voornamelijk thuis geconsumeerd, wel wordt er wel eens een yoghurtje meegenomen naar het werk. Kaas en roomijs worden van de zuivelproducten het minst vaak thuis geconsumeerd en dus relatief meer buitenshuis.

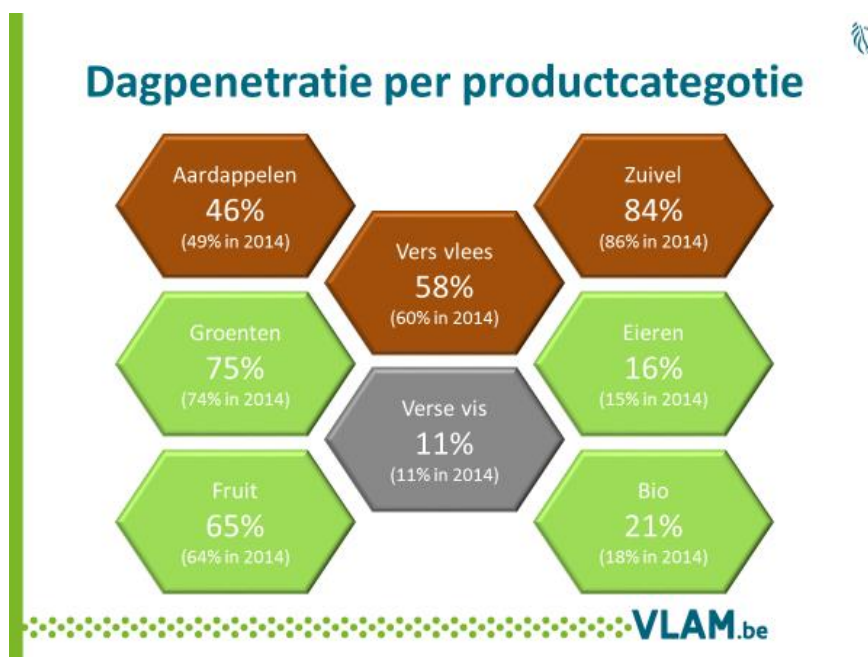
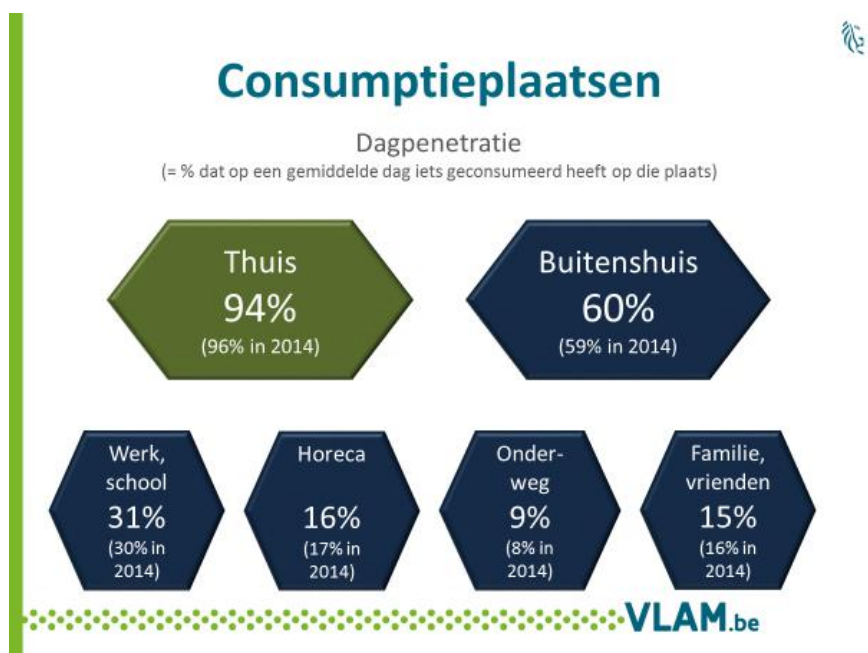
Brood verliest aan belang

Bij de graanproducten blijft brood veruit het vaakst geconsumeerde product maar het verliest terrein. Op een gemiddelde dag eten 62% (65% in 2014) van de Belgen boterhammen, 26% broodjes (inclusief sandwiches en pistolets), 10% ontbijtgranen en 6% havermout. Havermout is de grote winnaar aan de ontbijttafel en dit graanproduct is het populairst bij vrouwen uit de hogere sociale groepen. Bij de verwenproducten hebben koffiekoeken de hoogste dagpenetratie met 9%. Gebakjes en taart volgen met een dagpenetratie van elk 5%.

Bio wint aan belang

Op een gemiddelde dag eten 21% van de Belgen minstens 1 biologisch product (eerder mensen uit de hogere sociale groepen). In 2014 was dit slechts 18%. Het gaat hier in de eerste plaats over groenten en fruit en verder ook over zuivel en brood. Bio wordt in vergelijking met gangbare producten eerder thuis gegeten. Het bioverbruik op het werk en in de horeca blijft beperkt.

Het agrovoedingsverbruik in België samengevat in twee infographics



Bron: consumptietracker iVox in opdracht van VLAM (2014 en 2017)