

VOL.1

Auteur: Julien Capozziello

SCAN conso

État de la consommation
au sein du marché agroalimentaire

2023

Le Scan conso s'inscrit dans le cadre des missions de l'Apaq-W et de son Observatoire de la consommation. En effet, grâce à un travail de recherche et de traitement des données, l'objectif de ce rapport est de faire un état des lieux de la consommation au sein du marché agroalimentaire en Wallonie, afin de mieux comprendre les tendances et évolutions en matière de consommation.



Observatoire
de la Consommation



Apaq-W

Plus d'infos [apaqw.be](https://www.apaqw.be)

Table des matières



Page 4

Indicateurs et catégories alimentaires

Page 6

La couverture du marché agroalimentaire

Pages 7 à 10

Les volumes achetés par catégorie alimentaire

P. 7

Volumes totaux achetés

P. 9

Volumes moyens achetés par habitant

Pages 10 à 13

Les dépenses au sein du marché agroalimentaire

P. 10

Dépenses totales

P. 12

Dépenses par habitant

Page 13

Le prix moyen par catégorie alimentaire

Page 15

La fréquence d'achat par catégorie alimentaire

Pages 16 à 19

Canaux de vente : parts de marché au sein du marché agroalimentaire

P. 17

Parts de marché (en volume acheté)

P. 18

Parts de marché (en valeur dépensée)



Date de parution : août 2023

*Toute reproduction partielle ou complète n'est possible
que si elle reste fidèle au contenu du document
et moyennant citation explicite de l'Apag-W.*

Source de données : GfK Belgium



Indicateurs et catégories alimentaires

Dans ce rapport consacré au marché agroalimentaire, **différents indicateurs de mesure seront relevés au niveau wallon entre 2016 et 2022**, provenant de la société **GfK Belgium**.

Ces données seront comparées avec les données équivalentes aux niveaux belge, bruxellois et flamand. **À savoir:**

● **Le taux de pénétration** (soit la couverture du marché), qui correspond au pourcentage de ménages ayant acheté au moins une fois un produit alimentaire durant l'année civile, exprimé en pourcentage (%) ;

● **Le volume total** de produits alimentaires achetés au cours de l'année civile, exprimé en litre, kg ou pièce¹ ;

● **Le volume par habitant** de produits alimentaires achetés, qui correspond au volume moyen acheté en produits alimentaires par habitant pour une année civile, exprimé en litre, kg ou pièce² ;

● **Les dépenses totales** en produits alimentaires pour une année civile, exprimées en million d'euro (€) ;

● **Les dépenses par habitant** en produits alimentaires, qui correspondent à la valeur moyenne achetée en produits alimentaires par habitant pour une année civile, exprimées en euro (€) ;

● **Le prix moyen de vente** par produits alimentaires pour une année civile, exprimé en euro par pièce ;

● **La fréquence d'achat** de produits alimentaires, qui correspond au nombre d'achats en produits alimentaires par ménage pour une année civile ;

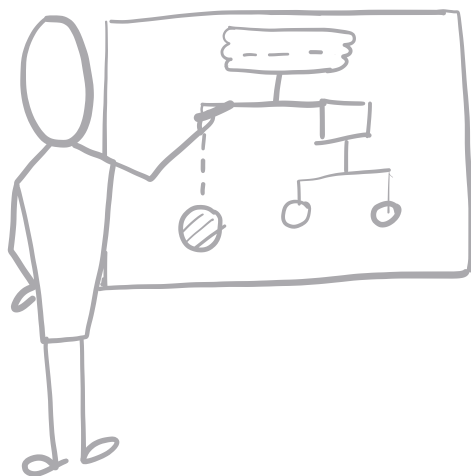
● **La part de marché** des catégories alimentaires selon le point de vente, en volume acheté et en valeur dépensée, exprimées en pourcentage (%) ;

¹ L'unité de mesure pour chaque catégorie alimentaire est la suivante : le litre (lait à boire et jus et boissons non alcoolisés), le kg (fromages, viandes, charcuterie, pommes de terre, riz/pâtes, farines, fruits et légumes) et la pièce (œufs et pain).

² Réf. 1.

Nous analyserons distinctement plusieurs des catégories alimentaires les plus consommées :

- **Lait à boire** : comprend le lait de consommation, le lait aromatisé, yaourt à boire, etc. ;
- **Jus et boissons non alcoolisées (NA)** : comprend toutes les boissons non alcoolisées ;
- **Fromages** : comprend l'ensemble des fromages, à l'exception des fromages frais ;
- **Viandes** : comprend l'ensemble des sous-catégories de viande (volaille, porc, bœuf, agneau, etc.), charcuterie non incluse ;
- **Charcuterie** ;
- **Pommes de terre** : comprend tous les types de format (frais, surgelés, en bocal ou en conserve, etc.) ;
- **Riz/pâtes** ;
- **Farines** ;
- **Fruits** : comprend toutes les sous-catégories de fruits, qu'importe le format (frais, surgelés, en bocal ou conserve, etc.) ;
- **Légumes** : comprend toutes les sous-catégories de légumes, qu'importe le format (frais, surgelés, en bocal ou conserve, etc.) ;
- **Œufs** ;
- **Pain**.

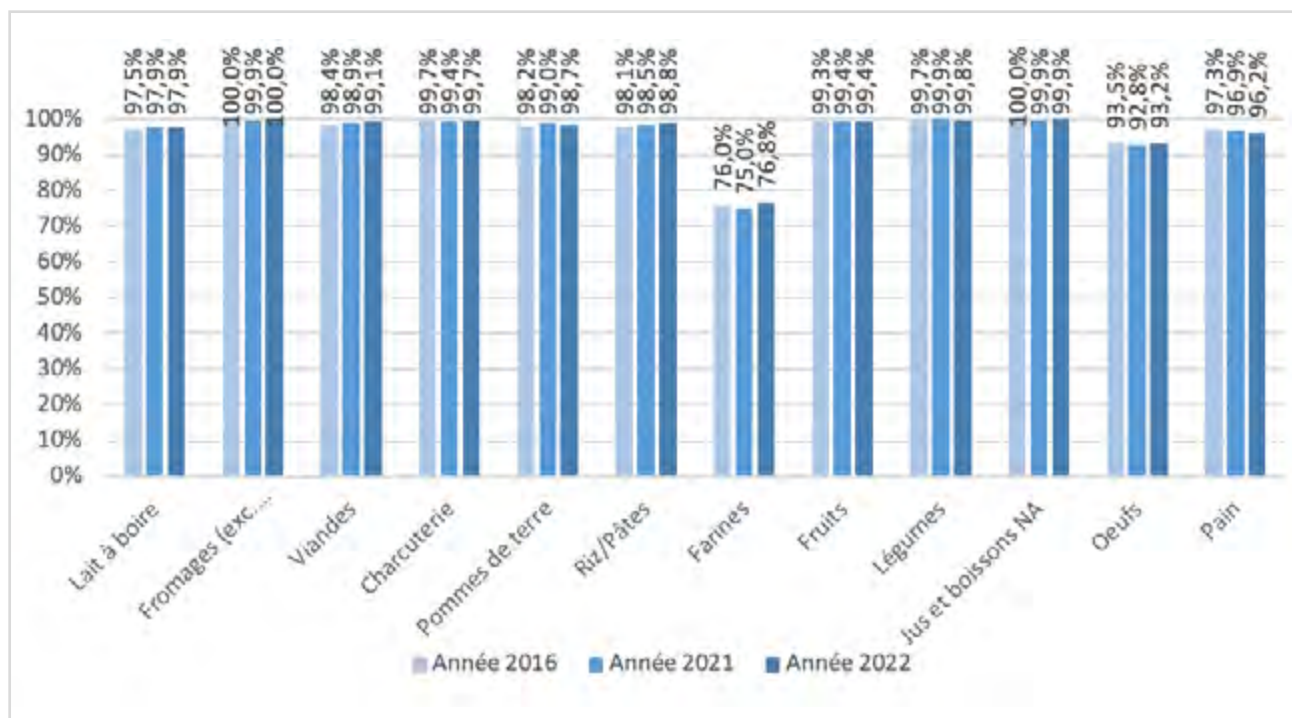


La couverture du marché agroalimentaire

En 2022, la couverture du marché (taux de pénétration) a atteint un seuil dépassant les 95% pour la majorité des catégories alimentaires en Wallonie. Seuls les œufs (93,2%) et les farines (76,8%) ont un taux de pénétration plus faible. En comparaison à 2016, les évolutions, positives ou négatives, sont assez minimes, de l'ordre de 1% maximum pour chaque catégorie, la quasi-totalité de la population achetant au minimum une fois dans l'année une majorité de ces produits alimentaires.

Notons toutefois une augmentation de 1,8 points de pourcentage pour les farines sur la dernière année, qui pourrait s'expliquer par une crainte du consommateur quant à l'incertitude liée à l'approvisionnement de ce type de produits dans le contexte de la crise russo-ukrainienne.

Graphique 1 : Évolution du % de ménages achetant des produits alimentaires en Wallonie - Années 2016-2021-2022



Les volumes achetés par catégorie alimentaire

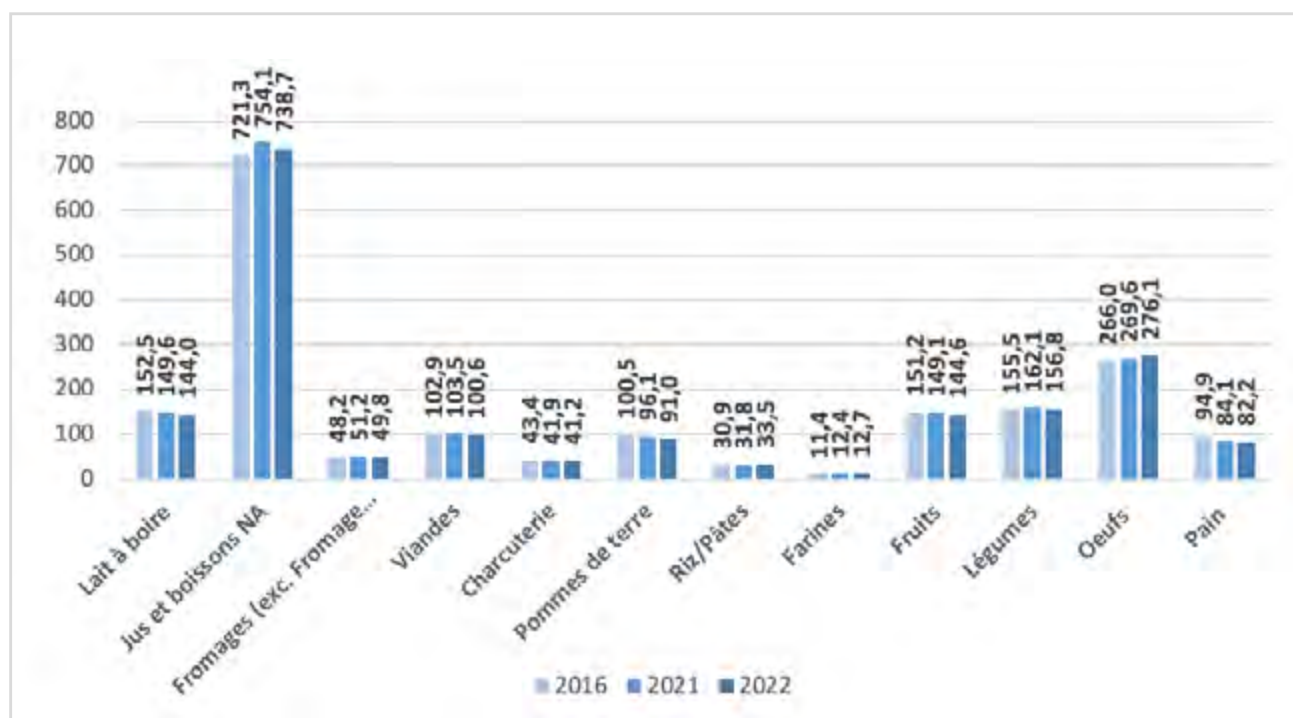
Volumes totaux achetés

L'évolution des volumes achetés en Wallonie diffère selon la catégorie alimentaire. Néanmoins, il ressort que pour une majorité d'entre elles, leurs volumes ont diminué en 2022 par rapport à 2021 : les pommes de terre (91 millions de kg, -5,3%), le lait à boire (144 millions de litres, -3,8%), les légumes (156,8 millions de kg, -3,24%), les fruits (144,6 millions de kg, -3%), les viandes (100,6 millions de kg, -2,8), les fromages (49,8 millions de kg, -2,8%), le pain (82,2 millions de pièces, -2,3%), les jus et boissons NA (738,7 millions de litres, -2%) et la charcuterie (41,2 millions de kg, -1,7%).

A contrario, le riz et les pâtes (33,5 millions de kg, +5,4%), les farines (12,7 millions de kg, +2,8%) et les œufs (276,1 millions de pièces, +2,4%) ont vu leurs volumes augmenter.

Pour cet indicateur relatif aux volumes achetés, le fait que les unités de mesure soient différentes selon la catégorie alimentaire (soit le litre, le kilogramme ou le nombre de pièces achetées), il n'est pas possible d'estimer de manière pertinente l'évolution des volumes achetés pour l'ensemble du marché agro-alimentaire, d'où la distinction par catégorie alimentaire avec, pour chacune d'entre elles, une unité de mesure unique³.

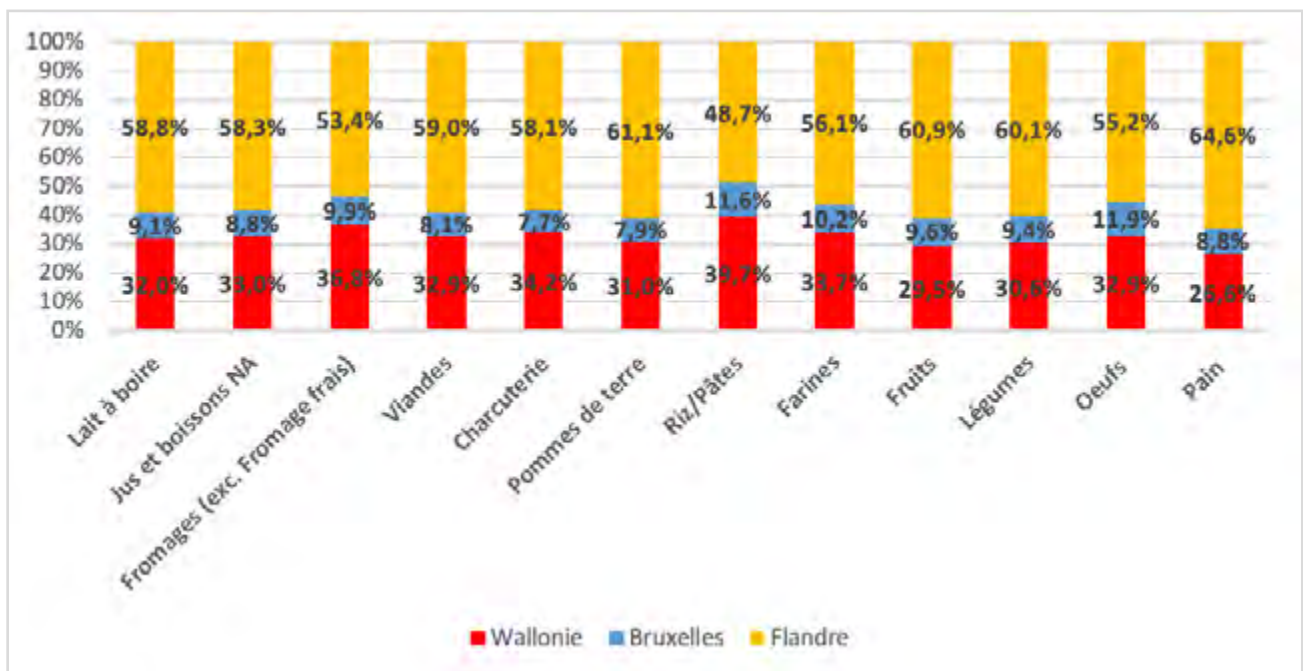
Graphique 2 : Évolution des volumes totaux achetés par catégorie alimentaire en Wallonie, en millions de litres, kg ou pièces
Années 2016-2021-2022



³Pour rappel, l'unité de mesure pour chaque catégorie alimentaire est la suivante : le litre (lait à boire et jus et boissons non alcoolisés), le kg (fromages, viandes, charcuterie, pommes de terre, riz/pâtes, farines, fruits et légumes) et la pièce (œufs et pain).

Au regard de la répartition des volumes achetés par catégorie alimentaire selon la région (wallonne, bruxelloise et flamande), le riz/pâtes, les fromages et la charcuterie sont les 3 catégories pour lesquelles la part de la Wallonie est la plus élevée, avec respectivement 39,7%, 36,8% et 34,2%. À l'inverse, les fruits (29,5%) et le pain (26,6%) sont les catégories pour lesquelles la part de la Wallonie est la plus faible.

Graphique 3 : Part de marché (en volume acheté) de chaque région belge par catégorie alimentaire - Année 2022

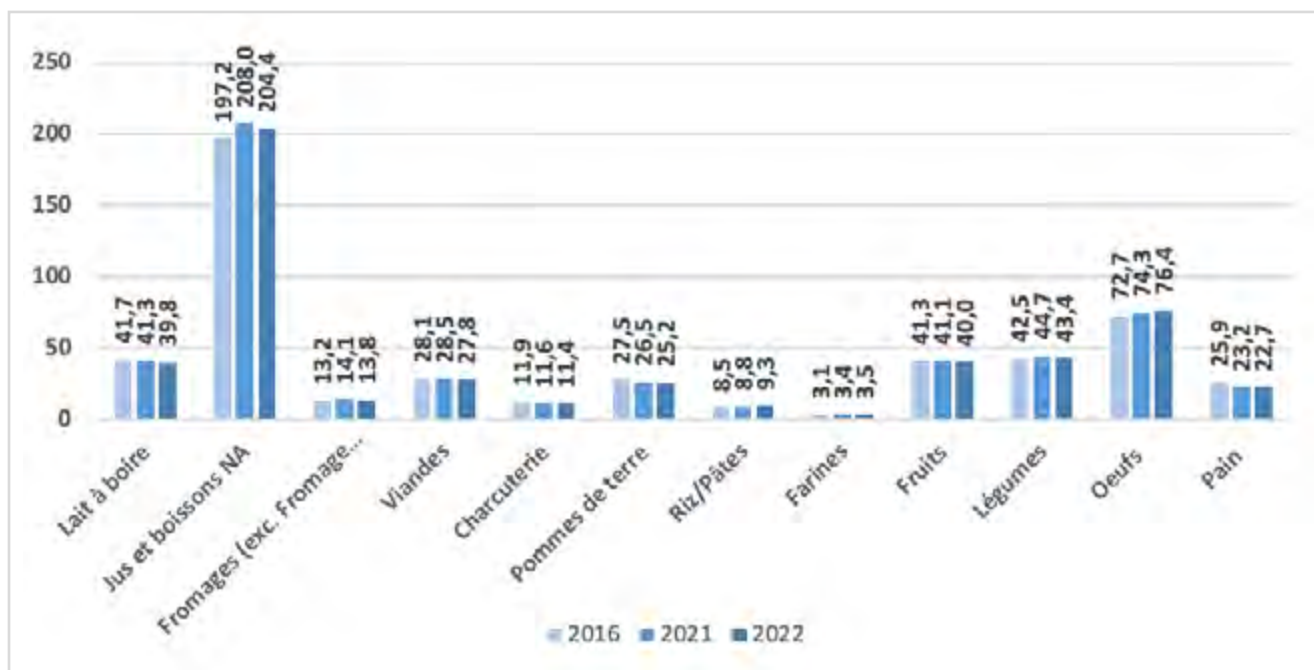


Volumes moyens achetés par habitant

Concernant les volumes achetés en moyenne par habitant, les évolutions sont identiques à ce qui a été observé pour les volumes totaux. Ainsi, seuls le riz et les pâtes, les farines et les œufs ont vu une hausse du volume moyen acheté par chaque Wallon.

La comparaison inter-catégorie alimentaire demeure ici inadéquate, du fait des différentes unités de mesure pour quantifier les volumes achetés et des différences intrinsèques à chacune de ces catégories (prix, besoins quotidiens, etc.).

Graphique 4 : Évolution des volumes moyens achetés par Wallon par catégorie alimentaire, en litre, kg ou pièce
Années 2016-2021-2022

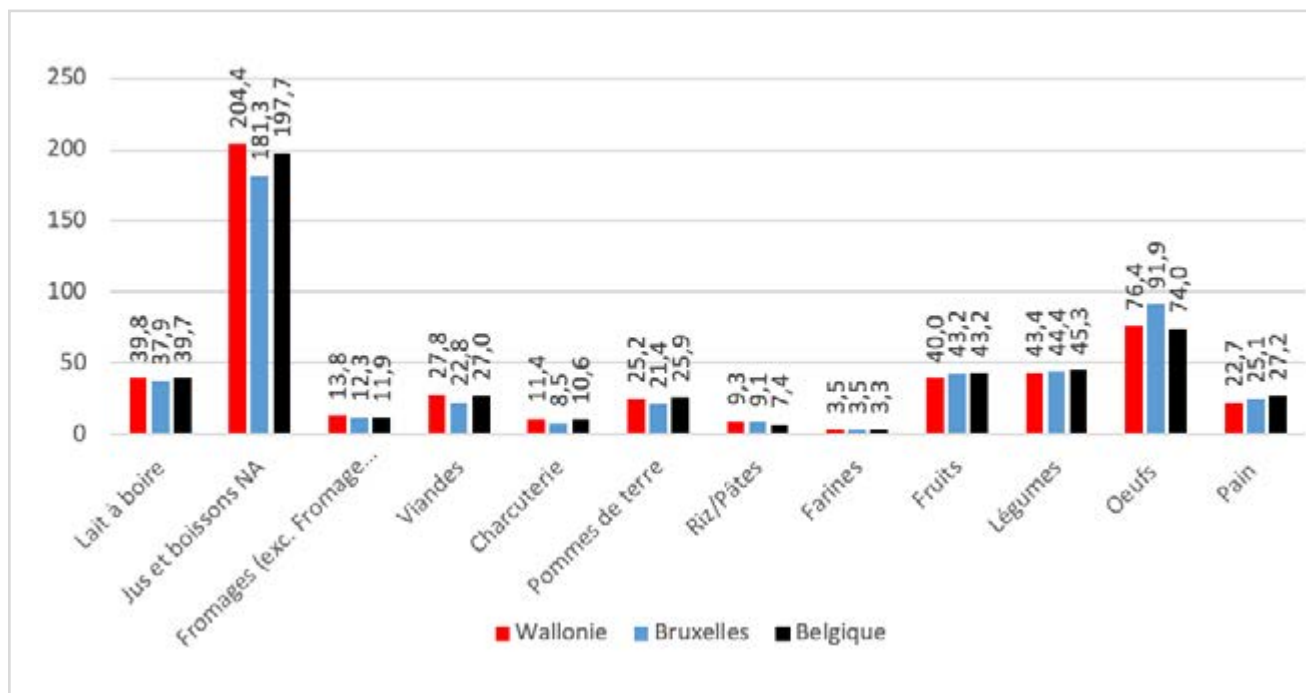


En comparant selon les régions (Wallonie, Bruxelles et la Belgique) les volumes achetés par habitant pour chaque catégorie alimentaire, certaines divergences ressortent. En effet, le Wallon achète notamment plus de riz/pâtes, de fromages et de charcuterie que le Belge (respectivement 19,6%, 13,3% et 6,7% en plus), alors qu'inversement, le Belge achète plus de pain, de fruits et de légumes que le Wallon (19,9%, 8% et 4,4% en plus).

Par rapport au Bruxellois, ce sont les catégories de la viande et de la charcuterie où le Wallon se démarque le plus (respectivement 18,1% et 25,2%), alors qu'il consomme moins d'œufs (20,2%) et de pain (10,4%) que le Bruxellois.

De manière générale, au niveau des volumes achetés, en comparant avec l'assiette du Bruxellois et du Belge, il ressort que l'assiette du Wallon comporte plus de de viandes, de produits laitiers (fromages et lait) et de boissons, et moins de fruits, légumes et pain que celle du Bruxellois et du Belge.

Graphique 5 : Volumes achetés par habitant par catégorie alimentaire selon la zone géographique - Année 2022



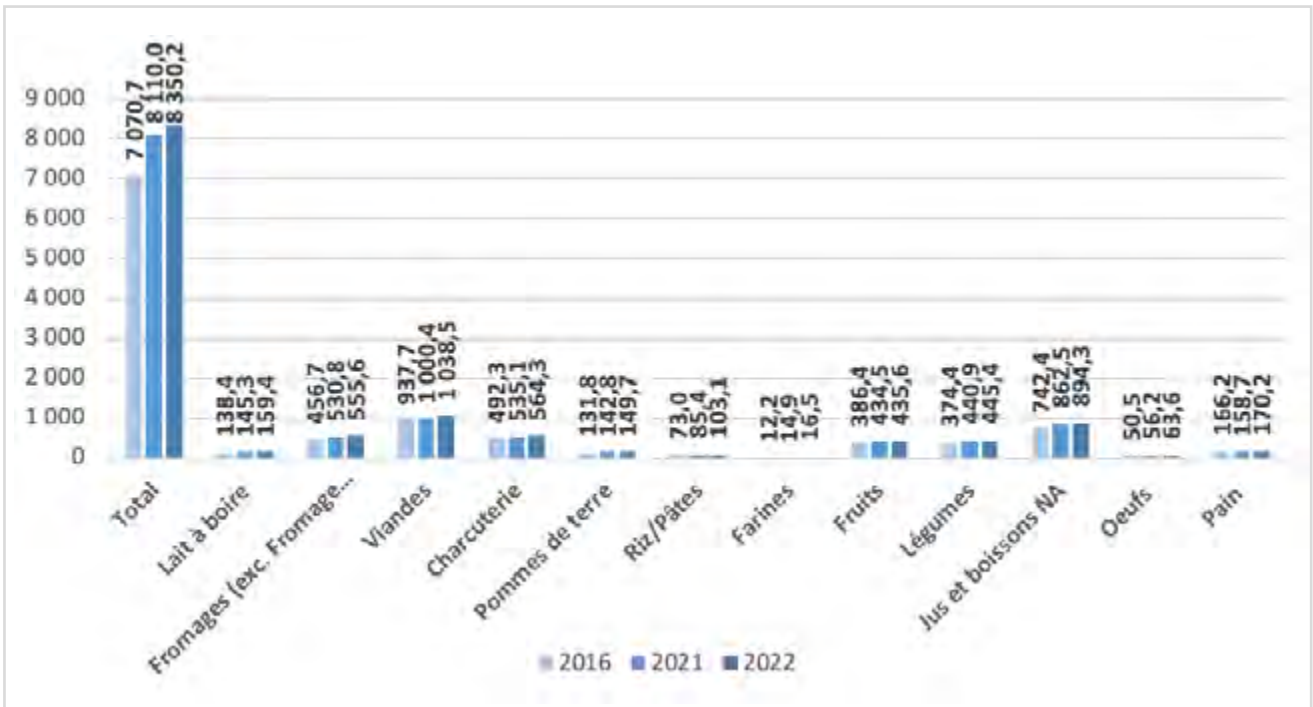
Les dépenses au sein du marché agroalimentaire

Dépenses totales

En 2022, les ménages wallons ont dépensé plus de 8,3 milliards d'€ pour l'achat de produits alimentaires, soit une augmentation de 3% par rapport à l'année précédente. Les dépenses sont reparties à la hausse après la baisse observée en 2021 (-1,8%). Toutefois, cette diminution contrebalançait la forte augmentation des dépenses alimentaires (+11,6%) observée lors de la crise sanitaire de 2020.

À l'échelle des catégories alimentaires, toutes sans exception ont vu leurs dépenses augmenter en 2022. L'augmentation est plus marquée pour le riz/pâtes (103,1 millions d'€, +20,7%), les farines (16,5 millions d'€, +10,8%) et les œufs (63,6 millions d'€, +13,1%). Les fruits et les légumes sont les produits alimentaires pour lesquels la hausse a été la moins prononcée (respectivement +0,3% et +1%).

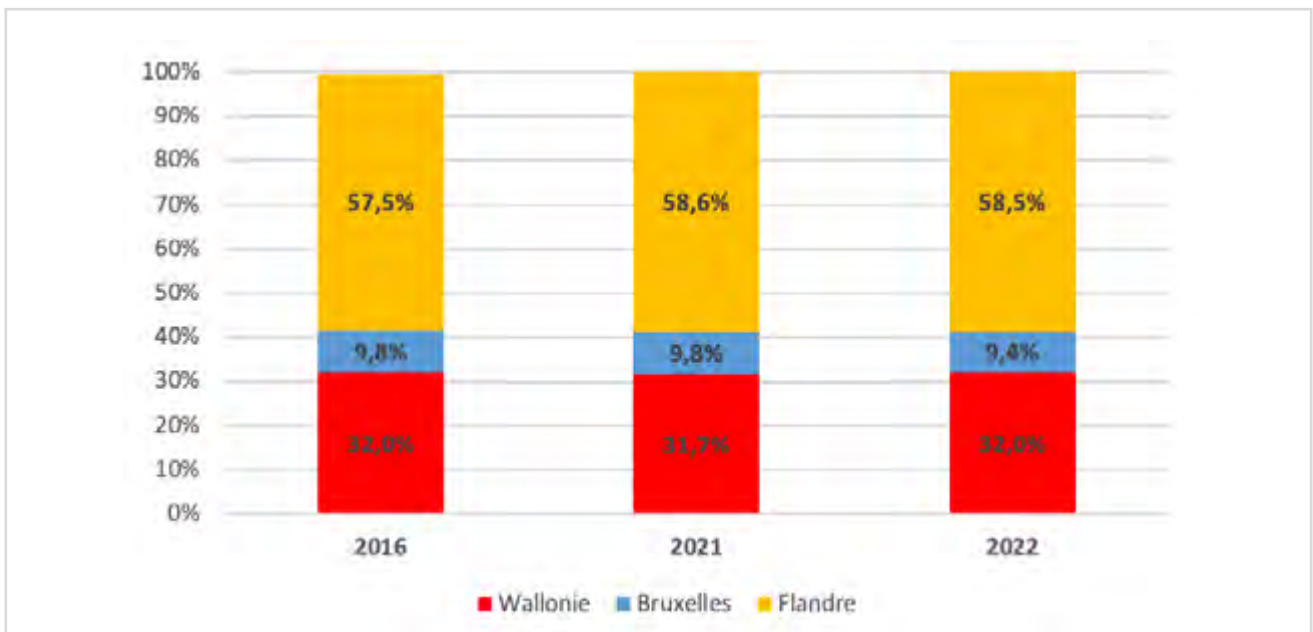
Graphique 6 : Évolution des dépenses par catégorie alimentaire en Wallonie (en millions d'€) – Années 2016-2021-2022



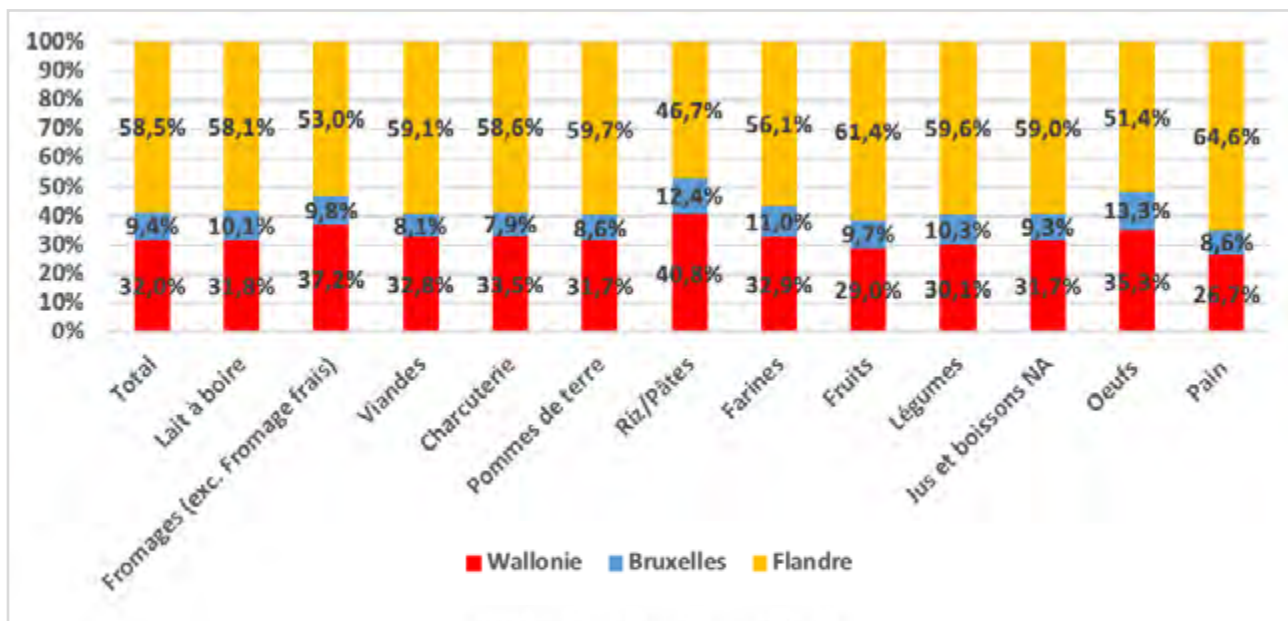
En analysant la répartition des dépenses par région, il ressort que la Wallonie représente 32% de l'ensemble des dépenses alimentaires sur le territoire belge, soit un gain de 0,3 point par rapport à l'année précédente. La part de la région flamande est restée relativement stable (-0,1 point), au contraire de celle de la région bruxelloise (-0,4 point).

En chiffre absolu, Bruxelles atteint un montant de 2,5 milliards d'€ dépensé en produits alimentaires en 2022, soit une baisse de 1,6%. En Flandre, ce montant représenterait 15,3 milliards d'€ (+1,8%). Si le montant dépensé en Flandre est en augmentation, le fait que sa part de marché reste relativement stable s'explique par une augmentation de la part du marché comparativement plus importante en Wallonie.

Graphique 7 : Évolution de la part de marché (en valeur dépensée) de chaque région belge pour le secteur alimentaire Années 2016-2021-2022



Graphique 8 : Part de marché (en valeur dépensée) de chaque région belge par catégorie alimentaire - Année 2022



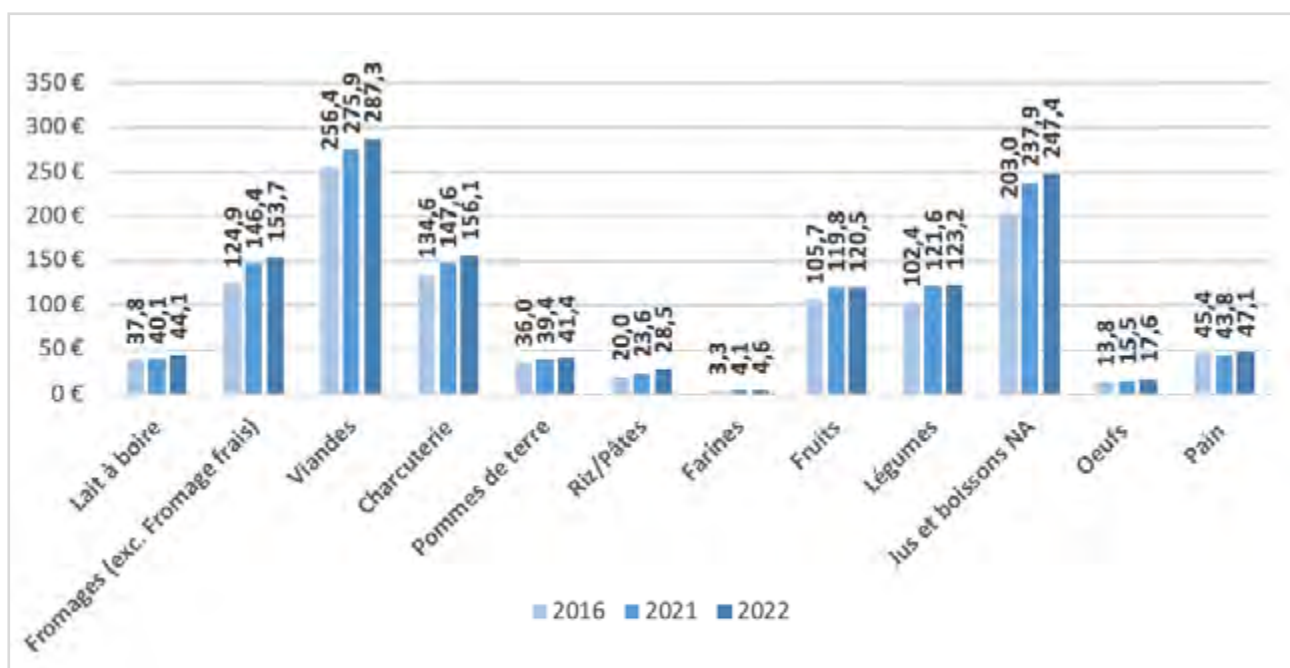
Dépenses par habitant

En moyenne, le Wallon a dépensé 2.310,1€ en produits alimentaires en 2022, soit une augmentation de 3,3% par rapport à l'année précédente. Les différentes catégories alimentaires reprises dans ce rapport (12 catégories au total) représentent 55% de ces dépenses. Par comparaison à 2016, l'augmentation des dépenses par Wallon s'élève à 19,5%.

La catégorie des viandes est celle où les dépenses sont les plus élevées (287,3€, soit une augmentation de 4,1% entre 2021 et 2022), suivie de celles en jus et boissons non alcoolisées (247,4€, +4%) et en charcuterie (156,1€, +5,8%).

La catégorie pour laquelle le Wallon a vu ses dépenses augmenter le plus est celle du riz et des pâtes, de 21,1% (pour une dépense moyenne de 28,5€).

Graphique 9 : Évolution des dépenses par Wallon par catégorie alimentaire en Wallonie Années 2016-2021-2022



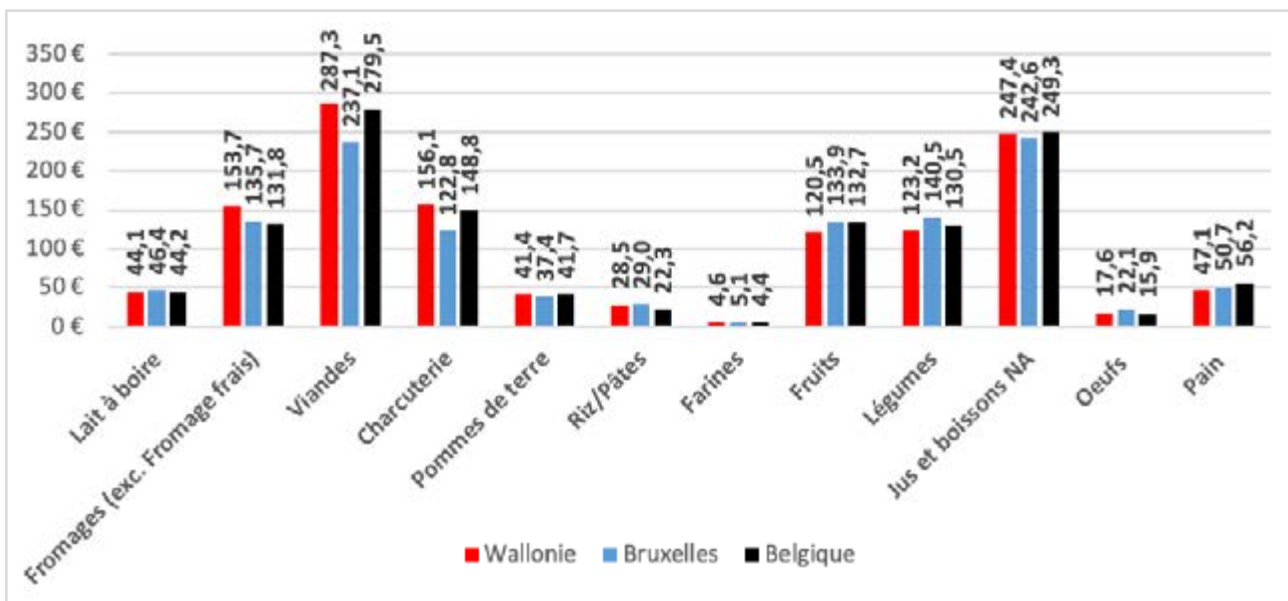
Par rapport au Wallon, le Bruxellois et le Belge ont moins dépensé en 2022 en produits alimentaires, avec un montant moyen de respectivement 2.268,4€ (+3,6% par rapport à 2021) et 2.300,9€ (+1,8%).

Par catégorie alimentaire, en comparant selon les régions (Wallonie et Bruxelles) et la Belgique, il ressort que le Wallon achète en moyenne notamment plus de riz/pâtes, de fromages et d'œufs que le Belge (respectivement 21,9%, 14,2% et 9,7% en plus), alors qu'inversement, le Belge achète plus de pain, de fruits et de légumes que le Wallon (19,3%, 10,1% et 5,9% en plus). À cet égard, les constats sont similaires à ce qui est observé dans l'analyse comparative par région sur base des volumes achetés.

Par rapport au Bruxellois, ce sont les catégories de la viande et de la charcuterie où le Wallon se démarque le plus (respectivement 17,5% et 21,4%), alors qu'il consomme moins d'œufs (25,1%) et de légumes (14,1%) que le Bruxellois.

Au niveau des dépenses, il ressort également que le Wallon alloue un budget plus important à la viande (ainsi qu'à la charcuterie) que le Bruxellois et le Belge, au contraire des fruits, des légumes et du pain. Relevons que si les dépenses en fromages sont plus élevées chez le Wallon (au même titre que ce qui a été observé pour les volumes), les dépenses en lait sont en revanche plus faibles.

Graphique 10 : Dépenses par habitant par catégorie alimentaire selon la zone géographique - Années 2016-2021-2022

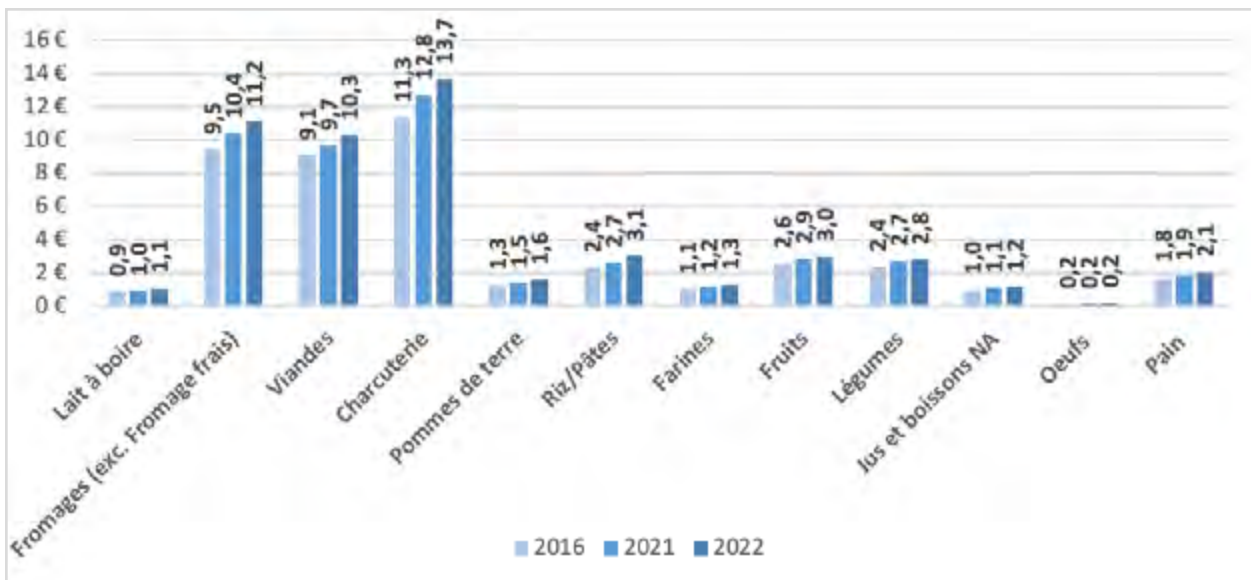


Le prix moyen par catégorie alimentaire

L'indicateur du prix moyen (prix dépensé en moyenne pour une pièce, en euro) révèle une augmentation pour l'ensemble des catégories alimentaires. Le riz et les pâtes constituent la catégorie pour laquelle le prix moyen a le plus augmenté (+14,6%, soit un prix moyen de 3,1€ le kg), suivi par le lait (+14%, 1,1€ le litre), les pommes de terre (+10,6%, 1,6€ le kg) et les œufs (+10,4%, 0,2€ la pièce).

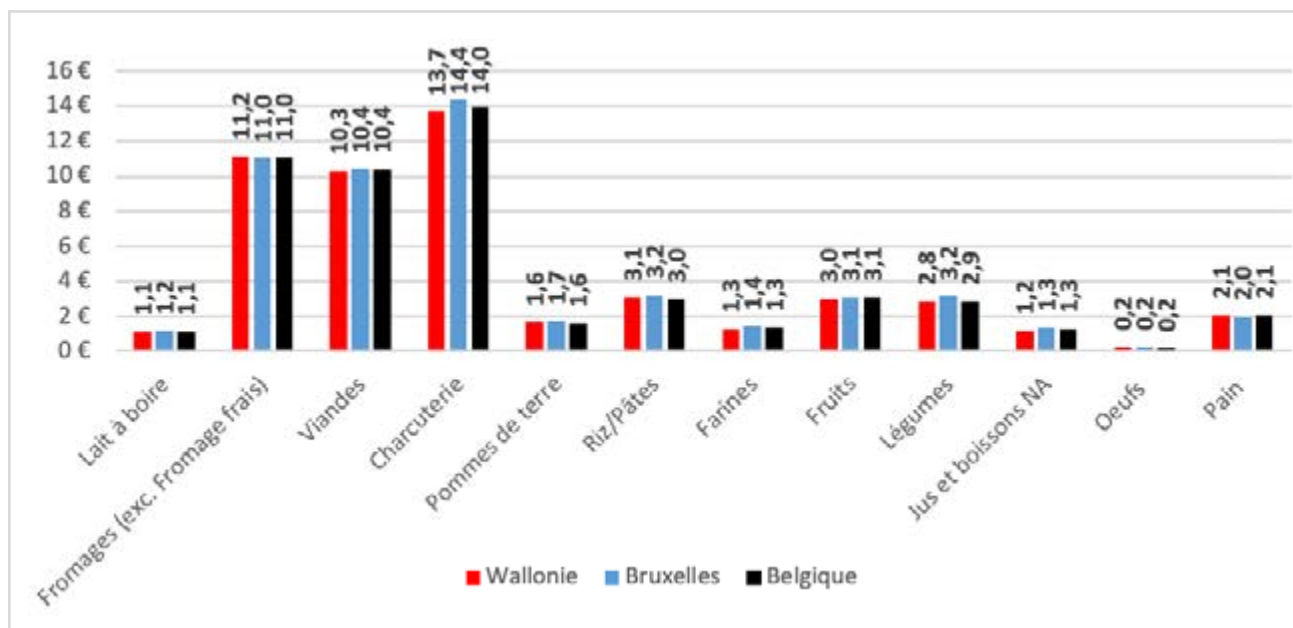
En ce qui concerne l'analyse des prix, il convient de prendre plusieurs précautions. Cet indicateur ne fait pas de distinction entre certaines caractéristiques propres aux différentes catégories, telles que la marque, l'origine des produits ou leurs différentes variétés. Le principal intérêt du prix moyen réside dans la possibilité d'observer l'évolution pour une même catégorie au cours des années, permettant de corréler cette donnée avec l'évolution des volumes achetés et des dépenses.

Graphique 11 : Évolution du prix moyen par catégorie alimentaires en Wallonie (€/litre-kg-pièce) - Années 2020 et 2022



En comparant les prix moyens pour chaque catégorie alimentaire en Wallonie aux prix à Bruxelles et en Belgique, il ressort que les prix sont assez similaires entre les zones géographiques. On constate cependant que les prix moyens bruxellois sont généralement supérieurs à ceux des autres zones. La différence la plus marquée est visible pour la charcuterie, dont le prix moyen à Bruxelles est respectivement 0,7€ et 0,4€ plus cher qu'en Wallonie et en Belgique.

Graphique 12 : Prix moyen par catégories alimentaires selon la zone géographique (€/pièce) - Année 2022



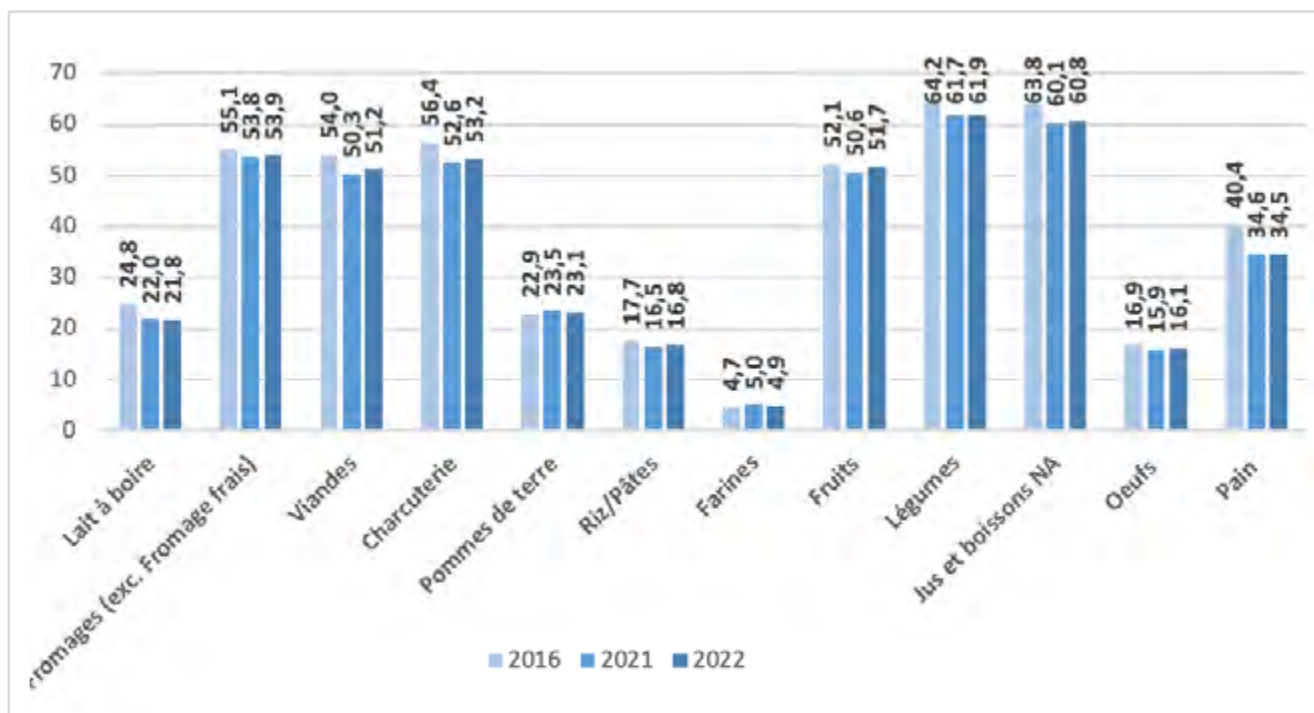
La fréquence d'achat par catégorie alimentaire

En termes de fréquence d'achat au cours de l'année 2022, les légumes, les jus et boissons NA et la charcuterie ont été les catégories alimentaires pour lesquelles les ménages se sont le plus déplacés dans un lieu de vente en Wallonie, avec respectivement 61,9, 60,8 et 53,2 achats en moyenne. À l'inverse, les farines (4,9 achats) et le riz et les pâtes (23,1 achats) sont celles dont la fréquence d'achat a été la plus faible.

En comparant à 2021, la majorité des catégories alimentaires ont vu leurs fréquences d'achats augmenter, en témoignent les fruits (+2,1%) et les viandes (+1,7%), à l'exception des catégories suivantes : les farines (-2,8%), les pommes de terre (-1,8%) et le lait (-0,8%).

Ainsi, la catégorie des pommes de terre, où la diminution des volumes achetés était la plus marquée en 2022, voit cette diminution couplée à une diminution de la fréquence d'achat. A contrario, la catégorie des farines a des tendances contrastées (augmentation des volumes achetés, diminution de la fréquence d'achat), ce qui révèle que les achats en farines sont moins fréquents, mais plus importants en quantité, probablement suite à la conjoncture liée à la crise russo-ukrainienne connue en 2022 (achat en plus grande quantité par peur de pénurie).

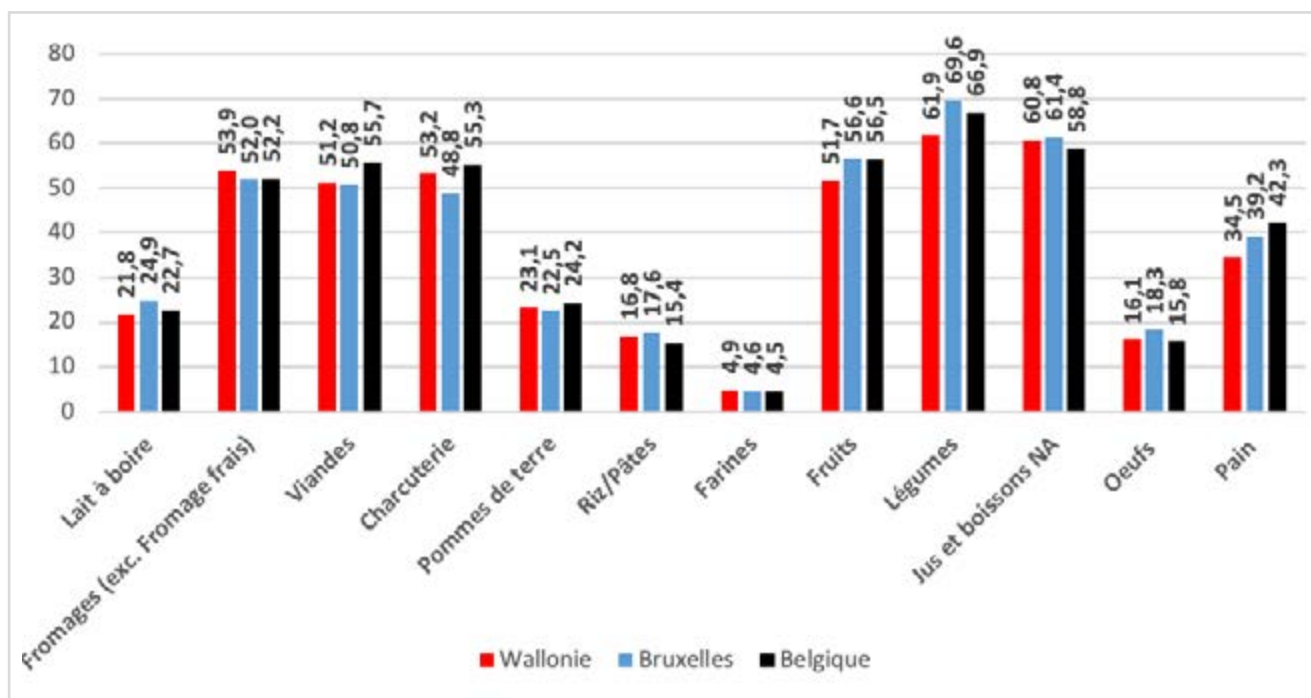
Graphique 13 : Évolution de la fréquence d'achat par habitant par catégorie alimentaire en Wallonie - Années 2016-2021-2022



Par ailleurs, d'une manière générale au regard des différentes catégories, les fréquences d'achats en produits alimentaires sont plus élevées au sein des ménages belges que dans les ménages wallons. En effet, seuls les fromages, riz/pâtes et les œufs font exception. Les différences sont plus contrastées avec les ménages bruxellois, même s'il semblerait que ces derniers se rendent également plus fréquemment dans un lieu de vente afin d'acheter des produits alimentaires.

La comparaison avec l'année 2021 permet de mettre en évidence une tendance plus marquée à la diminution de la fréquence d'achats en produits alimentaires au niveau belge, puisque seuls le riz/pâtes et les jus et boissons NA voient leurs fréquences augmenter (+1,5% et +0,2%). La tendance est donc, dans sa globalité, inverse de ce qui est observé en Wallonie.

Graphique 14 : Fréquence d'achat par habitant par catégorie alimentaire selon la zone géographique - Année 2022



Canaux de vente : parts de marché au sein du marché agroalimentaire

Dans cette section, les données présentées font référence **aux parts de marché des canaux de vente** pour l'ensemble du marché agroalimentaire et chaque catégorie alimentaire spécifique,

à savoir :

Les supermarchés

Les hypermarchés

Le Hard Discount

Les magasins bio

(grandes enseignes et magasins particuliers)

Les marchés

Les boucheries

Les boulangeries/
pâtisserie

Les magasins
spécialisés

Les fermes/éleveurs

Les achats en ligne

Autres

(magasins à l'étranger, Oxfam, franchisés, etc.).

Parts de marché (en volume acheté)

Le tableau 1 démontre que pour l'ensemble des catégories alimentaires analysées, les supermarchés constituent le premier lieu de vente en volumes achetés en Wallonie. En se concentrant sur les GMS (grandes et moyennes surfaces), représentées par les supermarchés, les hypermarchés et le Hard Discount, il ressort qu'elles couvrent plus des ¾ des volumes achetés (si on inclut les viandes avec 74,6%), à l'exception des farines (66,4%) et du pain (61,2%).

Les lieux de vente catégorisés par hypothèse comme faisant partie du circuit court (marchés, boucheries, boulangeries/pâtisseries, magasins spécialisés et fermes/éleveurs)⁴ ont une part de marché plus élevée pour le pain (24,4%), les viandes (15,2%), la charcuterie (8,6%), les fruits (7,1%) et les farines (6,9%), les autres catégories ne dépassant pas les 5%.

Pour les viandes et le pain, ces taux plus importants s'expliquent par le lieu de vente spécifique pour ces types de produits (boucherie pour les viandes, boulangerie pour le pain), qui représente respectivement 13,2% et 21,8% des achats en volume.

Tableau 1 : Part de marché (en volume acheté) par catégorie alimentaire selon les canaux de vente en Wallonie – Année 2022

	Supermarchés	Hypermarchés	Hard Discount	Magasins Bio	Marchés	Boucheries	Boulangeries/ Pâtisseries	Magasins spécialisés	Fermes/Éleveurs	Achats en ligne	Autres
Lait à boire	51,20%	6,30%	28,70%	0,70%	0,00%	0,00%	0,00%	0,40%	0,30%	3,60%	8,80%
Fromages (exc. Fromage frais)	47,30%	7,20%	28,50%	1,00%	0,70%	0,40%	0,00%	1,30%	0,20%	2,10%	11,20%
Viandes	49,00%	6,60%	19,10%	0,30%	0,60%	13,20%	0,00%	0,30%	1,10%	1,70%	8,20%
Charcuterie	45,70%	6,10%	27,70%	0,40%	0,70%	6,60%	0,00%	0,40%	1,00%	1,70%	9,80%
Pommes de terre	46,60%	6,20%	27,60%	0,80%	1,20%	0,20%	0,00%	1,40%	4,10%	2,30%	9,60%
Riz/Pâtes	50,50%	10,00%	20,20%	1,00%	0,10%	0,00%	0,00%	0,50%	0,10%	4,00%	13,50%
Farines	43,10%	6,10%	17,20%	3,40%	0,50%	0,00%	0,90%	3,90%	0,70%	3,20%	20,90%
Fruits	49,00%	5,30%	23,30%	2,20%	2,70%	0,10%	0,00%	1,60%	2,80%	2,50%	10,60%
Légumes	49,60%	5,90%	25,00%	1,90%	1,40%	0,10%	0,00%	1,30%	1,60%	3,00%	10,20%
Jus et boissons NA	46,10%	7,40%	25,10%	0,20%	0,00%	0,00%	0,00%	1,10%	0,00%	3,90%	16,10%
Oeufs	51,50%	5,90%	24,20%	2,20%	0,40%	0,40%	0,10%	0,40%	3,00%	2,00%	10,10%
Pain	39,90%	4,60%	16,60%	0,80%	2,10%	0,00%	21,80%	0,20%	0,20%	0,80%	12,80%

⁴Cette catégorisation tient compte de la définition de circuit court reconnue par la Région Wallonne, à savoir qu'un circuit court est « un mode de production et de commercialisation qui vise à rapprocher le producteur du consommateur, et ce, dans tous les secteurs. Il s'agit donc de réduire le nombre d'intermédiaires afin d'assurer un revenu équitable au producteur et renforcer les liens sociaux. A travers la proximité géographique entre les acteurs, les circuits courts permettent également de réduire les impacts environnementaux liés au transport » (SPW, 2023), et de la corrélation entre le circuit court et les différents lieux de vente faite par le consommateur belge francophone (Apaq-W, 2023).

Parts de marché (en valeur dépensée)

En valeur dépensée en 2022, pour l'ensemble du secteur alimentaire en Wallonie, les supermarchés sont les lieux de vente disposant de la plus grande part de marché en valeur dépensée, avec 49,1%, suivi par le Hard Discount et par la catégorie « Autres ». Les GMS représentent 75,7% des dépenses, contre 7,7% pour le circuit court.

À l'échelle des catégories alimentaires, le constat est identique à ce qui a été observé en termes de parts de marché en volumes achetés. Ainsi, les GMS représentent plus de ¾ des dépenses pour la majorité des catégories analysées, à l'exception de la catégorie des viandes (69,4%), des farines (55,4%) et du pain (52,8%). Pour les lieux de vente catégorisés en circuit court, les parts de marché les plus élevées sont observées pour le pain (32%) et les produits viandeux (viandes et charcuterie, avec respectivement 19,9% et 11,1%).

Tableau 2 : Part de marché (en valeur dépensée) par catégorie alimentaire selon les canaux de vente en Wallonie
Année 2022

	Supermarchés	Hypermarchés	Hard Discount	Magasins Bio	Marchés	Boucheries	Boulangeries/ Pâtisseries	Magasins spécialisés	Fermes/Éleveurs	Achats en ligne	Autres
Total secteur alimentaire	49,10%	7,60%	19,00%	1,20%	0,80%	3,10%	1,40%	1,50%	0,80%	3,20%	12,20%
Lait à boire	51,20%	7,30%	26,10%	1,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,50%	0,40%	3,50%	9,90%
Fromages (exc. Fromage frais)	49,10%	8,50%	21,50%	1,90%	1,20%	0,70%	0,00%	2,40%	0,40%	2,30%	11,90%
Viandes	47,20%	6,60%	15,60%	0,60%	0,70%	17,30%	0,00%	0,40%	1,60%	1,60%	8,50%
Charcuterie	46,80%	7,10%	22,10%	0,70%	0,90%	8,20%	0,00%	0,60%	1,30%	1,80%	10,40%
Pommes de terre	49,20%	7,10%	22,80%	1,10%	1,10%	0,70%	0,00%	1,30%	2,80%	2,50%	11,30%
Riz/Pâtes	55,90%	11,20%	13,10%	1,50%	0,10%	0,10%	0,00%	0,50%	0,20%	4,20%	13,10%
Farines	41,30%	5,50%	8,50%	7,80%	0,70%	0,00%	1,10%	5,60%	1,00%	3,40%	25,00%
Fruits	48,80%	5,30%	20,10%	2,90%	3,40%	0,10%	0,00%	2,10%	3,30%	2,40%	11,40%
Légumes	50,20%	6,20%	21,40%	2,60%	1,80%	0,20%	0,00%	1,50%	1,90%	3,10%	11,20%
Jus et boissons NA	51,10%	8,70%	19,90%	0,50%	0,10%	0,00%	0,00%	1,50%	0,10%	3,80%	14,20%
Oeufs	52,30%	6,60%	18,70%	3,50%	0,70%	0,50%	0,10%	0,50%	4,00%	1,80%	11,30%
Pain	37,40%	4,70%	10,70%	1,50%	3,70%	0,00%	27,60%	0,20%	0,40%	0,80%	13,00%

En analysant les évolutions de la part de marché (en valeur dépensée) de chaque lieu de vente pour l'ensemble du marché agroalimentaire, il ressort que, malgré le fait qu'ils restent les premiers lieux de vente en valeur dépensée en Wallonie, les supermarchés connaissent la diminution de parts de marché la plus marquée avec -1,57 points de pourcentage par rapport à 2021. Celle des magasins bio est aussi en diminution, avec -0,52 point.

Tous les autres lieux de vente ont vu leurs parts de marché augmenter. Ainsi, les tendances suivantes sont constatées :

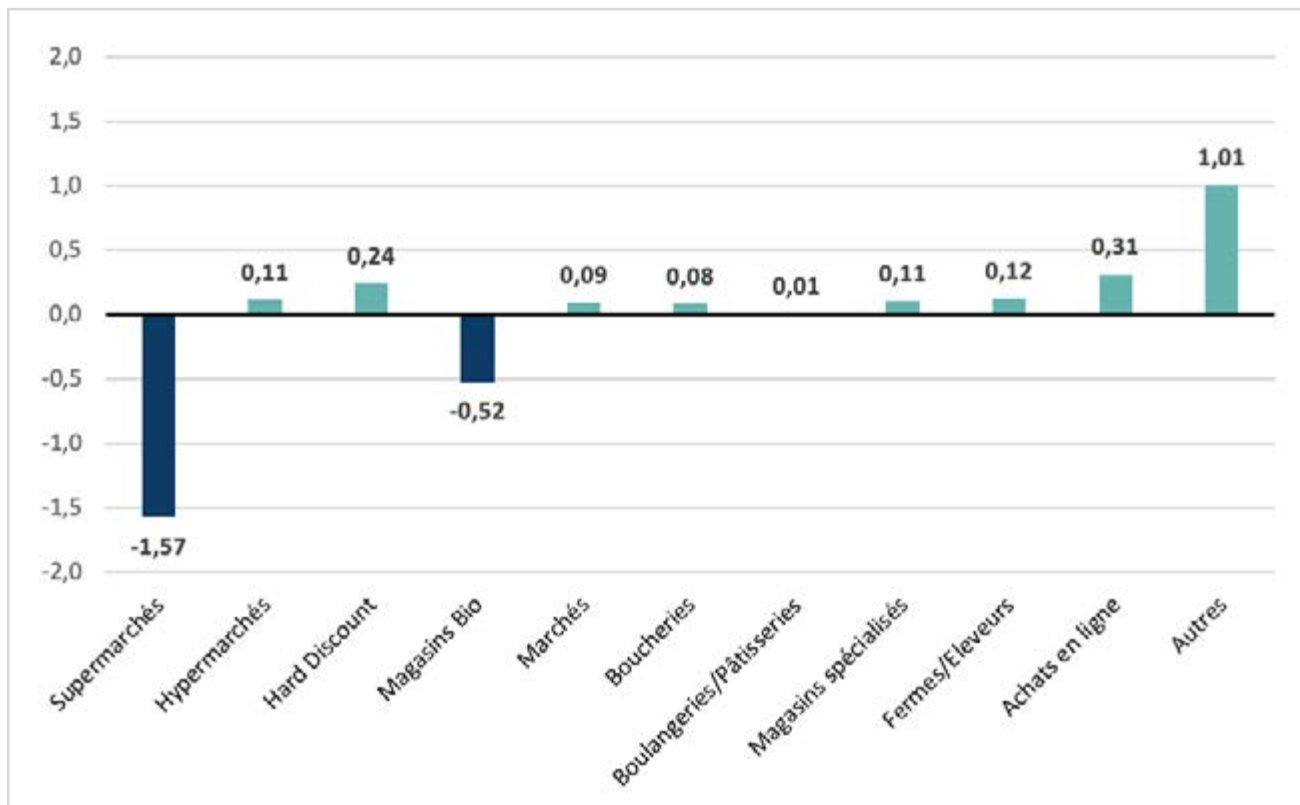
- Pour la GMS, l'augmentation des parts de marché des **hypermarchés** et du **Hard Discount** ne couvre pas la perte subie par les supermarchés (-1,21 au total pour la GMS) ;

- Pour le **circuit court**, le secteur voit sa part de marché augmenter de +0,43 point ;

- Les **achats en ligne** sont également en augmentation (+0,31 point) ;

- La catégorie « **Autres** » lieux de vente est celle dont la part de marché a le plus augmenté (+1,01 point), probablement liée plus particulièrement à la croissance des dépenses dans les magasins frontaliers.

Graphique 15 : Comparaison des parts de marché (en valeur dépensée) pour l'ensemble du secteur alimentaire en Wallonie
Années 2021 et 2022



Annexe

Graphique 1 : Évolution du % de ménages achetant des produits alimentaires en Wallonie

Années 2016-2021-2022

Graphique 2 : Évolution des volumes totaux achetés par catégorie alimentaire en Wallonie, en millions de litres, kg ou pièces

Années 2016-2021-2022

Graphique 3 : Part de marché (en volume acheté) de chaque région belge par catégorie alimentaire

Année 2022

Graphique 4 : Évolution des volumes moyens achetés par Wallon par catégorie alimentaire, en litre, kg ou pièce

Années 2016-2021-2022

Graphique 5 : Volumes achetés par habitant par catégorie alimentaire selon la zone géographique

Année 2022

Graphique 6 : Évolution des dépenses par catégorie alimentaire en Wallonie (en millions d'€)

Années 2016-2021-2022

Graphique 7 : Évolution de la part de marché (en valeur dépensée) de chaque région belge pour le secteur alimentaire

Années 2016-2021-2022

Graphique 8 : Part de marché (en valeur dépensée) de chaque région belge par catégorie alimentaire

Année 2022

Graphique 9 : Évolution des dépenses par Wallon par catégorie alimentaire en Wallonie

Années 2016-2021-2022

Graphique 10 : Dépenses par habitant par catégorie alimentaire selon la zone géographique

Années 2016-2021-2022

Graphique 11 : Évolution du prix moyen par catégorie alimentaires en Wallonie (€/litre-kg-pièce)

Années 2020 et 2022

Graphique 12 : Prix moyen par catégories alimentaires selon la zone géographique (€/pièce)

Année 2022

Graphique 13 : Évolution de la fréquence d'achat par habitant par catégorie alimentaire en Wallonie

Années 2016-2021-2022

Graphique 14 : Fréquence d'achat par habitant par catégorie alimentaire selon la zone géographique

Année 2022

Graphique 15 : Comparaison des parts de marché (en valeur dépensée) pour l'ensemble du secteur alimentaire en Wallonie

Années 2021 et 2022

Tableau 1 : Part de marché (en volume acheté) par catégorie alimentaire selon les canaux de vente en Wallonie

Année 2022

Tableau 2 : Part de marché (en valeur dépensée) par catégorie alimentaire selon les canaux de vente en Wallonie

Année 2022



SCAN
conso

Un projet

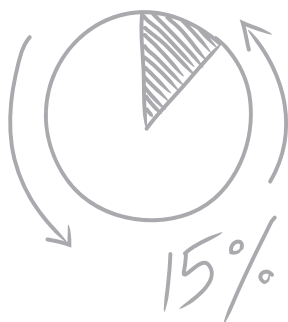
 Apaq-W

 Wallonie
Relance



Observatoire de la Consommation

Un outil de connaissance et
d'analyse des marchés alimentaires.



L'Observatoire de la consommation alimentaire en Wallonie constitue un nouvel outil de l'Apaq-W, mis en place par le Gouvernement dans le cadre du Plan de relance de la Wallonie, en date du 29 octobre 2021. **Cet outil répond à un impératif : celui d'apporter une aide à la décision à deux niveaux : économique et politique.**

Les secteurs de production de l'agriculture et le secteur agroalimentaire ont, en effet, besoin d'apprécier leur correspondance aux évolutions de la consommation et aux attentes des consommateurs. La distribution, quant à elle, doit pouvoir apprécier les implications d'un engagement accru en faveur des produits locaux dans les linéaires. Les décideurs politiques, enfin, doivent pouvoir développer des orientations en connaissance de cause et disposer d'une connaissance fine des marchés, dès lors qu'il leur incombe d'aller à la rencontre des objectifs de l'Union européenne, par exemple dans le cadre de la stratégie « Farm to Fork » (« De la ferme à la fourchette »).

Notre fonctionnement...

En pratique, en assumant cette responsabilité d'expert et référent en tendances de consommation alimentaire et de structure d'accompagnement pour les entreprises agricoles et agroalimentaires, l'Apaq-w poursuit les objectifs suivants.

01

Aider à l'élaboration de plans stratégiques de développement de l'agriculture wallonne et de ses différentes filières en cohérence avec les attentes des consommateurs.

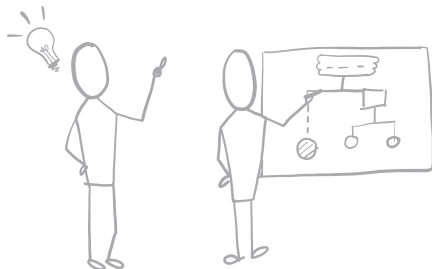


02

Conseiller/informer les entreprises et les structures wallonnes des différentes filières agroalimentaires sur les évolutions et perspectives du marché ou encore sur les perceptions et attentes des consommateurs.

03

Aider au développement des concepts de labélisation pour permettre aux consommateurs une identification claire et rapide.

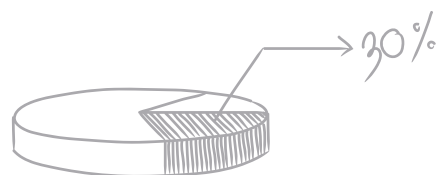


04

Positionner les campagnes de communication de façon adéquate face à la perception des consommateurs, à leurs attentes, à leur besoin ou manque d'information.

Méthodologiquement, l'Observatoire de la consommation de l'Apaq-w conjuguera les données de consommation issue du panel **GfK** et les études de marchés réalisées auprès d'échantillons représentatifs, en plus d'autres données (celles de StatBel, par exemple) et études publiées. Outre l'actualisation annuelle des chiffres relatifs à l'alimentation fournis par GfK et des études de marché consacrées à chaque secteur de l'alimentation entreprises tous les deux ans, des études seront dédiées à des thématiques transversales ou soulevées par l'actualité.

Par exemple, c'est ainsi qu'en juin 2022, l'Agence a diligenté et analysé une étude de marché relative aux impacts des crises (pandémie et guerre en Ukraine) afin d'évaluer l'influence de l'augmentation des coûts sur le consommateur francophone, l'évolution de sa consommation et les adaptations mises en place dans ce contexte. ■



Contacts & informations

Clément Manguette

081 84 89 41

c.manguette@apaqw.be

Julien Capozziello

081 33 17 18

j.capozziello@apaqw.be

Antoine Romain

Graphisme et mise en page

a.romain@apaqw.be

Retrouvez les études
de l'Observatoire
de la Consommation
sur notre site !



Scannez
ce QR code



Plus d'infos apaqw.be

Éditeur responsable
Ph. Mattart, APAQ-W Avenue Comte de Smet de Nayer 14 - 5000 Namur



Observatoire
de la Consommation

