

Zuivel behoudt zijn sterke positie in de voedingsgewoontes van de Belg, maar het thuisverbruik van zuivel kent in België in 2023 wel een lichte daling.

Net als bij de totale voedingsmarkt staat ook het thuisverbruik van zuivel onder druk door enerzijds de hoge inflatie en anderzijds het stijgend buitenshuisverbruik. In 2023 resulteerde dit in een lichte daling in het aangekochte zuivelvolume (-1%). Daarnaast gingen Belgen binnen de zuivelcategorie op zoek naar budgetvriendelijkere oplossingen (bv. meer private label). Door de hogere gemiddelde prijzen steeg de besteding aan zuivel in 2023 wel met 14%. Binnen de zuivelcategorie presteerden kaas, room en ijs de voorbije jaren het best wat aangekochte volumes betreft, terwijl het thuisverbruik van melk, boter en verse witte kaas dalend is. De aankoopkanalen van zuivel bleven de afgelopen jaren relatief stabiel. Het volumeaandeel van hard discount (Aldi en Lidl) schommelt al een paar jaar rond 30%. Zuivel blijft een belangrijke voedingscategorie voor de Belg. Op een gemiddelde dag in de tweede helft van 2023 consumeerde 73% van de Belgen een zuivelproduct. De plantaardige alternatieven van zuivel hebben daarentegen een dagpenetratie van 16%. En binnen het thuisverbruik neemt zuivel een volumeaandeel in van 91% tegenover 9% voor de plantaardige alternatieven. Deze verhouding bleef de afgelopen 7 jaar stabiel.

Dit blijkt uit de aankoopgegevens verzameld door het CPS GfK bij 6.000 Belgische huishoudens en uit de Consumptietracker van VLAM uitgevoerd door iVox bij 3.680 Belgen tussen 18 en 75 jaar.

Hoge inflatie en stijgend buitenshuisverbruik zetten druk op het thuisverbruik van FMCG

De totale voedings- en huishoudbestedingen (FMCG) stegen in 2023 met 9%. De voedingsinflatie bedroeg vorig jaar echter 13%, wat dus betekent dat de FMCG-markt in verhouding met de inflatie daalde. Om de hoge voedingsinflatie te verzachten, kochten de huishoudens minder in volume en kozen ze voor budgetvriendelijkere alternatieven (downtrading). Vandaar het succes van private labels en hard discount (Aldi & Lidl) en dit heeft er ook mee voor gezorgd dat de aankoopfrequentie in 2023 gestegen is na een jarenlange daling. Gezinnen zijn immers meer gaan uitkijken welke producten waar het meest voordelig zijn in plaats van alles op één plaats te kopen.

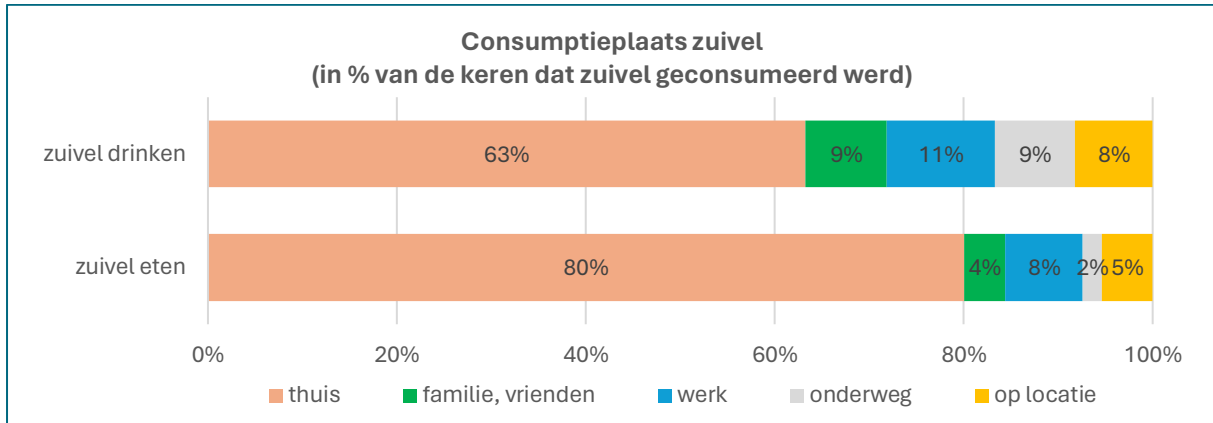
Naast de hoge inflatie zorgt ook het stijgende buitenshuisverbruik voor extra druk op de FMCG-markt. In 2014 waren nog 74% van de geconsumeerde warme maaltijden in België zelfbereide maaltijden, maar dit percentage zit in dalende lijn. Corona zorgde even voor een opleving doordat het buitenshuisverbruik toen beperkingen kende, maar daarna zette de dalende trend zich voort. In 2022 kwamen de zelfbereide warme maaltijden uit op een aandeel van 71% en in 2023 was dit nog slechts 68%. De afgehaalde en thuisgeleverde warme maaltijden en de kant-en-klare maaltijden zitten daarentegen in de lift en kwamen in 2023 uit op aandelen van respectievelijk 11% en 9%, komende van 7% en 6% in 2014. De warme maaltijden buitenshuis kennen na de coronacrisis een moeilijker herstel. In 2014 waren die maaltijden goed voor 13% van de warme maaltijden, in 2023 voor 12%.

Zuivel zit sterk ingebakken in de voedingsgewoontes in België

Op een gemiddelde dag in de periode juli tot december 2023 at 73% van de Belgen tussen 18 en 75 jaar minstens één zuivelproduct, met de ochtend als belangrijkste consumptiemoment. 1 op de 3 Belgen at op meerdere momenten doorheen die dag zuivel. De dagpenetratie voor de plantaardige alternatieven voor zuivel ligt een stuk lager: op een gemiddelde dag consumeerde 16% van de Belgen een plantaardig alternatief. 84% van die 16% consumeerde diezelfde dag ook een zuivelproduct.

Zuivel wordt vaak thuis geconsumeerd

Zuivelproducten worden voornamelijk thuis geconsumeerd: 80% van de keren dat er tussen juli en december 2023 zuivel gegeten werd en 63% van de keren dat er zuivel gedronken werd, was dit thuis. Binnen de zuivelcategorie noteren we wel verschillen in consumptieplaatsen. Boter, yoghurt en melk zijn zuivelproducten die in verhouding vaker thuis geconsumeerd worden, terwijl ijs, room en gearomatiseerde melk (bv. chocomelk) in verhouding regelmatig buitenshuis geconsumeerd worden.

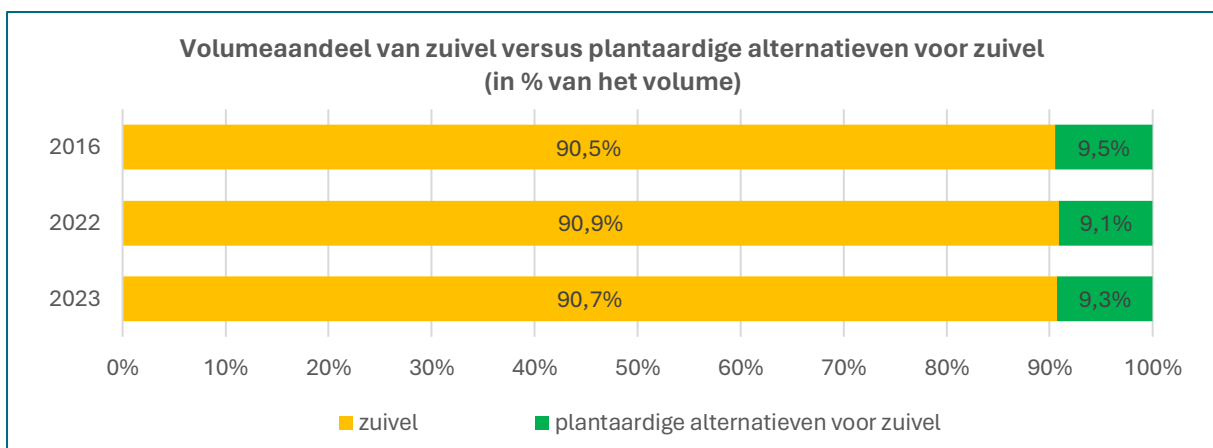


Bron: Consumptietracker VLAM (iVox, juli-december 2023)

Het thuisverbruik van zuivel staat licht onder druk

De bestedingen aan zuivelproducten stegen in België in 2023 met 14%. Deze stijging is voor een groot deel toe te wijzen aan de hoge inflatie (19% bij zuivel). Die hoge inflatie heeft ervoor gezorgd dat Belgen binnen zuivel op zoek gingen naar budgetvriendelijkere producten. Daarnaast noteerden we een lichte daling in volume met 1% tot 77,7 kg/liter per capita. Ook op langere termijn (in vergelijking met 2016) merken we een lichte daling in volume (-4%) en een stijging in besteding (+31%).

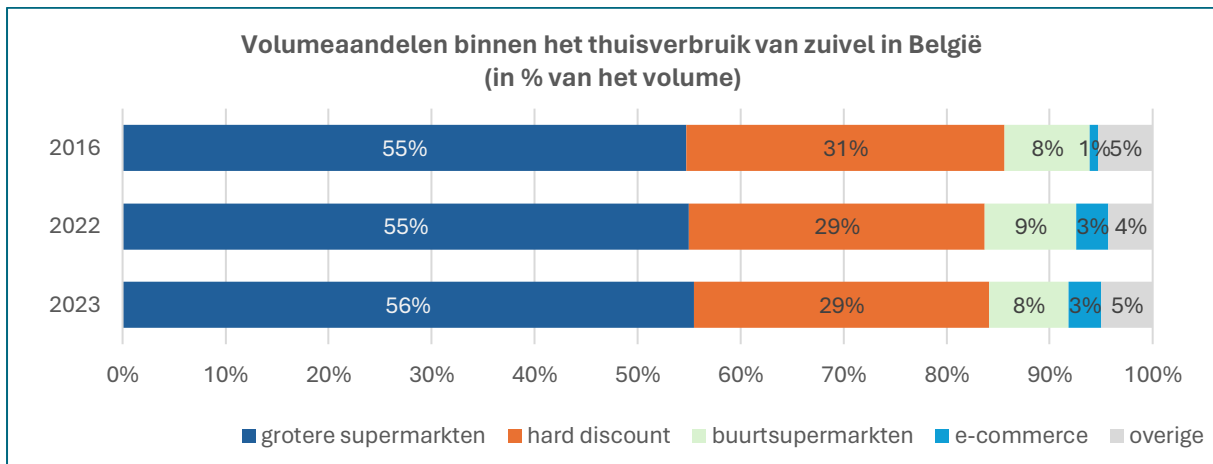
Ook het thuisverbruik van de plantaardige alternatieven is op langere termijn dalend in volume (-6% t.o.v. 2016). 2023 was wel een iets beter jaar met een volumestijging van 1% tot 8,0 kg/liter per capita. Ten opzichte van het thuisverbruik voor zuivel bedroeg het volumeaandeel van de plantaardige alternatieven 9,3% in 2023. Dit volumeaandeel bleef de voorbije jaren relatief stabiel. Het volumeaandeel van zuivel is het hoogst bij gezinnen met kinderen uit de lagere sociale groepen (92,1%) en in Wallonië (92,6%) en het laagst bij jonge alleenstaanden (87,6%) en in Vlaanderen (89,5%).



Bron: CPS GfK

Weinig verschuivingen binnen de aankoopkanalen van zuivel

Meer dan de helft van het volume zuivelproducten wordt aangekocht in grotere supermarkten. Het volumeaandeel van hard discount bleef de voorbije jaren schommelen rond 30%. Binnen zuivel kent hard discount dus niet de groei die wel zien binnen de totale voedingsmarkt. E-commerce won aan belang tijdens de coronacrisis, maar het aandeel van e-commerce blijft sinds 2021 hangen op 3%. De buurtsupermarkten kenden een minder 2023 en zagen hun volumeaandeel binnen zuivel dalen van 9% naar 8%.

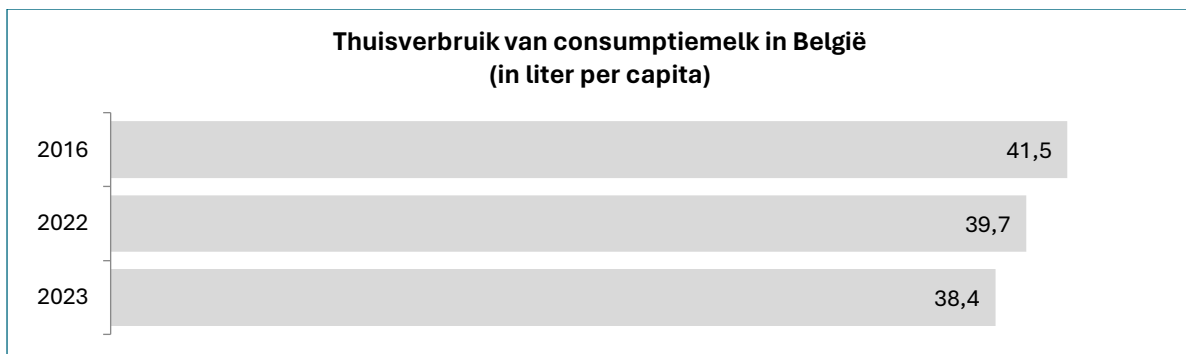


Bron: CPS GfK

Binnen de zuivelcategorie presteerden kaas, room en ijs de voorbije jaren het best

Bijna de helft (49%) van het aangekochte zuivelvolume is melk, daarna volgen kaas (15%) en yoghurt (12%). Het volumeaandeel van melk is wel dalend, net als dat van boter en verse witte kaas, en dit ten voordele van kaas, room en ijs. In bestedingen is kaas de belangrijkste productgroep met een omzetaandeel van 47%. Melk heeft binnen de zuivelbestedingen een aandeel van 16%.

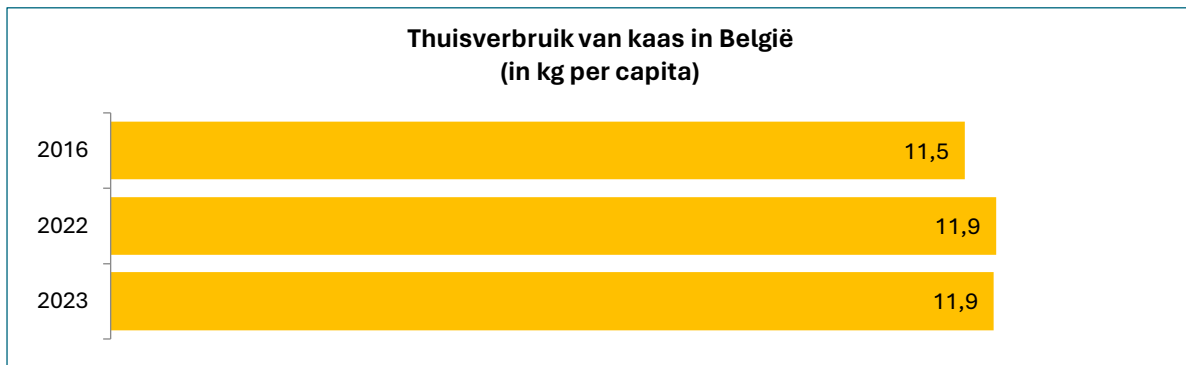
Na een daling tussen 2016 en 2022 met 4%, daalde het thuisverbruik van melk in 2023 met 3% tot 38,4 liter per capita. Door een sterke stijging van de gemiddelde prijs, noteerden we wel een stijging in besteding. 70% van het melkvolume is halfvolle melk, 20% volle melk en 12% magere melk, met volle melk dat aandeel wint. Naast witte melk is ook het thuisverbruik van karnemelk en van gearomatiseerde melk dalend. Bij drinkyoghurt en gefermenteerde melk en melkdrinks is er daarentegen sprake van een stabilisatie.



Bron: CPS GfK

Na een stijging van 4% tussen 2016 en 2022 stagneerde het thuisverbruik van kaas in 2023 op 11,9 kg per capita. Door een stijging van de gemiddelde prijs met 15% steeg ook de besteding met 15%.

Kazen met harde korst nemen 63% van het volume in, tegenover 9% voor kazen met halfharde korsten 28% voor zachte kazen. Zachte kazen winnen de laatste jaren terrein, terwijl de halfhardekorstkazen onder druk staan. 64% van de kazen worden gekocht onder private label en dit aandeel is nog groeiend. 13% van het gekochte kaasvolume is Belgische kaas en dit aandeel is dalend. Belgische kazen zijn populairder in Vlaanderen en bij gepensioneerden en hebben een groter volumeaandeel binnen de kazen met halfharde korst, binnen de merkkazen en bij buurtsupermarkten en speciaalzaken.



Bron: CPS GfK

Bij yoghurt noteren we in 2023 terug een stijging, na een dalende tendens de voorbije jaren. We klokten in 2023 af op een thuisverbruik van 9,7 liter per capita. Binnen yoghurt blijft natuuryoghurt aandeel winnen. Verder noteren we een stijgend thuisverbruik voor ijs tot 4,8 liter per capita, een stabilisatie voor room op 2,1 liter per capita en dalingen bij verse witte kaas (tot 2,4 kg per capita), boter (tot 1,4 kg per capita) en verse desserts (tot 3,6 liter per capita).