

## **Belg gaat steeds bewuster om met vlees Hij wisselt vlees vaker af met gevogelte, vis en vegetarisch**

*Vlees blijft een belangrijke plaats innemen in het voedingspatroon van de Belg. Het thuisverbruik van vers vlees daalde het voorbije jaar lichtjes van 18,2 kg per capita naar 17,5 kg. De Belg wisselt vlees vaker af met gevogelte, vis en vegetarisch en eet opnieuw meer buitenshuis. De Belg blijft wel regelmatig genieten van een stukje vlees omwille van de smaak, de eetgewoonten en de voedzaamheid.*

*Vers vlees neemt meer dan de helft van het volume voor thuisverbruik (54%) in binnen de korf vlees-gevogelte-vis-vleesvervangers. Gevogelte en wild zijn goed voor een derde van het thuisverbruik (30%), vis kwam in 2017 uit op een aandeel van 15% en vleesvervangers net 1%. Dit thuisverbruik dekt driekwart van het totale verbruik van vers vlees.*

*Binnen het thuisverbruik van vlees winnen varkensvlees en vleesmengelingen aandeel ten koste van rund- en kalfsvlees.*

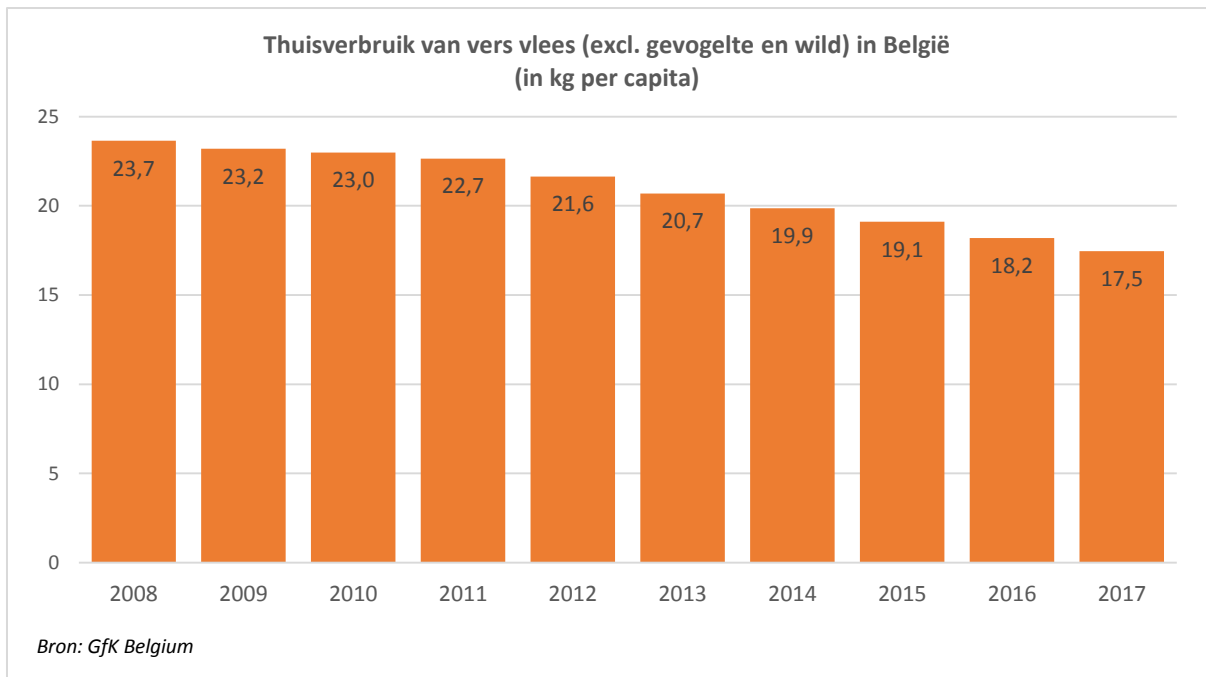
*Het belang van herkomst in de keuze voor vlees blijft verder stijgen: in 2017 gaf meer dan de helft van de Belgen (54%) aan dat herkomst een zekere invloed heeft op hun aankoop van vlees. De overgrote meerderheid (96%) van hen gaf aan een voorkeur te hebben voor vlees van bij ons. Een duurdere versnijding zoals de tournedos/chateaubriand daalt de laatste jaren niet in volume. Dit geeft aan dat we kiezen voor minder, maar steeds kwalitatiever vlees. Dat is nog een teken dat de Belg bewuster omgaat met vlees.*

*In de keuze van aankoopkanaal noteren we wel een verdere daling in het marktaandeel van de zelfstandige slaggers ten voordele van de buurtsupermarkten en hard discount.*

*Deze gegevens volgen uit onderzoek dat GfK Belgium en iVox uitvoerden in opdracht van VLAM.*

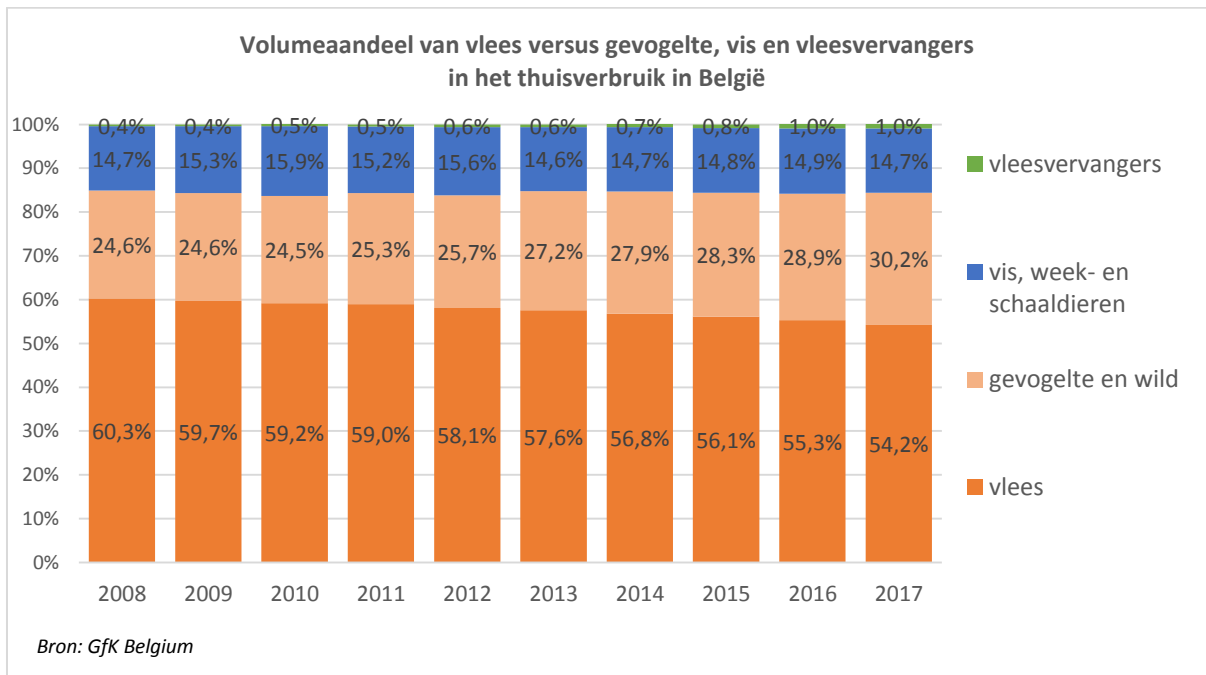
### **Gemiddelde Belg kocht 17,5 kg vers vlees in 2017**

Vrijwel alle Belgische gezinnen (99%) kopen op jaarbasis vlees. De aankoopfrequentie voor vlees van een doorsnee gezin is flink gedaald ten opzichte van 10 jaar geleden. In 2008 kocht een gemiddeld Belgisch gezin 63 keer vlees, in 2017 was dit nog 52 keer. Dit is gedeeltelijk een gevolg van een algemene daling in het aantal shoppingtrips van de Belg: we winkelen minder vaak, maar kopen meer per winkelbezoek (one-stop-shopping). Maar daarnaast is er ook een daling in het totale aangekochte volume vlees (incl. gevogelte, wild en diepvriesvlees, maar exclusief vleeswaren): in 2008 bedroeg het thuisverbruik 34,9 kg per capita, in 2016 kwamen we uit op 28,6 kg per capita en in 2017 op 28,1 kg per capita. Het thuisverbruik van gevogelte bleef de laatste 10 jaar relatief stabiel op 10 kg per capita. De daling komt dus vooral op conto van vers vlees, dat daalde van 23,7 kg in 2008 tot 17,5 kg per capita in 2017.



### Vlees behoudt belangrijke plaats in eetgewoonten

De daling in het thuisverbruik van vlees komt er enerzijds omdat we opnieuw meer buitenhuis zijn gaan eten (zie verder) en omdat we vlees meer afwisselen met gevogelte, vis of vegetarisch. Het segment vleesvervangers blijft wel zeer klein met een thuisverbruik van 0,3 kg per capita. Het thuisverbruik van vis, week- en schaaldieren kwam in 2017 uit op 5,5 kg per capita. Binnen de korf vlees-gevogelte-vis-vleesvervangers blijft vlees dus nog steeds 54% van het volume voor thuisverbruik innemen, en gevogelte en wild 30%. Vis kwam in 2017 uit op een aandeel van 15% en vleesvervangers van 1%.



## **Smaak, gewoonte en voedzaamheid belangrijkste drivers voor vleesverbruik**

Vlees blijft dus een belangrijke plaats op het bord van de Belg innemen. De belangrijkste redenen waarom de Belg vaak vlees eet, zijn:

- De smaak: een Belg vindt vlees lekker en wil het daarom graag vaak eten.
- Vlees hoort sterk bij onze Belgische eetcultuur: we zijn opgevoed met een stukje vlees en trekken dit door in onze latere eetgewoontes. Als er geen vlees op zijn bord ligt, dan krijgt de Belg al gauw het gevoel dat het evenwicht zoek is op zijn bord.
- Omdat de Belg vlees voedzaam, energierijk en verzadigend vindt.
- Vlees is makkelijk te kopen en te bereiden
- Binnen vlees kan je eindeloos variëren zodat je het bijna elke dag kan eten zonder het gevoel te hebben dat je een eentonig eetpatroon hebt.

## **Meer afwisseling met vis of vegetarisch**

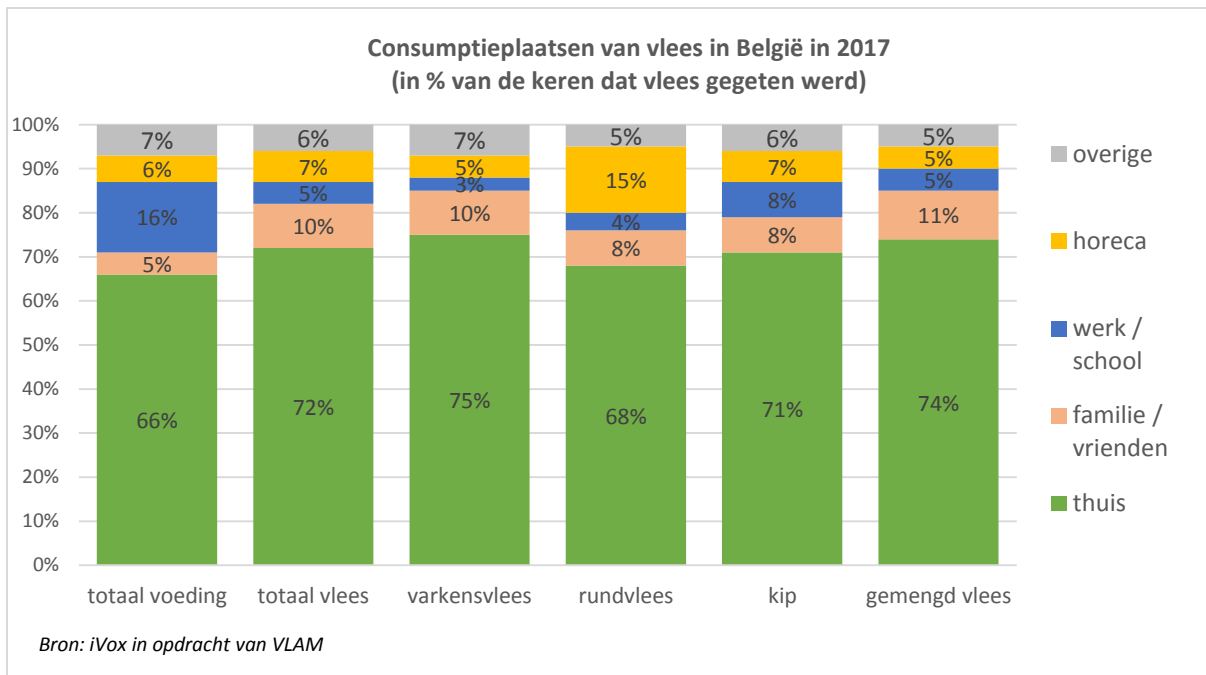
De daling in het thuisverbruik van vers vlees komt niet zozeer door een stijging van het aantal vegetariërs, want 96% van de Belgen eet vlees, en ook niet door een daling bij de (bijna) dagelijkse vleeseters, want dit blijft een groep van 25% van de Belgen. Het zijn dus vooral mensen uit de tussencategorie, de consumenten die eerder al vlees afwisselden met vleesvervangers, die nog iets regelmatig vlees afwisselen met vis of vegetarisch. Het is dus zeker niet zo dat de Belg zijn stukje vlees helemaal links laat liggen. De meerderheid wisselt gewoon om diverse redenen wat vaker af. De belangrijkste redenen die de bevraagde Belgen daarvoor aanhalen, zijn:

- Gezondheid. Zo vernemen consumenten via allerlei kanalen dat veel (rood) vlees eten, niet zo gezond is. Toch beseft het merendeel wel dat vlees een voedzaam product is. Zo gaat 71% akkoord met de stelling dat vlees essentiële voedingsstoffen bevat en bijgevolg niet zomaar kan geschrapt worden uit een evenwichtige voeding. We zien de voorbije jaren zelfs een lichte stijging in dit percentage (67% in 2010). Men vindt dus dat er met vlees op zich niets mis is, zolang we niet overdrijven.
- Smaakvoorkeur (men lust ook wel eens graag vis of vegetarisch)
- Variatie (we willen graag gevarieerd eten en wisselen dus vlees af met vis en vegetarisch)
- Milieu (men meent dat overmatige vleesconsumptie een negatieve impact heeft op het milieu)
- Prijs (een derde van de respondenten vindt vlees (te) duur)
- Dierenwelzijn (er moeten dieren geslacht worden om vlees te kunnen aanbieden).

## **Thuis is de consumptieplaats bij uitstek**

Thuis is en blijft de belangrijkste consumptieplaats van voeding. 66% van de keren dat we iets consumeren, is dat thuis. Door de financiële en economische crisis die in 2008 uitbrak, gingen mensen nog meer thuis of familie of vrienden eten waardoor dit percentage de daarop volgende jaren steeg. De laatste jaren zit het buitenshuisverbruik opnieuw in de lift en halen we opnieuw het niveau van voor de crisis.

Vlees heeft een nog meer uitgesproken thuisprofiel dan totaal voeding. Voor de totale categorie vlees en gevogelte vindt 72% van de consumpties thuis plaats. Bij familie en vrienden is de tweede belangrijkste consumptieplaats met 10% van de vleesmomenten. Verder volgen horeca met 7% en werk/school met 5%. De overige 6% wordt ingenomen door evenementen, feestzalen, ... . Deze aandelen verschillen wel van vleessoort tot vleessoort. Zo wordt rundvlees in verhouding vaker in horeca gegeten en gevogelte op werk/school. Varkensvlees en gemengd vlees zijn daarentegen eerder 'thuis'producten.

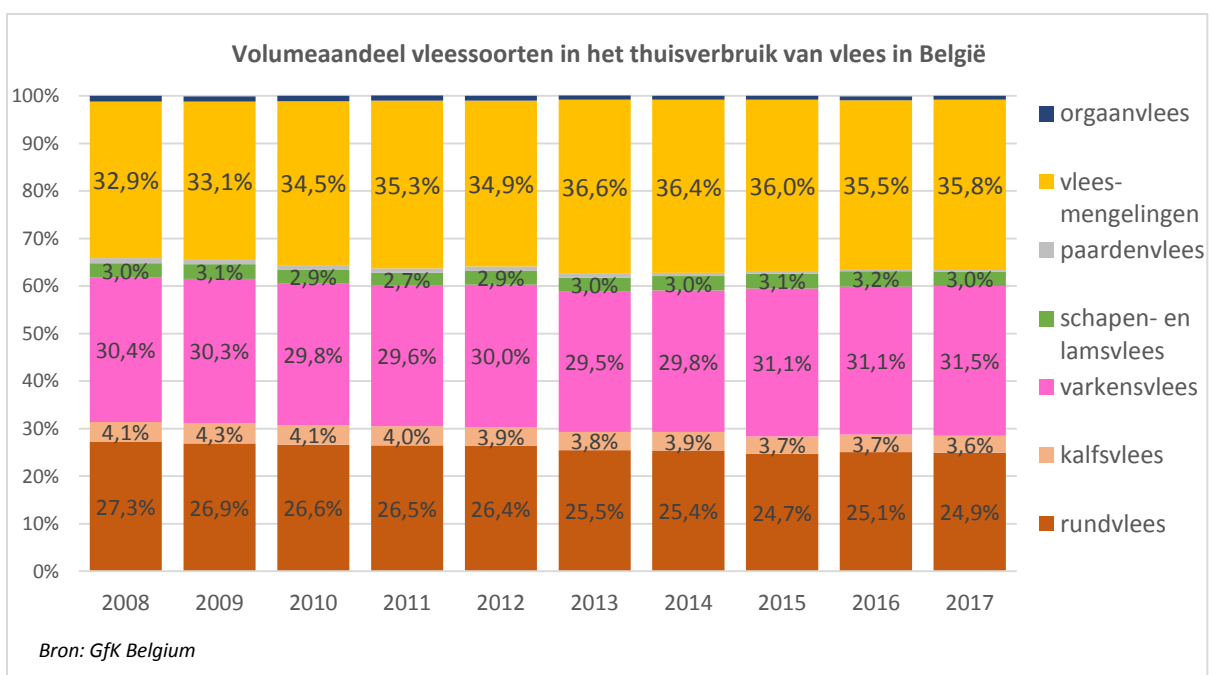


### Vooral bij rundvlees minder, maar kwalitatiever vlees

Binnen vers vlees noteren we een dalend thuisverbruik voor alle vleessoorten:

- Rundvlees: van 6,5 kg per capita in 2008 tot 4,6 kg in 2016 en 4,4 kg in 2017
- Kalfsvlees: van 1,0 kg per capita in 2008 tot 0,7 kg in 2016 en 0,6 kg in 2017
- Varkensvlees: van 7,2 kg per capita in 2008 tot 5,7 kg in 2016 en 5,5 kg in 2017
- Vleesmengelingen: van 7,8 kg per capita in 2008 tot 6,5 kg in 2016 en 6,3 kg in 2017

De dalingen voor rund- en kalfsvlees zijn sterker waardoor hun aandeel in de vleeskorf de voorbije 10 jaar daalde ten voordele van varkensvlees en vleesmengelingen (gehakt, ...). Sinds 2014 zien we een lichte verschuiving van de vleesmengelingen, die voor het grootste deel uit varkensvlees bestaan, naar het pure varkensvlees.



In waarde blijft rundvlees nog wel het belangrijkste segment met een aandeel van 32% van de bestedingen, gevolgd door vleesmengelingen met 30%, varkensvlees met 27% en kalfsvlees met 5%. Binnen rundvlees zien we enkele signalen die aangeven dat de Belg voor minder, maar kwalitatiever vlees kiest: tournedos/chateaubriand heeft met 16,61 euro per kg de hoogste gemiddelde prijs binnen de rundvleesversnijdingen, maar is wel de enige versnijding die de laatste 3 jaar niet daalde in aankoopvolume.

### **Herkomst wint aan belang bij aankoopkeuze vlees**

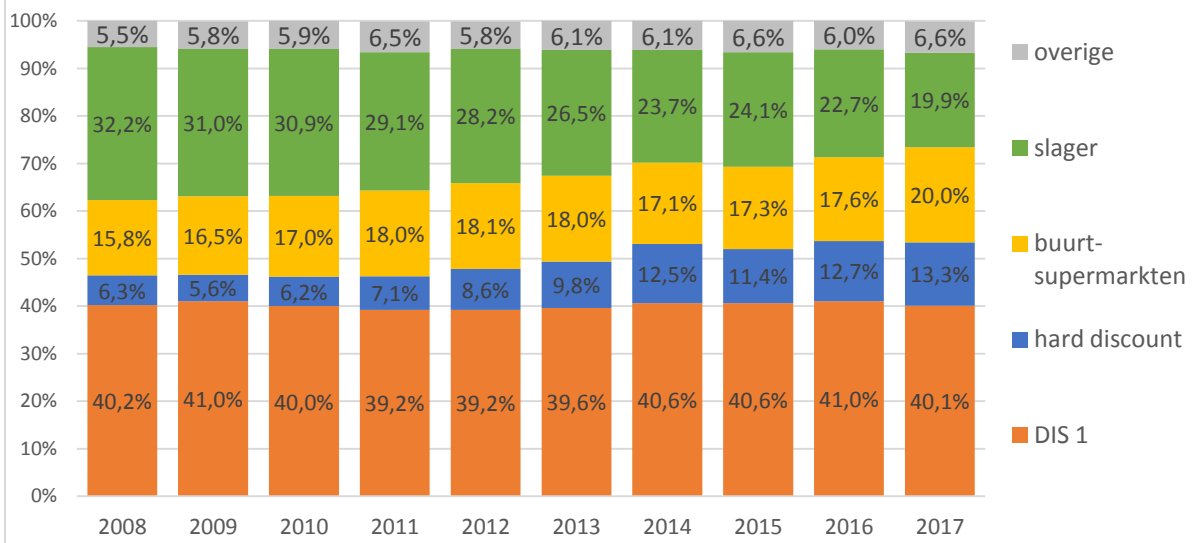
We kopen vlees in de eerste plaats op basis van onze zintuiglijke waarneming: ziet het vlees er lekker en kwalitatief uit? De kleur van het vlees (mooi rood) is daarbij een belangrijke parameter en de meerderheid verkiest vlees met weinig vet en zonder botjes en pezen. Ook de verpakings- of houdbaarheidsdatum wordt grondig gecheckt. De prijs is uiteraard ook een belangrijke keuzefactor, maar niet de belangrijkste. Er moet voldoende kwaliteit en vertrouwen tegenover die prijs staan. In 2017 gaf 10% aan dat ze vlees te goedkoop vinden, 33% dat ze het te duur vinden en 58% stond neutraal of had geen mening.

Afhankelijk van de eigen overtuiging worden vervolgens andere criteria zoals een kwaliteitslabel, de herkomst, de milieu-implicaties, de mate van dierenwelzijn, biologisch, ... in overweging genomen. Zo verklaart 54% van de Belgen dat het land van herkomst een zekere invloed heeft op hun aankoop van vlees. In 2007 was dit maar 46%. Van diegenen die belang hechten aan het land van herkomst, heeft 57% een sterke en 39% een lichte voorkeur voor vlees van bij ons. Ze hebben een voorkeur voor inlands vlees omdat dit vaak goedkoper is, omdat het de lokale economie ondersteunt, omdat er strenge controles en hoge normen zijn, omdat het milieuvriendelijker is (o.a. transport), omdat het verser is, ... Er is het vermoeden dat buitenlands vlees een andere smaak heeft en sommigen willen dit graag eens uitproberen (bv. eens op restaurant), maar men is tevreden over de smaak van inlands vlees en daarom heeft men, om bovenstaande redenen, geen behoefte om regelmatig buitenlands vlees te kopen. Slechts 4% geeft aan een voorkeur te hebben voor buitenlands vlees.

### **Hard discount en buurtsupermarkten groeien**

Net als bij de totale voedingsmarkt, zijn ook specifiek bij vlees hard discount (Aldi en Lidl) en de buurtsupermarkten (Delhaize AD en Proxy, Okay, Spar, ...) de winnaars in 2017 ten koste van de speciaalzaken. Dit resulteerde in 2017 in een volumeaandeel van 20% voor de buurtsupermarkten en van 13% voor hard discount, terwijl de zelfstandige slaggers hun volumeaandeel zagen dalen van 32% in 2008 tot 20% in 2017. In bestedingen haalden de zelfstandige slaggers nog een marktaandeel van 23% in 2017. De hypermarkten en grotere supermarkten (Albert Heijn, Carrefour Hypermarkten, Carrefour Market, Colruyt, Delhaize Supermarkten, Makro, ...) blijven de belangrijkste speler met een volumeaandeel van 40%.

Volumeaandeel distributiekanaal in het thuisverbruik van vlees in België



Bron: GfK Belgium