



Vlaanderen
is smaakvol

Consumenteninzichten en marktanalyse rond zachtfruit in Vlaanderen/België

Luc Van Bellegem, sr marketingadviseur

Hasselt, 19 december 2018

VLAM.be



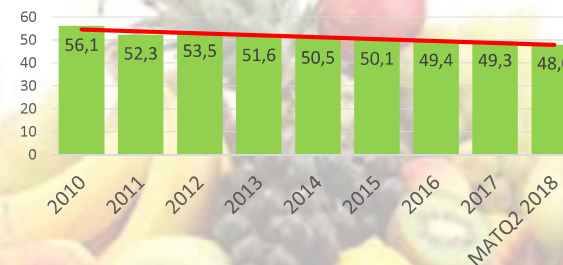
Mate waarin vers fruit past in een
gezonde voeding

9,3 op 10

Bron: VLAM-tracking 2016 (online kwantitatief onderzoek; 500 Vlaamse VVA's 18-64 jaar; iVox voor VLAM)

Maar toch onderconsumptie van fruit én bovendien dalend

Thuisverbruik van fruit in Vlaanderen
(in kg per capita)

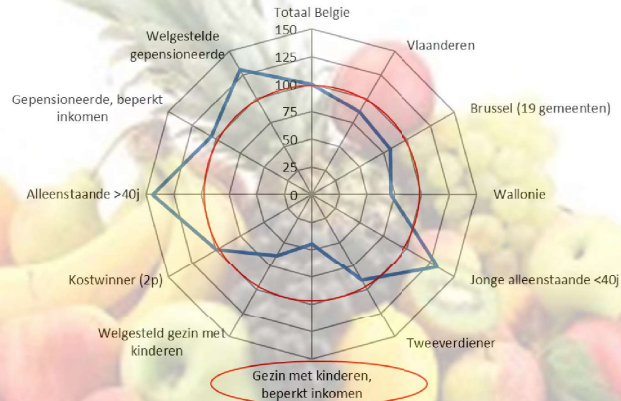


=> Gemiddeld 160 gr/Vlaming/dag < Aanbevolen = 250 gr/persoon/dag

VLAM.be

...zeker bij bepaalde groepen

Profiel van de fruitconsument in België
Index tov ADH = 100



Gezinnen met kinderen met beperkt inkomen
<100 g/persoon/dag

Aanbevolen dagelijkse hoeveelheid (ADH) =
250 gram/persoon/dag

VLAM.be

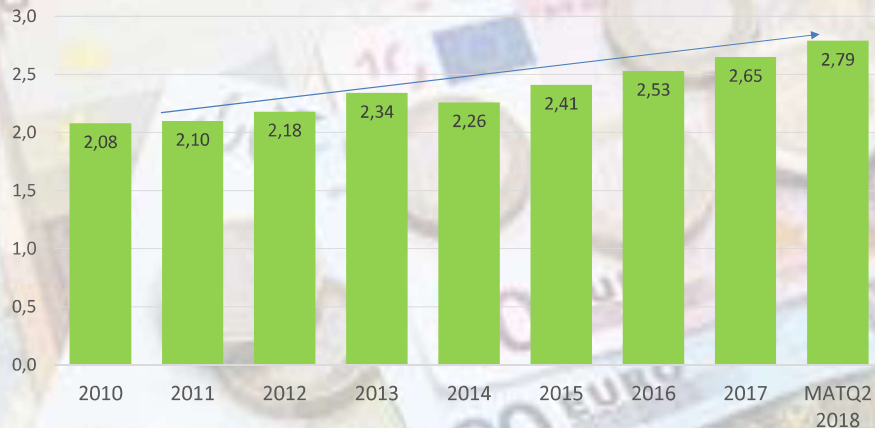
Probleem sterkst bij lager opgeleiden

- Lagere consumptie bij:
 - Mannen dan bij vrouwen
 - Jongeren dan bij ouderen
 - Lager dan bij hoger opgeleiden
- Daling het sterkst bij:
 - Lagere sociale klasse

VLAM.be

Fruit werd gemiddeld een derde duurder op 8 jaar

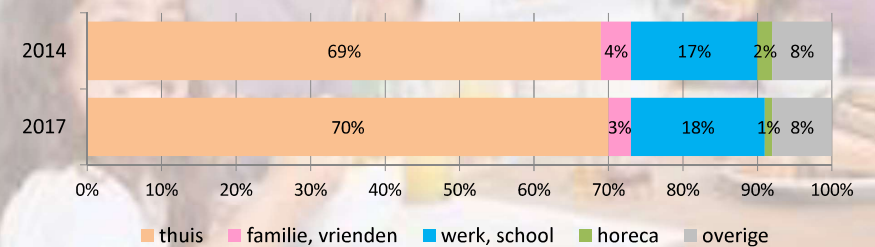
Gemiddelde prijs (in euro per kg)



VLAM.be

Consumptie fruit vooral thuis en op het werk

Consumptieplaatsen (in % van het aantal momenten)



VLAM.be

Fruit doorheen de dag

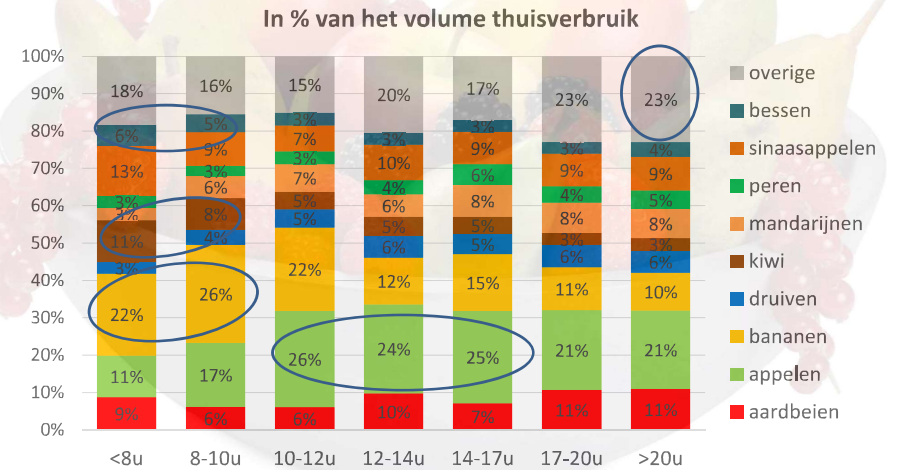


Fruit wordt doorheen de hele dag geconsumeerd:

- Voor het ontbijt
- Tijdens het ontbijt
- Als tussendoortje
- Als 4-uurtje
- Als snoepje
- Na het avondeten, als dessert
- Voor tv

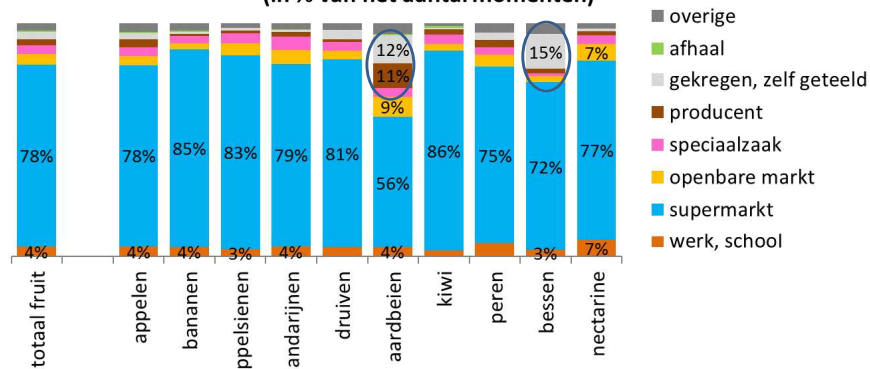


Banaan, kiwi en bessen 's ochtends, appel tussendoor en diversen 's avonds



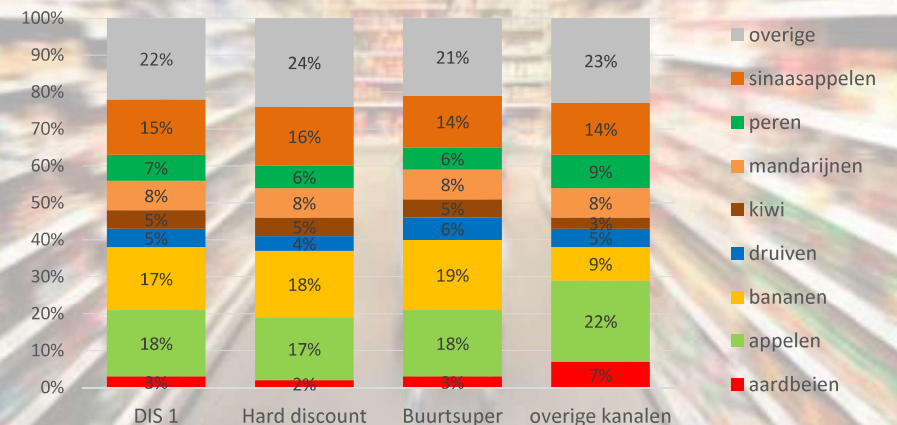
Fruit komt hoofdzakelijk uit supermarkt

Aankoopkanalen
(indien consumptieplaats thuis, werk of onderweg)
(in % van het aantal momenten)



Fruit van bij ons eerder via niet-supermarktkanalen

In % van het volume thuisverbruik



Belangrijke elementen in aankoopbeslissing bij fruit

- 1. Kwaliteit- en versheidsperceptie product**
Door goed te kunnen kijken en voelen, door kwaliteitslabels (merk, bio...). Kwaliteit primeert boven prijs.
- 2. Mooi uitzicht**
Fruit moet « verleiden » : blinken, mooie kleur hebben, onbeschadigd zijn
- 3. Veelzijdigheid product**
Product moet op voldoende manieren klaar te maken zijn, gemakkelijk te combineren, toegankelijk voor iedereen.
- 4. Grootte/houdbaarheid**
Producten/verpakking mag niet te groot zijn vanwege gebruiksgemak (appelen) en korte bewaartijd (vooral singles)
- 5. Kwaliteitsperceptie winkel**
Door goede ervaring van kwaliteit (Delhaize), goede perceptie prijs/kwaliteit (Colruyt), door expertise (detailhandel, markt)
- 6. Herkomst:** Belgische aardbeien, o.a. door label ...

VLAM.be

Associaties met vers fruit

Gezond Gewoonte Zomer Vitaminen
Tussendoortje Voor de kinderen Sapjes Fris
Duur Lekker Insecticiden Ontbijt Verwennen
Kwaliteitsverschil

VLAM.be

Redenen consumptie

- | | |
|---|--|
| Men had er zin/goesting in | Als verwenmomentje |
| Om een hongertje te stillen | Om energie op te doen (bv. voor het sporten) |
| Uit gewoonte | Tegen de dorst |
| Als tussendoortje, pauzemoment | Het was een deel van de maaltijd |
| Omdat men er zich goed bij voelt | Als voorbeeldfunctie voor de kinderen (zorgende functie) |
| Uit gezondheidsoverwegingen (bv. omdat men wil vermageren, voor een vlotte stoelgang) | Uit morele verplichting |

VLAM.be

Bron: Marktmaker (online community 100 Vlamingen door Insites voor VLAM)

Barrières voor het eten van fruit

- Minder ingebakken in onze voedingsgewoontes en routines en daardoor minder top-of-mind en heel impulsgevoelig (we moeten het aangeboden krijgen of zien liggen)
- Alternatieven (koekjes en andere zoetigheden) zijn meer top-of-mind, hebben grotere reclamebudgetten en zijn vaak meer conveniënt en lekkerder
- Vergt werk en tijd om te schillen en snijden
- Prijzig, zeker als je wil variëren (exotisch fruit, bosvruchten, buiten seizoen)
- Soms gesmos en geprul om te eten
- Wisselvallige kwaliteit en smaak en beperkt houdbaar en kwetsbaar
- Niet verzadigend
- Teveel is niet gezond, want bevat veel suiker
- Beperkte aanbod in de winter (wordt dan rapper saai)
- Vragen bij natuurlijke versheid (insecticiden, genetische manipulatie)

Bron: Marktmaker (online community 100 Vlamingen door Insites voor VLAM)

Keuze fruitsoort



VLAM.be

Appel koploper in de fruitkorf maar banaan rukt op

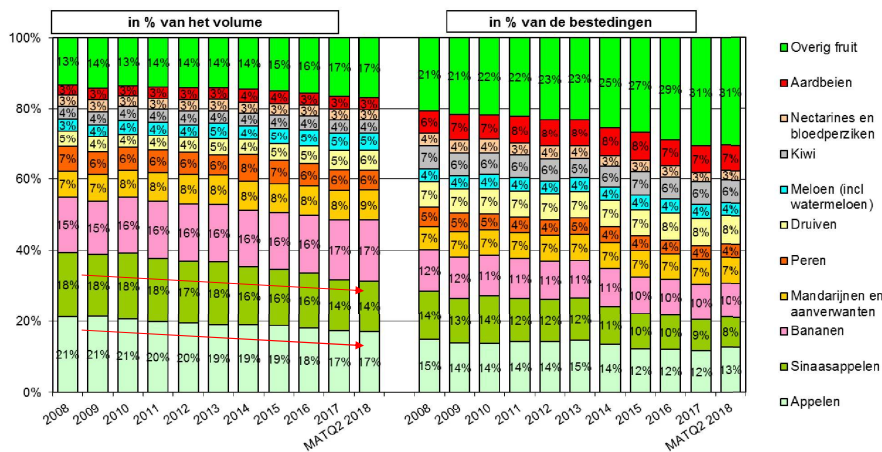
Aankopen voor thuisverbruik
(kg per capita, 2017)

1. Appel (8,1)
2. Banaan (7,9)
3. Sinaasappel (6,8)
4. Mandarijn (3,9)
5. Peer (2,7)
6. Druiven (2,6)
7. Meloenen (2,5)
8. Kiwi (1,7)
9. Aardbei (1,6)
10. Nectarine (1,5)
-
15. Bessen (0,5)

VLAM.be

Appelen en appelsienen verliezers

Aandeel fruitsoorten in aankopen voor thuisverbruik in België

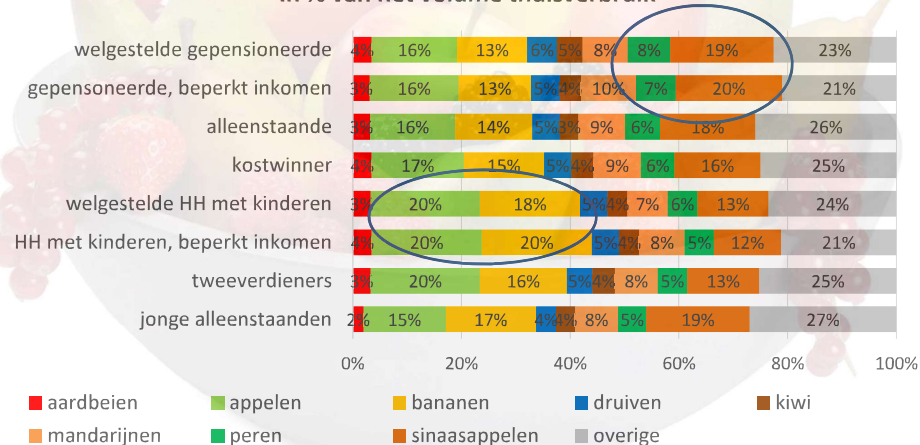


Bron: GfK Belgium

VLAM.be

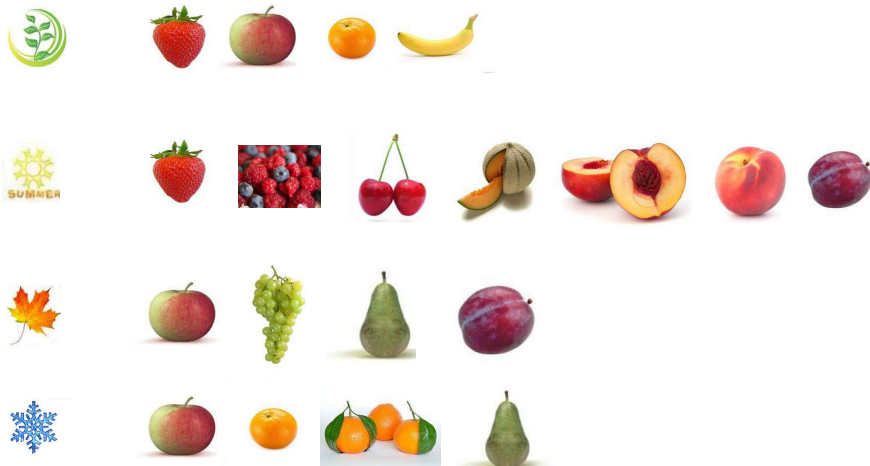
Jongere gezinnen eerder appel en banaan, oudere peer en appelsien

In % van het volume thuisverbruik



VLAM.be

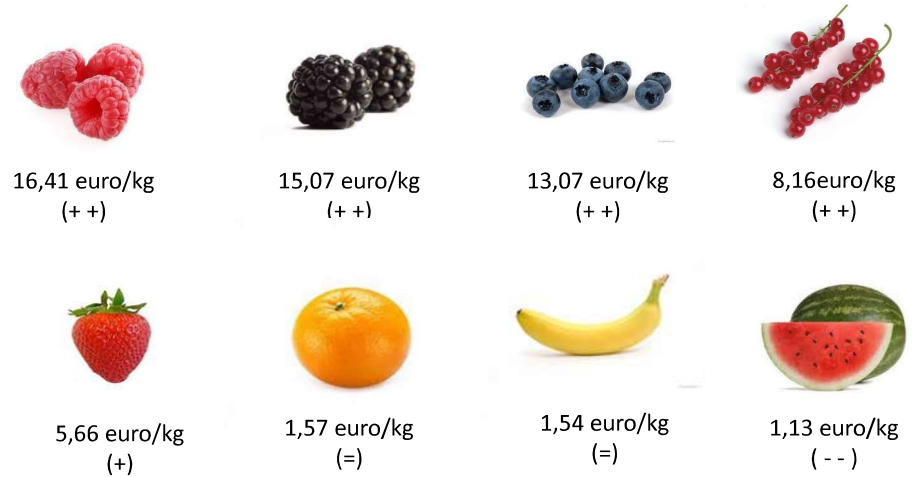
Seizoenen volgens consument



VLAM.be

Grote prijsverschillen

(prijzen 2017 en evolutie tov 2008)



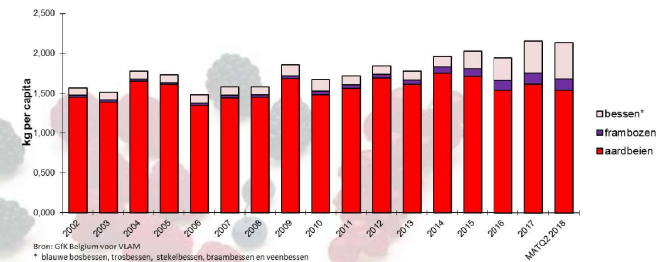
VLAM.be

Menu

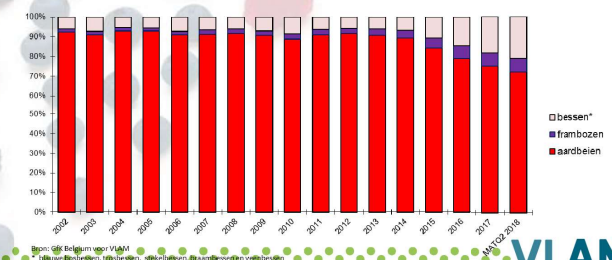
- ✓ De fruitconsumptie onder de loep
- ✓ Focus op zachtfruit
 - ✓ Aardbei
 - ✓ Bessen
 - ✓ Frambozen
- ✓ VLAM-promotie en aanbevelingen

Zachtfruit zit in de lift

Evolutie van de aangekochte hoeveelheid zacht fruit in kg per capita



Evolutie van de aangekochte hoeveelheid zacht fruit (% op basis van volume)

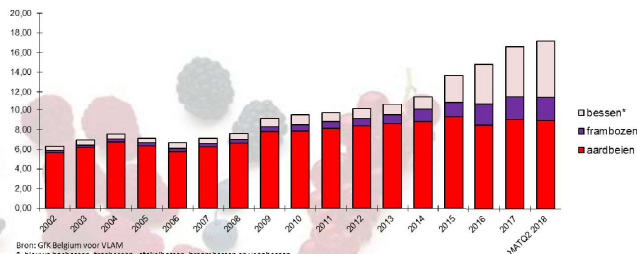


VLAM.be

Zachtfruit zit in de lift zeker in waarde

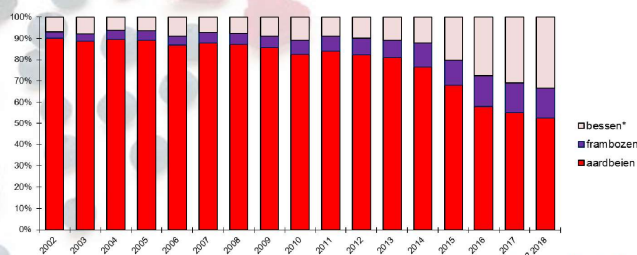


Evolutie van de aangekochte hoeveelheid zacht fruit in euro per capita



Bron: GfK Belgium voor VLAM
* blauwe bessen, trosbessen, stokbessen, braambessen en veenbessen

Evolutie van de aangekochte hoeveelheid zacht fruit (% op basis van waarde)



Bron: GfK Belgium voor VLAM
* blauwe bessen, trosbessen, stokbessen, braambessen en veenbessen

VLAM.be

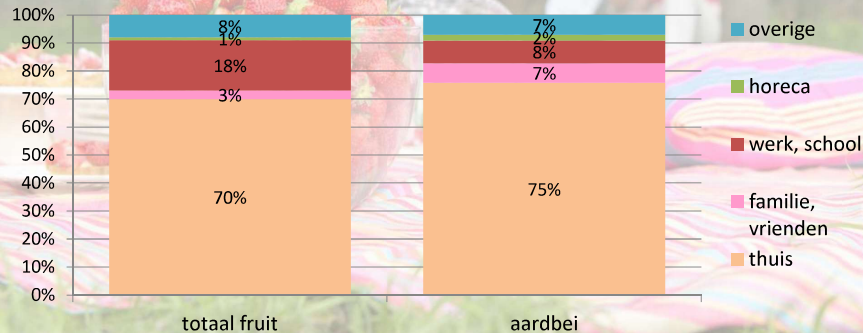


Vooral thuis en in verhouding vaker bij familie/vrienden



Dagpenetratie van 10%

Consumptieplaatsen (in % van het aantal momenten)

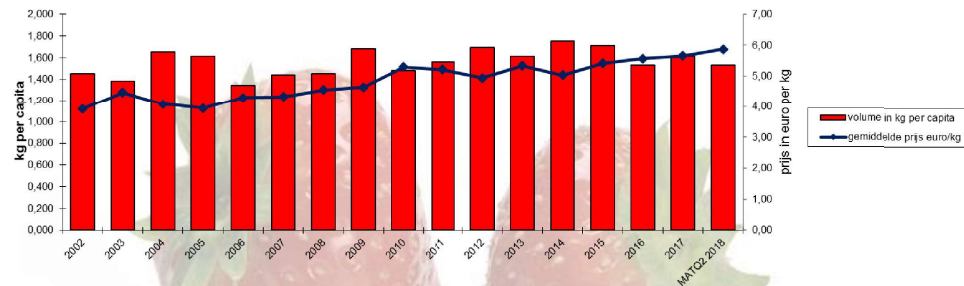


VLAM.be

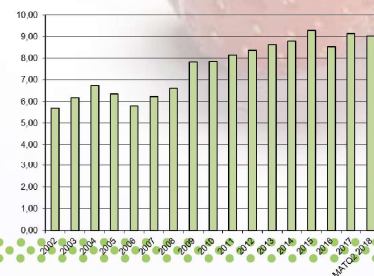
Schommelend thuisverbruik aardbeien



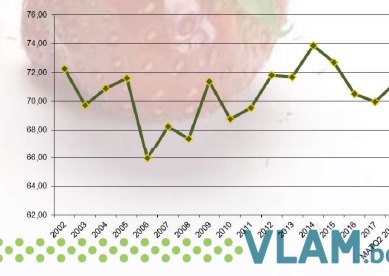
Evolutie van de aangekochte hoeveelheid verse aardbeien en de prijs per kg



Besteding verse aardbeien in euro per capita



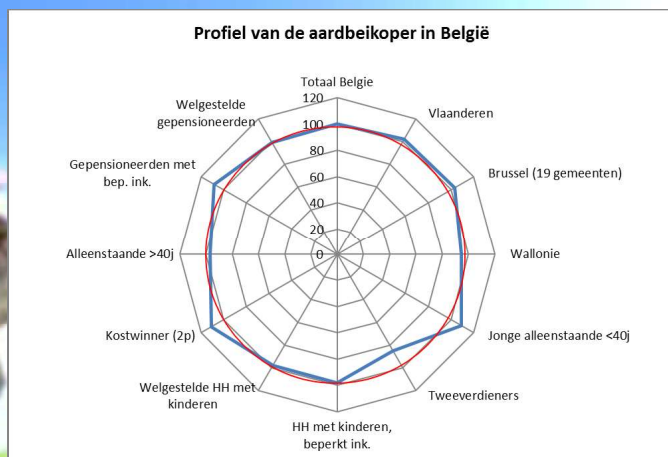
% kopers van verse aardbeien



VLAM.be

Profiel aardbeikoper

Iedereen lust wel aardbeien enkel tweeverdieners iets minder.



* index op basis van volumeaandeel in fruitkorf, gemiddelde van België = 100, data MATQ2 2018

Bron: GfK Belgium voor VLAM

Toepassingen

- Tussendoortje, voor tv, gewoon de kroontjes eraf, puur
- Met bloemsuiker, witte suiker of slagroom er bovenop
- Met pudding of ijscrème
- Met yoghurt
- Ontbijt, 's morgens bij de muesli
- Op de boterham
- Confituur
- Milkshake
-

Eerder in het weekend dan op een weekdag



Aankoopcriteria



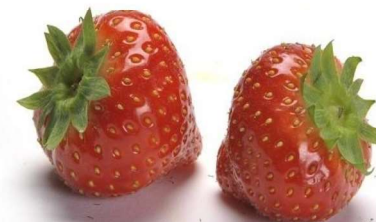
- Sensorisch:
Versheid/rijpheid is een zeer belangrijk. Men let op de **mooi**e, **rode kleur**, of ze **blinken**, of ze de **juiste grootte** hebben en of ze **geen blutsen of rotte vlekken** bevatten. Daarnaast wordt de **geur** aangesproken om de versheid te controleren. Ook een steeltje of stevig kroontje duidt voor sommigen op versheid.
- Prijs
- (Belgische) herkomst
- Merk: merendeel kan geen merk opnoemen. Hoogstraten werd het vaakst genoemd, voor Flandria, Eburon en Wepion.



Lekkere aardbei

=

- ✓ Vers
- ✓ Smaakvol
- ✓ Zoet
- ✓ Sappig
- ✓ Mooi rood
- ✓ Mooie vorm
- ✓ Niet te groot (anders minder smaakvol)



Bron: Marktmaker online community Insites voor VLAM

VLAM.be

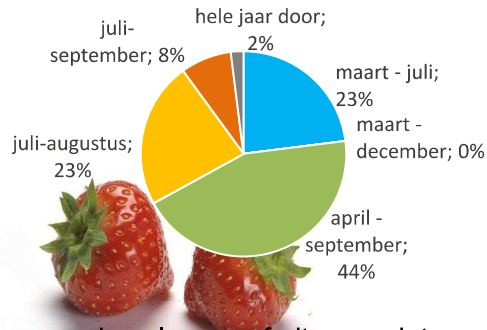
Bron: Marktmaker online community Insites voor VLAM

VLAM.be

Bron: Marktmaker online community Insites voor VLAM

VLAM.be

Aardbeiseizoen in de ogen van de consument: van april tot september



Aardbeien worden aanzien als zomerfruit ... en dat mag voor velen zo blijven!

"Maar ik weet wel dat er tegenwoordig heel het jaar aardbeien zijn. Maar of ze dan goed van smaak zijn dat weet ik niet. Ik koop nooit aardbeien in de herfst of winter. Voor mij blijft een aardbei een zomerse vrucht. Lekker fris in de zomer." (zannake)

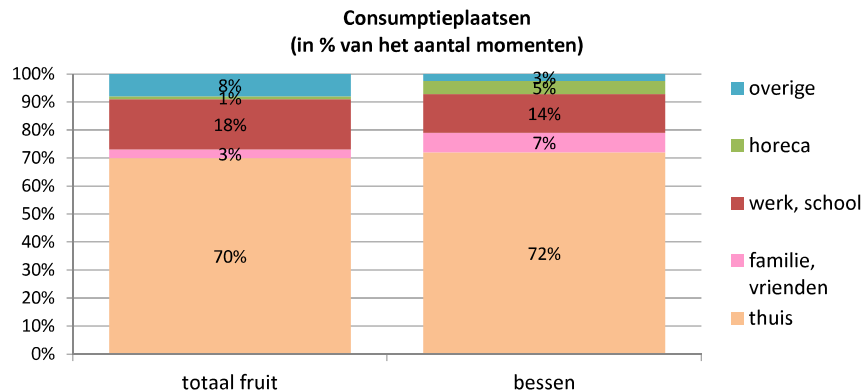
Dagpenetratie: 22% in zomer (versus 12% in lente en 1% in winter)

VLAM.be

Bron: Marktmaker online community insites voor VLAM

Vooral thuis en in verhouding vaker bij familie/vrienden en in horeca

Dagpenetratie van 4%



VLAM.be

Bron: Marktmaker online community insites voor VLAM

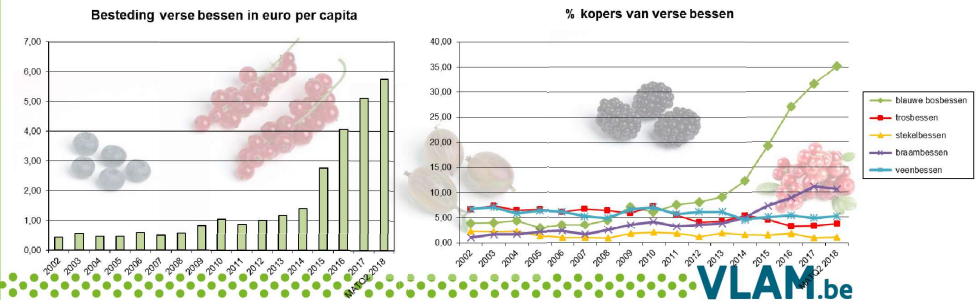
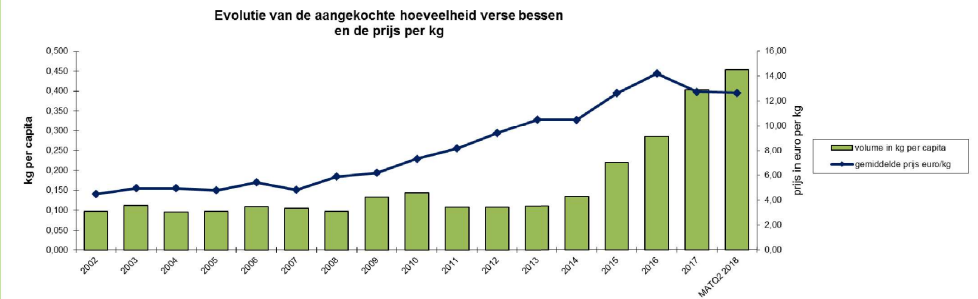
bessen*



VLAM.be

* blauwe bosbessen, trosbessen, stekelbessen, braambessen, veenbessen

Aankoop bessen* boomt in België



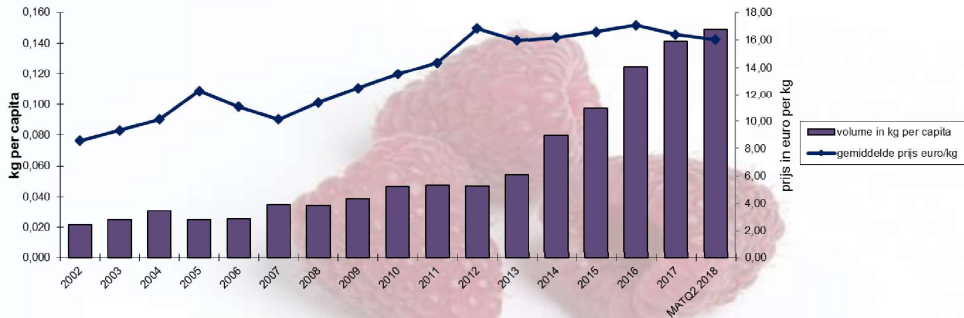
Bron: GfK Belgium * SOM van blauwe bosbessen, trosbessen, stekelbessen, braambessen, veenbessen

VLAM.be

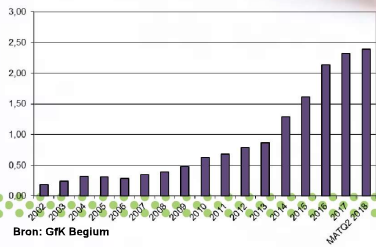
Bron: Marktmaker online community insites voor VLAM

Aankopen frambozen in België boomt ook

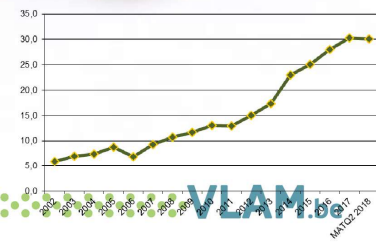
Evolutie van de aangekochte hoeveelheid verse frambozen en de prijs per kg



Besteding verse frambozen in euro per capita



% kopers van verse frambozen

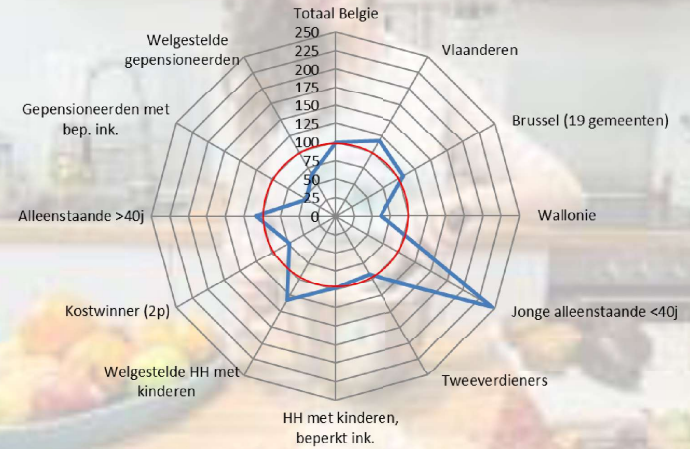


Bron: GfK Belgium

VLAM.be

Aankopen frambozen vooral door jonge alleenstaanden

Profiel van de frambozenkoper in België



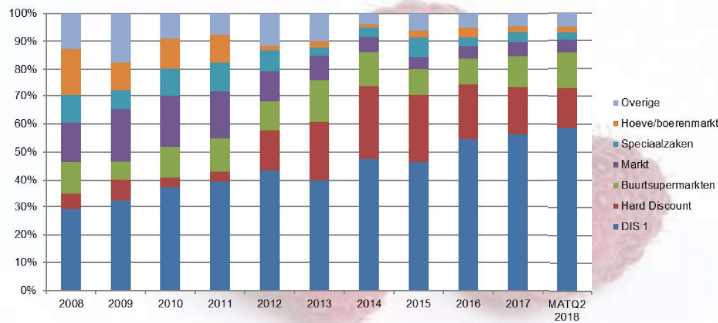
Bron: GfK Belgium

* Index op basis van volumeaandeel binnen de fruitkorf in MATQ2 2018, gemiddelde van België = 100

VLAM.be

Groei frambozen vooral in Dis 1

Distributiekanaal verse frambozen in België (op basis volume)



Bron: GfK Belgium voor VLAM

DIS 1: AH, ALMA, CARREFOUR HYPERGBIMARKET, CHAMPION, COLRUYT, COORA, DELHAIZE DE LEBLAW, METRO EN RED MARKET
 HARD DISCOUNT: ALDI EN LIDL
 BUURTSUPERMARKT: ALVO, CARREFOUR EXPRESS, CASH FRESH, DELHAIZE A DICTY/PROXY, INTERMARCHÉ/COMARCHE, LOUIS DELHAIZE, OKAY, PROFIT, ROB, SMATCH, SPAR, SUPRA ...

VLAM.be

Menu

- ✓ De fruitconsumptie onder de loep
- ✓ Focus op zachtfruit
- ✓ Aardbei
- ✓ Bessen
- ✓ Frambozen
- ✓ VLAM-promotie en aanbevelingen

Campagne zachtfruit



VLAM.be

Lekker van bij ons

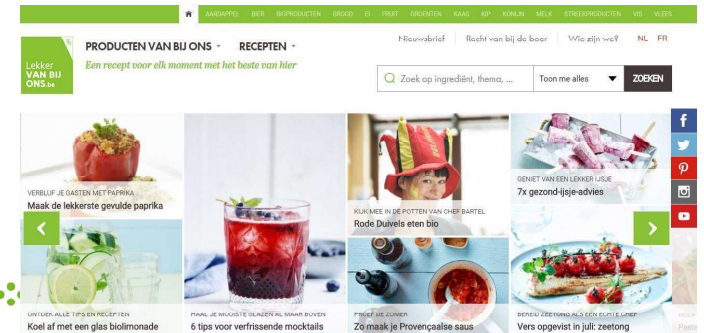
Resultaten 2018 (tem 30/11):

Website: 7.695.138 bezoeken / 4.957.625 unieke bezoekers

Nieuwsbrief: NL 70.775 abonnees / FR: 4.204

Facebook: NL 79.694 volgers / FR 2.718

Instagram: 8.555 volgers



Campagne zachtfruit

Lekker van bij ons
Gesponsord
Met een lekkere mocktail in de hand koel je meteen af.

Een zoete trifle maken als je weinig of net veel tijd hebt
Een makkelijk dessert dat even snel klaar als op is, daartoe droomt iedereen van. Met een trifle, een heerlijk dessert, doe zoet zomet...

Lekker van bij ons
Gesponsord
Ben jij geen ochtendmens of heb je gewoon geen zin om je uit te sloven in de keuken? Deze recepten redden jou van een knorrende maag.

LEKKE! 6 tips
Zo ma...

LEKKERVANBIJONS.BE
15x snel ontbijten
Duik in onze snelle ontbijtdeetjes.

VLAM.be

Buitenland

Programma 2018	
Datum	Activiteit
7-9/02/2018	Fruit Logistica (Berlijn)
6-9/03/2018	Foodex (Tokyo)
26-27/4/2018	Fresh Produce India (Mumbai)
25-26/4/2018	CPMA (Vancouver)
22/8/2018	Fresh Connections (Sao Paulo)
5-7/9/2018	Asia Fruit Logistica (Hong Kong)
17-20/9/2018	World Food Moscow
18-20/10/2018	Fresh Summit (Orlando)
23-25/10/2018	Fruit Attraction (Madrid)
Nov/dec 2018	WOP Dubai

Aanbevelingen communicatie fruit

Externe normatieve druk om "gezond te leven"

- Rationeel: gezond
- Functioneel, noodzakelijk, belangrijk
- We moeten eraan herinnerd worden
- Voldoende fruit eten, is de norm
 - => opgelegd van buitenaf
 - => belerend en niet stimulerend

&

Interne motivatie: plezier van "bewust genietend te leven"

- Gevoelens: plezier
- Omdat je het zelf wil, er zin in hebt
- Vanwege
 - ⇒ Smaak (lekker)
 - ⇒ Kleur op bord (mooi)
 - ⇒ Koken (creatief, ontspanning)
 - ⇒ Verwennen (zorg voor anderen)
 - ⇒ Functionele resultaat (er goed uitzien, je goed voelen, vitaler voelen)

⇒ Goesting & plezier moet bovenhand nemen op het ongemak

Aanbevelingen (zacht)fruit van bij ons

Creëer meer bewustzijn over de herkomst:

- **Duidelijke** voorlichting (labels, overzicht, ...) over welke producten Belgisch zijn en welke niet (o.a. op het verkooppunt).
- Men is zich **bewust** van de gevolgen op het milieu van geïmporteerde producten en men wil zijn aankooppatroon best wijzigen indien men hier duidelijkheid over heeft, mits een goed lokaal alternatief voor handen is, en dat die duidelijk gepromoot wordt als Belgisch, van hier.
- **Cultiveren** van de **fierheid** omtrent producten van eigen bodem (zie Belgische kazen, Belgisch bier, ...)
- Terug meer **voeling met de producten** creëren: hoe geteeld, ... (o.a. naar kinderen via bv. de scholen).
- **Zacht fruit** doet het goed. Hun verbruik is **heel impulsgevoelig** en kan verder gestimuleerd worden door de consument te verleiden op het moment van aankoop (POS-materiaal). Voor **aardbeien is de start van het seizoen** een uitstekende gelegenheid om te communiceren. **Bessen** kunnen extra uitgespeeld worden als deel van het **gezonde** ontbijt van de toekomst.

VLAM.be

Campagne gefinancierd met de steun

Bedankt voor je tijd!



VLAM.be