

## Minder groenten en fruit thuis geconsumeerd in 2018

*In 2018 kocht de Belg gemiddeld 37 kg verse groenten en 45 kg vers fruit. Dit is respectievelijk 2% en 5% minder dan het jaar voordien. De fruitbestedingen stegen door een hogere gemiddelde winkelprijs wel met 1%.*

*De nummer één in de groentekorfblijft de tomaat op de voet gevolgd door de wortel. Binnen de top tien wonnen enkel sla en paprika lichtjes terrein.*

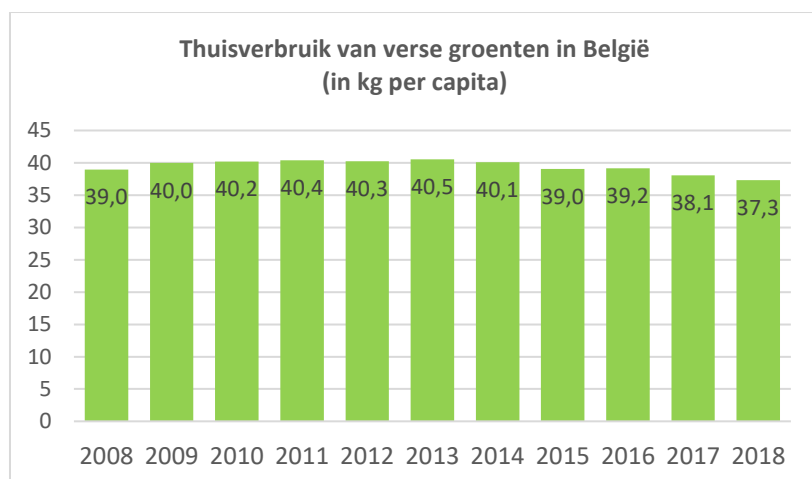
*De appel wordt in de fruitkorfbingehaald door de banaan, die zich op nummer één nestelt. Appel verliest marktaandeel. Jonagold, die fors duurder was in 2018 omwille van een tegenvallende oogst, kon zich niet handhaven en verloor verder marktaandeel aan Pink lady en de nieuwe appelrassen. De aardbeien kenden een minder goed jaar en daalden zowel in volume als in besteding. De perenverkoop daalde verder maar de Conférence blijft met 75% marktaandeel wel veruit de belangrijkste perensoort.*

*In het winkellandschap van groenten en fruit was er weinig verandering. Hypermarkten en grotere supermarkten blijven met 48% marktaandeel een stevige marktleider gevolgd door hard discount met 23% (-1 procentpunt) en de buurtsupermarkt met 16% marktaandeel.*

*Dat alles leert VLAM uit de cijfers die het marktonderzoeksbureau GfK Belgium via zijn panel van 5 000 Belgische gezinnen verzamelde. De cijfers hebben enkel betrekking op thuisverbruik.*

### Thuisverbruik van groenten blijft dalen

De aankopen van verse groenten voor thuisverbruik schommelden tot 2014 rond de 40 kg per capita maar daalden sindsdien met 3 kg tot een voorlopig dieptepunt van 37,3 kg in 2018. Door een stijging van de gemiddelde prijs van 2,52 euro in 2017 naar 2,58 in 2018 bleef de groentebesteding met 96,15 euro per capita wel op peil. Nagenoeg alle Belgische gezinnen kopen verse groenten. Ze doen dit gemiddeld 55 keer per jaar of ruim één keer minder dan in 2017. Vlamingen en gezinnen uit de hogere sociale groep kopen in verhouding meer verse groenten dan Walen en gezinnen uit de middelste en lagere sociale groep. Opmerkelijk is dat de gepensioneerden met een beperkt inkomen vorig jaar meer groenten kochten.



Bron: GfK Belgium

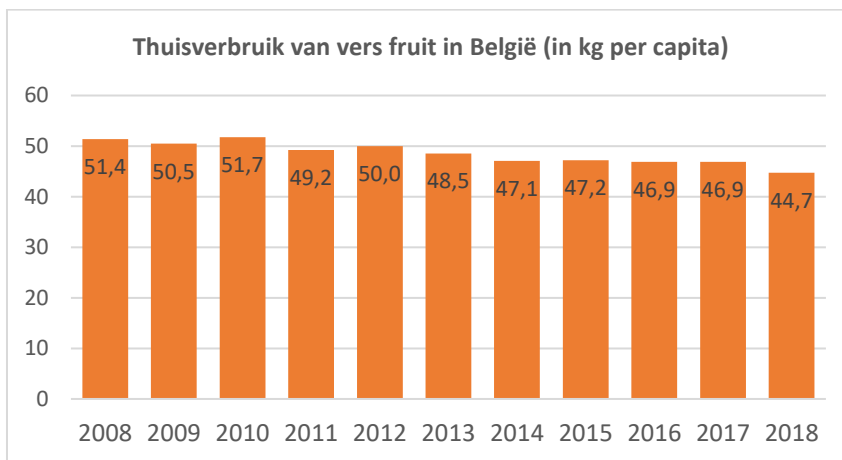
Binnen het versegroentensegment daalden de voorverpakte verwerkte groenten, na enkele jaren van groei, van 3,7 kg per capita in 2017 naar 3,5 kg in 2018. Hiermee heeft dit segment een aandeel van 9% in volume en 18% in bestedingen.

De biogroenten groeiden in 2018, onder impuls van Wallonië, verder door. 7 op 10 Belgen kopen al eens biogroenten. De Belg koopt gemiddeld 2,2 kg biogroenten per jaar.

### Ook dalend thuisverbruik van fruit

Het thuisverbruik van fruit daalde van 46,9 naar 44,7 kg per capita, het laagste peil in tien jaar. Vers fruit was vorig jaar 6,5% duurder maar het aangekochte volume daalde slechts met 5%. Hierdoor kwamen de fruitbestedingen 1,5% hoger uit. De Belg besteedde vorig jaar gemiddeld 124,86 euro aan deze categorie. Net zoals voor groenten koopt bijna elk Belgisch gezin fruit en dit gebeurt gemiddeld 51 keer per jaar of met andere woorden wekelijks. Vlaamse huishoudens zijn grotere fruitkopers dan Waalse en oudere huishoudens grotere dan jongere.

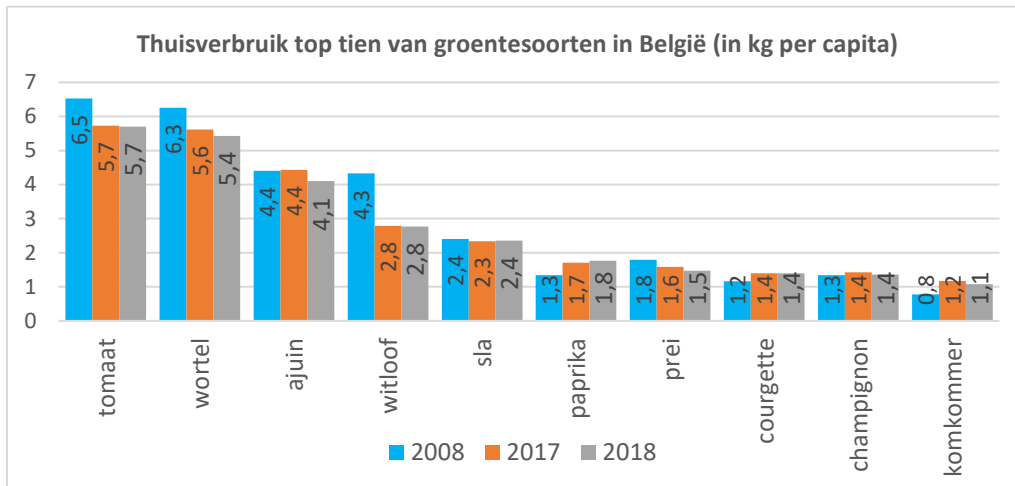
De helft van de Belgen koopt wel eens biofruit. Het aantal kopers is, zoals voor de biogroenten, lichtjes stijgend.



Bron: GfK Belgium

### Tomaat blijft de meest gekochte groentesoort

De tomaat blijft de koploper binnen het groenteassortiment met een thuisverbruik van 5,7 kg per capita, gevolgd door wortelen met 5,4 kg per capita en ajuin met 4,1 kg per capita. Binnen het tomatensegment winnen vooral de kerstomaten op lange termijn aandeel ten koste van de gewone tomaten. In waarde zijn kerstomaten ondertussen zelfs het belangrijkste segment geworden binnen de tomatenrayon en ze nemen 40% van de omzet voor hun rekening. De sterke groeiers in 2018 waren onder andere krulandijvie, oesterzwam, groene asperges en spruiten. De opmerkelijkste dalers waren: grove andijvie, groene selder, savooi, groene en witte kool. Binnen de top tien wonnen enkel sla en paprika lichtjes terrein.



Bron: GfK Belgium

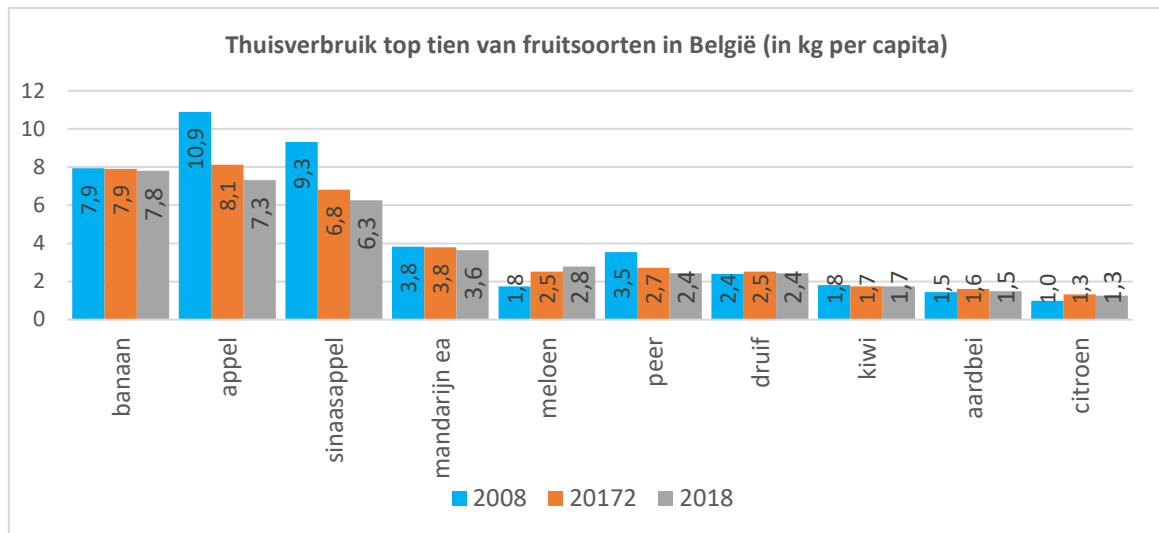
De Vlaming neigt in verhouding eerder naar paprika, prei, champignons, broccoli, bloemkool, spruitjes en spinazie, terwijl de Waal in verhouding eerder kiest voor ajuin, witloof, courgette, sla, sjalot, andijvie en aubergine. De Brusselaar springt er bovendien voor tomaten, komkommer en prinsessenboontjes. Groentesoorten die eerder in de smaak vallen bij jongere gezinnen zijn tomaten, wortelen, paprika, courgette, champignons, komkommer, aubergine en diverse slasoorten. Oudere gezinnen kiezen daarentegen in verhouding eerder voor witloof, prei, koolsoorten, kropsla, selder, sjalot en asperges.

### Banaan haalt appel in

De appel (7,3 kg per capita) wordt binnen de fruitkorf voor het eerst ingehaald door de banaan, die zich nu op de eerste plaats nestelt met 7,8 kg per capita. De appel, met Jonagold op kop, die fors duurder was omwille van de kleinere oogst, kon zich qua volume niet handhaven en verloor verder marktaandeel. In 2008 kocht de gemiddelde Belg nog 5,4 kg Jonagold, terwijl dit in 2018 slechts 2,3 kg was. Pink lady groeit na twee lastige jaren boven de 1 kg per kop uit.

De aardbeien kenden een minder goed jaar en daalden zowel in volume als in besteding. Andere dalers waren: de trosbessen, de vijgen, de nectarines, pruimen en abrikozen. De perenverkoop daalde verder maar de Conférence blijft met 75% marktaandeel wel veruit de belangrijkste perensoort. Het zachtfruit blijft het goed doen. De belangrijke stijgers wat fruit in het algemeen betreft waren in 2018 de stekelbessen, de blauwe bosbessen, avocado's, meloenen en frambozen.

Jonge huishoudens kiezen eerder voor appels, bananen en meloenen. Oudere huishoudens neigen eerder naar sinaasappelen, peren, perziken, nectarines, ...



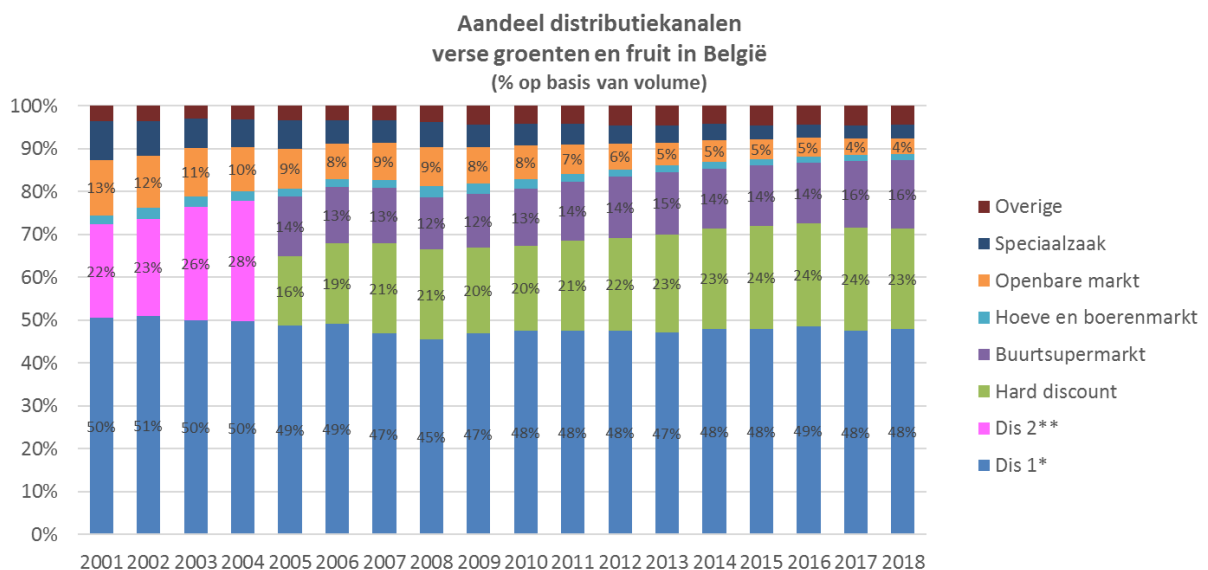
Bron: GfK Belgium

### DIS 1 blijft marktleider voor verse groenten en fruit

Weinig veranderingen in het winkellandschap. 48% van het aangekochte volume verse groenten en vers fruit passeerde in 2018 bij DIS 1 (hypermarkten en grotere supermarkten) langs de kassa. Hiermee blijft dit kanaal duidelijk marktleider. Hard discount (Aldi en Lidl) heeft een volumeaandeel van 23%. Na een jaarlijkse stijging tussen 2010 en 2015 voor hard discount, noteren we voor 2018 een stabilisatie. Op de derde plaats staat de buurtsupermarkt met een stabiel marktaandeel van 16%.

Alle supermarkten samen (Dis 1, Hard discount en buurtsupermarkt) haalden vorig jaar een aandeel van 87%. Verse groenten en vers fruit zijn echte supermarktproducten geworden.

Bij de overige kanalen is er de opkomst van de maaltijdboxen die aan huis geleverd worden of kunnen afgehaald worden. Deze formule is succesvol bij welgestelde alleenstaanden en gezinnen met kinderen. 3% van de Belgen heeft als eens een maaltijdbox besteld.



\* Dis 1: AH, Alma, Carrefour hyper/GB/market, Champion, Colruyt, Cora, Delhaize De Leeuw, Metro en Red Market

\*\* Dis 2: vanaf 2005 opplitsing in hard discount en buurtsupermarkt

Bron: GfK Belgium

## **Thuisconsumptie is de norm maar buitenshuisconsumptie stijgt**

Na de crisis in 2008 was de groei in de buitenshuisconsumptie compleet weg. Vanaf 2014 keerde het tij en werd het consumentenvertrouwen herwonnen. Dit zorgt voor de stimulering van de foodservicemarkt, die in 2018 met 4% groeide. Tijdswinst is belangrijk voor de moderne consument, die op zoek gaat naar gemakoplossingen en snelle oplossingen (snelle bediening, eten op het werk, onderweg, ...) maar ook de beleving staat centraal. Horecazaken die investeren in het creëren van een unieke beleving zijn de winnaars van vandaag.

Thuis is en blijft de belangrijkste consumptieplaats voor voeding in het algemeen en voor groenten en fruit in het bijzonder. Van het totaal aantal consumptiemomenten vindt twee derde thuis plaats, zo ook voor groenten. 7% van de consumptiemomenten met groenten vindt bij familie en vrienden plaats. De rest van de groentemomenten situeren zich op het werk of op school (10% van de momenten), in de klassieke horecazaken (9%) en 'overige' (6%). Onder 'overige' vallen onder andere feestzalen, recreatieparken en Ikea-restaurants. Sla en komkommer worden relatief meer buitenshuis geconsumeerd. Prei en courgette zijn typische thuisproducten.

Fruit wordt iets vaker thuis en op het werk of school geconsumeerd dan groenten. Van de consumptiemomenten met fruit vindt 71% thuis plaats, 4% bij familie of vrienden en 17% op het werk of school. Opvallend is het lage aandeel van horeca in de fruitconsumptie. Slechts 1% van de fruitmomenten situeert zich in de klassieke horecazaken. Kiwi, peren en sinaasappelen worden relatief meer thuis geconsumeerd dan appels, die goed scoren op het werk.