

## Vleesverbruik in België in 2022

*In 2022 kocht de Belg 4,2 kg rundvlees, 5,8 kg varkensvlees, 0,5 kg kalfsvlees en 5,7 kg mengelingen van voornoemde verse vleessoorten om thuis te verbruiken. Deze cijfers liggen in lijn met die van 2019 (vóór de coronacrisis) en zelfs iets hoger voor varkensvlees en vleesmengelingen.*

*Als gevolg van de hoge voedselinflatie (+8,4% in 2022) greep de Belg vaker naar goedkopere vleessoorten en versnijdingen. Ook groeide het aandeel van de hard discounters Lidl en Aldi verder tot 17% volumeaandeel. De helft van de vleesaankopen gebeurde in de klassieke supermarkten.*

*Dit alles blijkt uit onderzoek van GfK Belgium bij een panel van 6 000 Belgische gezinnen in opdracht van VLAM.*

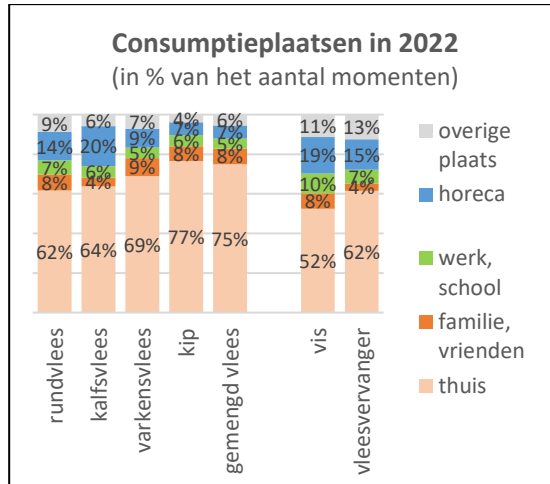
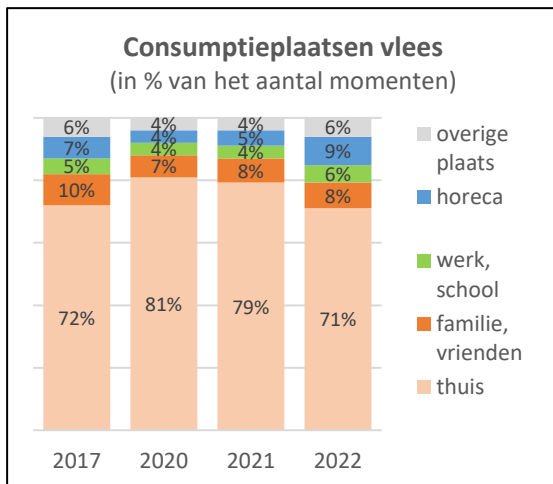
*Wanneer de Belg vlees at in 2022, deed hij dat 71% van de keren thuis en 29% van de keren elders (onderweg, op het werk, bij familie of vrienden,...). Ook hier zien we dat het corona-effect uitgewerkt is. De cijfers werden opgetekend door iVox.*

### **Coronacrisis en inflatie hebben belangrijke invloed op de totale voedselconsumptie**

Vooraleer we inzoomen op het vleesverbruik, is het belangrijk om breder te kijken naar de algemene voedselconsumptie. In 2022 hadden immers twee elementen een belangrijke invloed op die voedselconsumptie: de coronacrisis en de hoge inflatie. In 2020 en 2021 hadden de coronamaatregelen een sterk impact op waar we consumeerden (en in mindere mate op wat we consumeerden). Door de lockdowns viel het buitenshuisverbruik in die jaren sterk terug en kende het thuisverbruik een forse stijging. 2022 was een jaar zonder lockdowns waardoor we een tegenovergestelde verschuiving zagen van thuisverbruik naar buitenshuisverbruik. Naast het effect van de coronacrisis, werden we in 2022 geconfronteerd met een voedingsinflatie van maar liefst 8,4%. Die hoge inflatie zorgde voor een extra druk op de aangekochte thuisverbruikvolumes en het stuwde mee de winst van hard discount ten nadele van de grotere supermarkten en van private label ten nadele van de A-merken. Door de hogere prijzen noteerden we in 2022 wel een hogere omzet. De totale FMCG-omzet kwam in 2022 uit op 29,3 miljard euro, wat maar liefst 13% hoger is dan in het pré-coronajaar 2019. Bij de foodservicemarkt ging het in 2022 om een omzet van 23,7 miljard euro, wat 7% hoger is dan in 2019.

### **Verhouding thuis-buitenhuis bij vlees terug op het niveau van voor de coronacrisis**

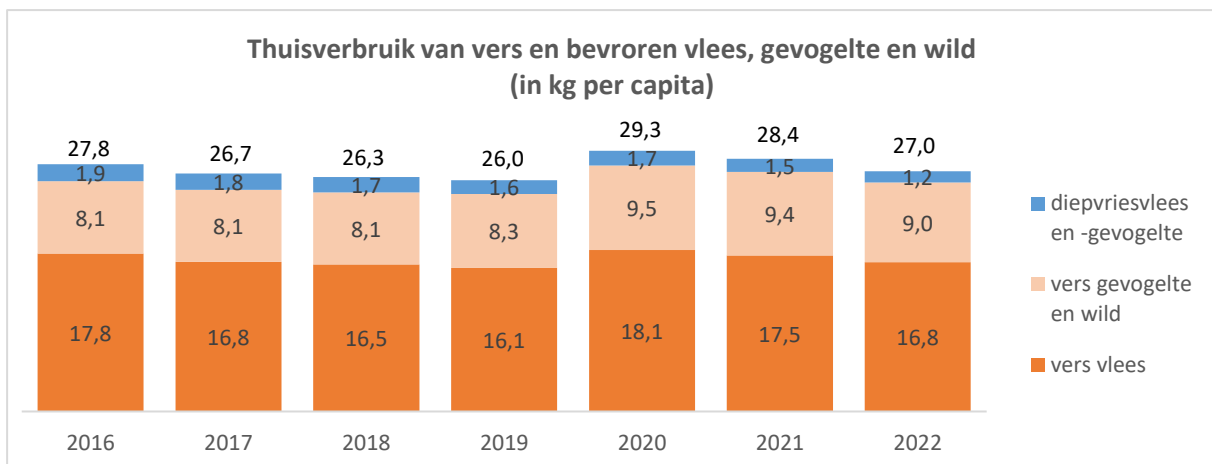
Wanneer we in 2022 vlees aten, dan was dit 71% van de keren thuis en 29% van de keren elders (horeca, familie of vrienden, werk, ...). Tijdens de coronajaren 2020 en 2021 was het belang van thuisconsumptie bij vlees gestegen van 72% in 2017 naar 80% in 2020 en 79% in 2021, maar in 2022 zitten we dus terug op het niveau van voor de coronacrisis. Binnen vlees worden kip en vleesmengelingen (bv. gemengd gehakt) in verhouding vaker thuis gegeten, terwijl rund- en kalfsvlees in verhouding vaker buitenshuis gegeten worden. In vergelijking met vlees, worden vis en vegetarische vleesvervangers eerder in horeca en op het werk gegeten en in verhouding minder thuis.



Bron: Consumptietracker VLAM (iVox)

## Thuisverbruik vlees daalde in 2022 t.o.v. coronajaren 2020 en 2021, maar blijft hoger dan in 2019

Door de hierboven beschreven verschuiving van thuis- naar buitenshuisverbruik, daalde het thuisverbruik van vers en bevroren vlees, gevogelte en wild in 2022 met 5% tot 27,0 kg per capita. Door de prijsstijgingen (+7%) noteerden we wel een stijging in de bestedingen met 2%. En als we vergelijken met het pré-coronajaar 2019, dan lag dat thuisverbruik in 2022 nog steeds 4% hoger. Dit geldt trouwens niet enkel voor het vers en bevroren vlees. Ook het thuisverbruik van vleeswaren bleef in 2022 hoger (+1%) dan in 2019 en dat van kant-en-klare maaltijden met vlees en gevogelte bleef zelfs 8% hoger dan in 2019.

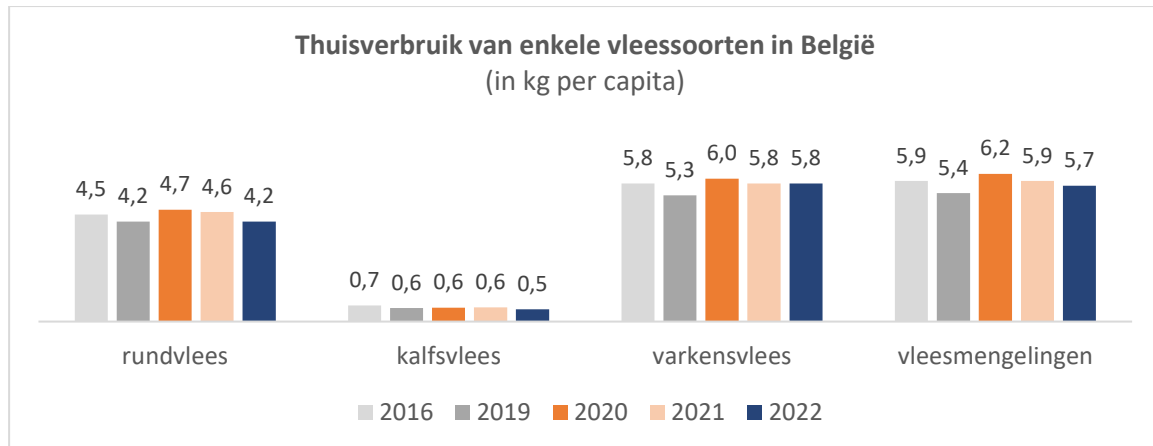


Bron: GfK België

## Goedkopere vleessoorten en -versnijdingen deden het in 2022 in verhouding beter

Binnen het thuisverbruik van vers vlees noteerden we in 2022 een volumedaling voor rundvlees met 7% tot 4,2 kg per capita en van kalfsvlees zelfs met 13% tot 0,5 kg per capita. Bij varkensvlees en vleesmengelingen bleven de dalingen beperkter, namelijk respectievelijk -1% tot 5,8 kg per capita en -3% tot 5,7 kg per capita. Door de prijsstijgingen in 2022, merken we voor varkensvlees en vleesmengelingen zelfs omzetsijgingen en voor rundvlees een status quo. Enkel bij kalfsvlees daalde de omzet in 2022. En als we vergelijken met 2019 dan lag het thuisverbruik van varkensvlees en vleesmengelingen in 2022 nog steeds hoger. Bij rundvlees zitten we terug op het niveau van voor de

coronacrisis en bij kalfsvlees komen we nu lager uit. Het valt dus op dat de duurdere vleessoorten zoals rund- en kalfsvlees het in 2022 in verhouding moeilijker hadden dan de goedkopere vleessoorten zoals varkensvlees en vleesmengelingen. Ook binnen de diverse versnijdingen merken we dat goedkopere versnijdingen het in 2022 in verhouding beter deden. Zo zien we bij rundvlees bv. dat tournedos/chateaubriand tegenover 2021 een volumedaling kent van 11%, terwijl dit bij americain/rundsgenhakt beperkt bleef tot 4%. Bij varkensvlees kent varkensgebraad een volumedaling met 7%, terwijl braadworst slechts met 2% daalde.



Bron: GfK België

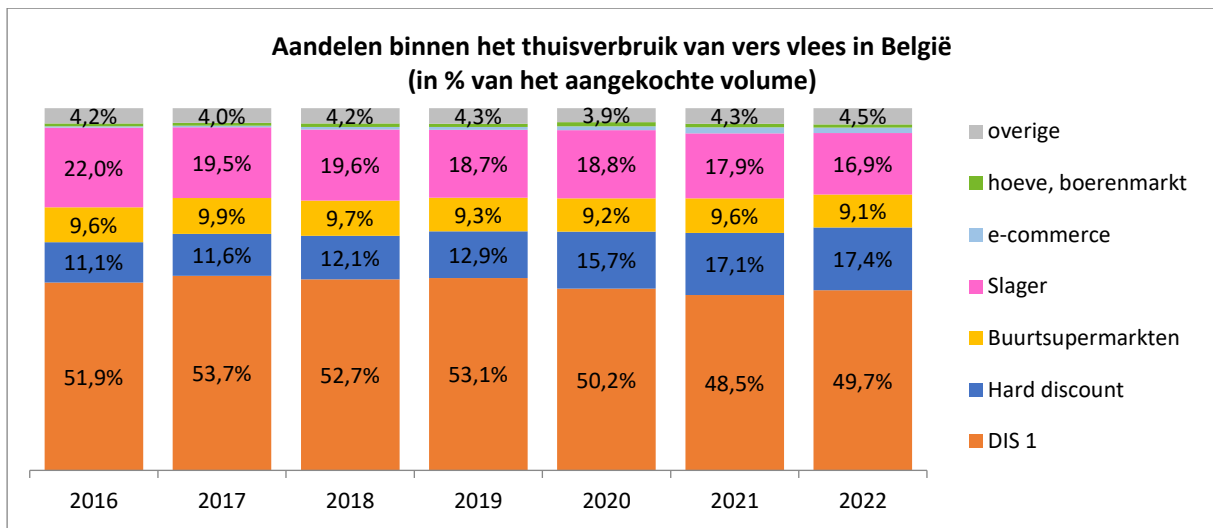
### Sterke voorkeur voor vlees van bij ons

57% van de Belgen geeft aan dat het land van herkomst een invloed heeft op hun aankoopkeuze van vers vlees. 94% van hen geeft aan dat ze dan een voorkeur hebben voor inlands vlees. Het belang van inlandse herkomst bij de aankoop van vlees zat in de jaren '10 in stijgende lijn en piekte in 2020 tijdens de eerste lockdown. Sindsdien merken we wel een lichte terugval in het belang van inlandse herkomst.

De voorkeur voor inlands vlees komt er vooral omwille van de steun voor de inlandse economie, het vertrouwen in de controles in België (veiliger) en de milieuvriendelijkheid. Die perceptie van milieuvriendelijker komt er voorlopig vooral door het kortere transport dat nodig is. De verdere kennis over de milieu-impact van inlands vlees is eerder beperkt. Zo weet slechts 18% dat de CO<sub>2</sub>-uitstoot van het Belgisch Witblauw rund lager is dan die van bv. Ierse runderen.

### Hard discount wint verder terrein als aankoopkanaal van vers vlees

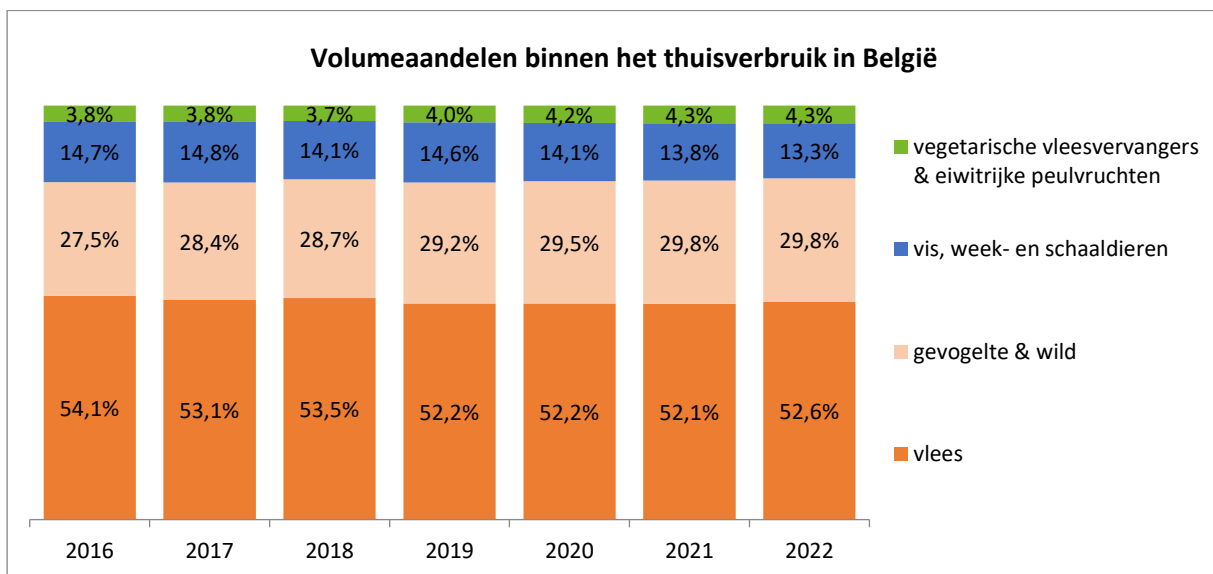
Hard discount (Aldi en Lidl) won reeds marktaandeel binnen de markt voor vers vlees tussen 2017 en 2020 en dit werd door covid-19 nog versneld in 2020 en 2021 en ook in 2022 steeg het volumeaandeel van hard discount verder (waarschijnlijk een stuk onder invloed van de hoge inflatie). Waar in 2016 nog 11% van het vers vlees bij hard discount langs de kassa passeerde, is dit 2022 gestegen tot 17%. Deze evolutie ging vooral ten koste van de grotere supermarkten, die met een volumeaandeel van 50% wel nog steeds veruit het belangrijkste aankoopkanaal blijven. Door de coronacrisis wisten de slaggers en korte keten volumeaandeel te winnen in 2020, maar in 2021 en 2022 zette hun aandeel de dalende trend van voor de coronacrisis verder. E-commerce is op langere termijn een groeiend aankoopkanaal, maar hun volumeaandeel daalde licht in 2022 en voorlopig blijft dit aandeel binnen vers vlees beperkt tot 1,5%.



Bron: GfK België

### Vlees blijft de belangrijkste eiwitbron en steeg in verhouding nog in 2022

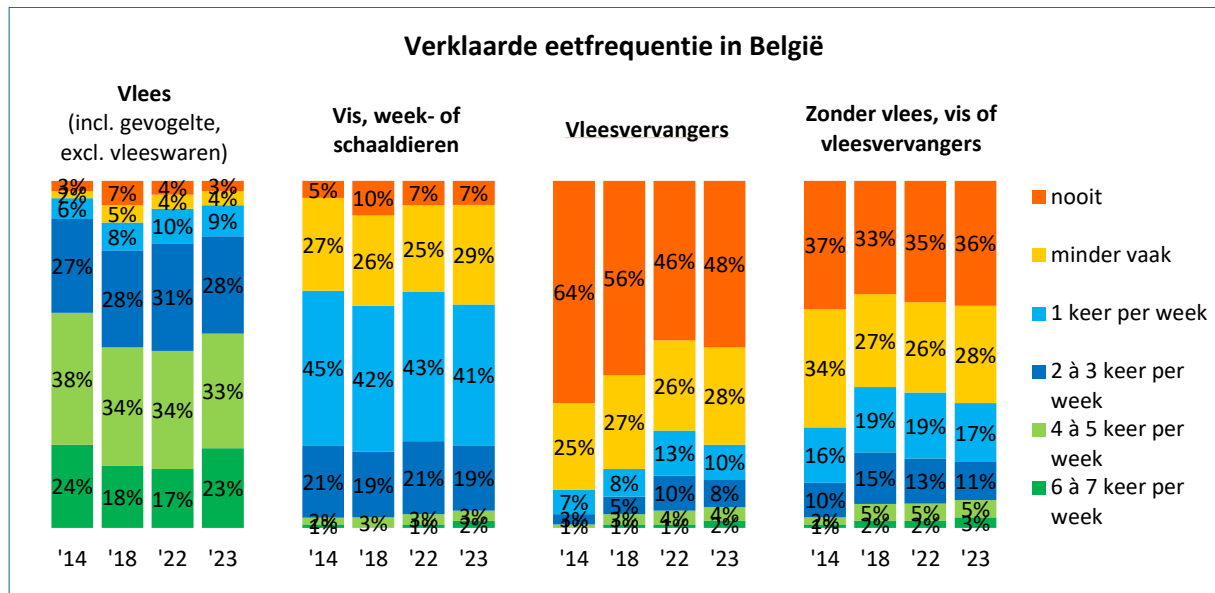
Ook bij vis, week- en schaaldieren en bij vleesvervangers noteerden we in 2022 een daling in het volume t.o.v. 2021, die bovendien nog iets sterker was dan bij vlees en gevogelte. Bij vers en diepgevroren vis, week- en schaaldieren ging het om een daling met 9% en bij vegetarische vleesvervangers en eiwitrijke peulvruchten om een daling met 5%. Hierdoor steeg het aandeel van vlees en gevogelte tegenover vis en vleesvervangers in 2022 tot 82% van het volume. Dit is ook hoger dan in 2019 voor de coronacrisis. Ook als we nog wat verder terug in de tijd gaan (tot 2016), dan blijft het volumeaandeel van vlees en gevogelte relatief stabiel. We zien binnen die totale categorie wel een lichte verschuiving van vlees naar gevogelte. Het volumeaandeel van vlees is het hoogst bij gezinnen met kinderen uit de lagere sociale groepen en het laagst bij (jonge) alleenstaanden.



Bron: GfK België

Uit een bevraging naar de verklaarde eetfrequentie van vlees, vis en vegetarisch, blijkt ook dat vlees veruit de belangrijkste categorie. 56% geeft aan minstens 4 keer per week vlees of gevogelte te eten

en 37% eet het 1 à 3 keer per week. Slechts 3% geeft aan nooit vlees of gevogelte te eten en dit percentage blijft al een aantal jaar stabiel. Wel zien we dat de verklaarde eetfrequentie van vlees daalde tussen 2014 en 2018. Tussen 2018 en 2022 bleef die eetfrequentie vervolgens nagenoeg status quo. In 2023 noteren we een opnieuw een stijging voor vlees, terwijl de verklaarde eetfrequentie van vleesvervangers en vegetarische maaltijden in 2023 licht terugliep, na een stijging de voorbije jaren.

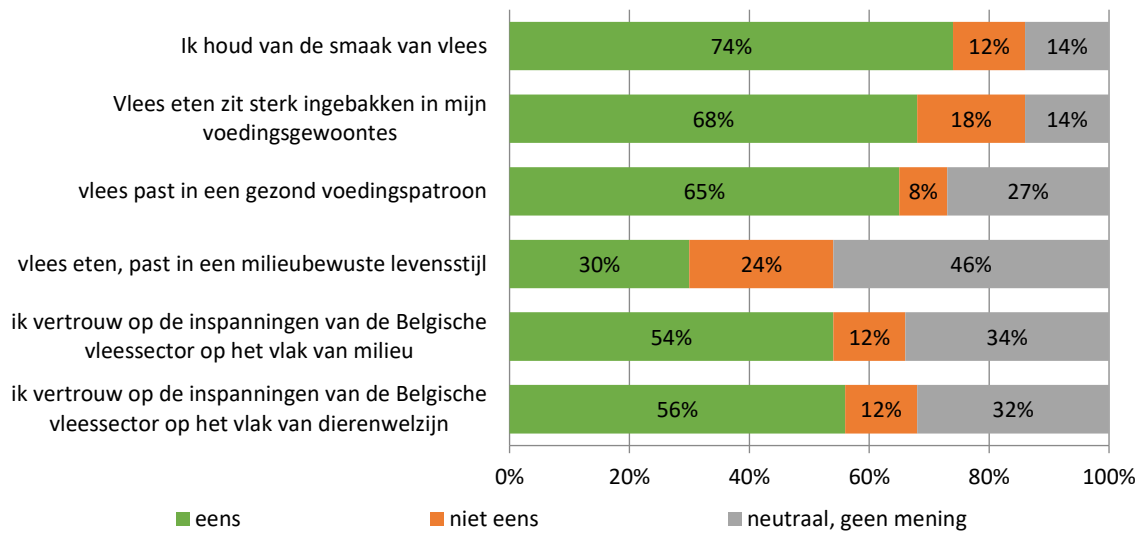


Bron: iVox in opdracht van VLAM (februari 2023)

### Slechts 10% van de Belgen heeft een negatieve houding t.a.v. vlees

Belgen eten graag vlees omdat ze houden van de smaak (en minder van de smaak van de alternatieven), omdat vlees sterk ingebakken zit in hun voedingsgewoonten (waardoor het ook makkelijker is om inspiratie te vinden en het te kopen en te bereiden dan alternatieven) en omdat ze vlees voedzaam vinden (het bevat essentiële voedingsstoffen en past daardoor in een gezond voeding). De belangrijkste reden voor het dalende vleesverbruik op lange termijn, is variatie. We komen van een periode waarin dagelijks vlees gegeten werd. Ondertussen zijn er naast vis heel wat andere alternatieven op de markt gekomen. En omdat we het lekker en gezond vinden om te variëren, gaan we dus ook gaandeweg vlees meer afwisselen met die alternatieven. Die grotere afwisseling tussen vlees, vis en vegetarisch betekent evenwel niet dat Belgen negatief staan tegenover vlees. Zo geeft slechts 10% aan in het algemeen (eerder) negatief te staan tegenover vlees, geeft slechts 8% aan dat vlees niet past in een gezond voedingspatroon en geeft slechts 12% aan geen vertrouwen te hebben in de inspanningen die de Belgische vleessector levert op het vlak van milieu- en diervriendelijkheid.

### Mening van de Belg t.a.v. vlees



Bron: iVox in opdracht van VLAM (februari 2023)