***Thuisverbruik van aardappelen in 2015***

*Het thuisverbruik van verse aardappelen staat al een paar jaar onder druk. Ook in 2015 noteren we een daling, zij het minder sterk dan de voorgaande jaren. In Vlaanderen en bij <40-jarigen bleef het verbruik stabiel. Dat leren ons de cijfers die het marktonderzoeksbureau GfK Belgium over het thuisverbruik bij 5.000 Belgische gezinnen in 2015 voor VLAM verzamelde.*

**Lichte daling in 2015 in België, status quo in Vlaanderen**

90% van de Belgische gezinnen kopen verse aardappelen en ze doen dit gemiddeld 14 keer per jaar. Zowel het aantal kopers als het aantal keer per jaar dat ze verse aardappelen kochten, bleef de laatste jaren relatief stabiel, maar door een dalend aankoopvolume per keer daalt het volume per capita jaarlijks. In 2015 bleef die daling beperkt tot 1,3% zodat we uitkomen op een thuisverbruik van verse aardappelen van 24,7 kg per capita. In Vlaanderen bleef het volume per capita stabiel op 26,3 kg per capita. Het is dus het zuiden van het land dat in 2015 zorgde voor de daling. Door een hogere gemiddelde prijs steeg de besteding per Belg in 2015 wel met 11,5% tot 19,7 euro per capita.

*Bron: GfK Belgium*

**<40-jarigen weten aardappelen meer te waarderen**

Het thuisverbruik van verse aardappelen ligt het laagst bij <50-jarigen, maar de laatste jaren bleef het verbruik bij de <40-jarigen, de doelgroep van de VLAM-campagne, wel op peil. De daling zit dus vooral bij de >40-jarigen, een bevolkingsgroep die nog wel heel vaak aardappelen eet, maar die kennelijk wat meer varieert met andere maaltijdbegeleiders.

**Evolutie naar kleinere verpakkingsgewichten**

90% van de aangekochte aardappelen worden voorverpakt gekocht. De verpakkingen van 5 kg blijven het populairst, met een volumeaandeel van 52%, gevolgd door verpakkingen van 2,5 kg met 19%. De kleinere verpakkingen (<2,5 kg) winnen de laatste jaren wel terrein en kwamen in 2015 uit op een marktaandeel van 11%. De grotere verpakkingen (> 5 kg) verliezen hierdoor aandeel: van 26% volumeaandeel in 2008 tot 16% in 2015. Door deze evolutie daalt de gemiddelde aankoophoeveelheid per aankoop, wat zorgt voor een daling in het jaarlijks volume per capita.

**Grotere diversiteit in aangekochte variëteiten - herkomst vooral België**

Het volumeaandeel van de grote 3 variëteiten (Bintje, Nicola en Charlotte) daalt jaarlijks ten voordele van diverse andere variëteiten. Bintje daalde van 34% aandeel in 2008 tot 23% in 2015, Nicola van 17% tot 15% en Charlotte van 11% tot 9%. De andere variëteiten stegen dus samen van 38% van het volume in 2008 tot 54% in 2015.  
Tussen 2008 en 2011 steeg het volumeaandeel van Belgische aardappelen van 70% tot 78%. Sindsdien schommelt dit aandeel rond die 78%. Het aandeel van Belgische aardappelen is uiteraard het hoogst bij de rechtstreekse aankoop. Maar ook bij de grotere supermarkten en bij de buurtsupermarkten ligt dit aandeel boven de 80%. Bij de grotere supermarkten daalt het aandeel wel ten voordele van Nederlandse aardappelen. Bij hard discount is het aandeel Belgische aardappelen het laagst (63%), maar wel stijgend.

**Hard discount blijft aandeel winnen**

De grotere supermarkten (DIS 1) blijven het belangrijkste aankoopkanaal voor verse aardappelen met een volumeaandeel van 39%. Sterke groeier is evenwel hard discount (Aldi en Lidl). Hun volumeaandeel steeg van 23% in 2008 tot 26% in 2014 en steeg ook in 2015 verder tot 28%. De winst van hard discount gaat vooral ten koste van de agf-winkels en de rechtstreekse aankoop op de hoeve. In 2015 steeg het volumeaandeel van de rechtstreekse aankoop wel licht van 9,0% tot 9,5%.

*Bron: GfK Belgium*

**Thuisverbruik verwerkte aardappelen: positieve evolutie voor vers, negatieve voor diepvries**

Na een stabilisatie in het thuisverbruik van verse verwerkte aardappelen tussen 2011 en 2013, noteren we zowel in 2014 als in 2015 een verdere stijging. In 2015 gaat het om een stijging van maar liefst 10% tot 1,7 kg per capita en dit in de eerste plaats door een groter aantal kopers. 61% van de Belgische gezinnen kochten in 2015 verse verwerkte aardappelen en ze doen dit dan gemiddeld 6,7 keer per jaar. De grotere supermarkten en hard discount zijn de belangrijkste aankoopkanalen met een volumeaandeel van respectievelijk 39% en 32%. De laatste jaren boekte hard discount telkens winst ten koste van de grotere supermarkten, maar de grotere supermarkten en de buurtsupermarkten deden in 2015 blijkbaar inspanningen in dit segment want die situatie was in 2015 omgekeerd.

Het thuisverbruik van verwerkte aardappelen in diepvries kende ook een stabilisatie tussen 2009 en 2013, maar hier zien we vooral in 2014, maar ook in 2015 een daling. In 2015 bedroeg die daling 1,4% waardoor we uitkwamen op 5,1 kg per capita. De verwerkte aardappelen in diepvries blijven dus een grotere markt dan de verse verwerkte aardappelen. Ze kennen nog steeds 77% kopende gezinnen, maar de aankoopfrequentie van die gezinnen is sinds 2014 gedaald. De grotere supermarken nemen 42% van het volume voor hun rekening, hard discount 40% en de buurtsupermarkten 13%. In 2015 ging hard discount er met 3% aandeel op vooruit.

**En de alternatieven voor aardappelen?**

De belangrijkste alternatieve maaltijdbegeleiders voor aardappelen bij ons zijn brood, rijst en droge deegwaren.   
Het thuisverbruik van brood zette de dalende tendens van de voorbije jaren ook in 2015 voort. In 2015 ging het om een daling van 4,8% tot 33,9 broden per Belg en dit vooral door een dalende aankoopfrequentie. Zowel rijst als droge deegwaren kennen een zeer stabiel thuisverbruik. Voor rijst bedraagt dit al jaren 1,5 à 1,6 kg per capita en voor droge deegwaren 5,0 à 5,1 kg per capita. Quinoa is een kleine speler in deze categorie (0,05 kg per capita), maar het thuisverbruik verdubbelde wel in 2015. Ook het aantal kopers steeg van 5% van de Belgische gezinnen in 2014 naar 10% in 2015. Uit de beschreven evoluties van aardappelen en zijn alternatieven blijkt ten slotte dat deze totale categorie van maaltijdbegeleiders dalend is.

**Verhouding thuisverbruik – buitenshuisverbruik**

Het hierboven beschreven thuisverbruik is goed voor 65% van het totaal aantal keren dat aardappelen en aardappelproducten gegeten worden. 16% van de keren gaat het om buitenshuisverbruik en 5% om afhaalconsumptie. Het resterende percentage gaat om maaltijden die niet aangekocht zijn (omdat ze gekregen zijn, de aardappelen zelf geteeld werden …). Het percentage thuisverbruik verschilt wel sterk per bereidingswijze. Zo loopt dit voor gekookte aardappelen op tot 79%, terwijl dit voor friet slechts 38% is. Specifiek voor aardappelen zijn er geen evolutiecijfers over het buitenshuisverbruik ter beschikking maar de totale buitenshuismarkt vertoont, na een aantal moeilijke jaren sinds het begin van de crisis in 2008, sinds 2014 opnieuw positieve signalen.