

TRENDS

Leerkrachtenseminarie UNIFA december 2011

■ VERENIGING VAN BELGISCHE FABRIKANTEN EN IMPORTEURS VAN GRONDSTOFFEN VOOR BAKKERIJ, PATISSERIE, CHOCOLATIERS EN IJSBEREIDERS ■

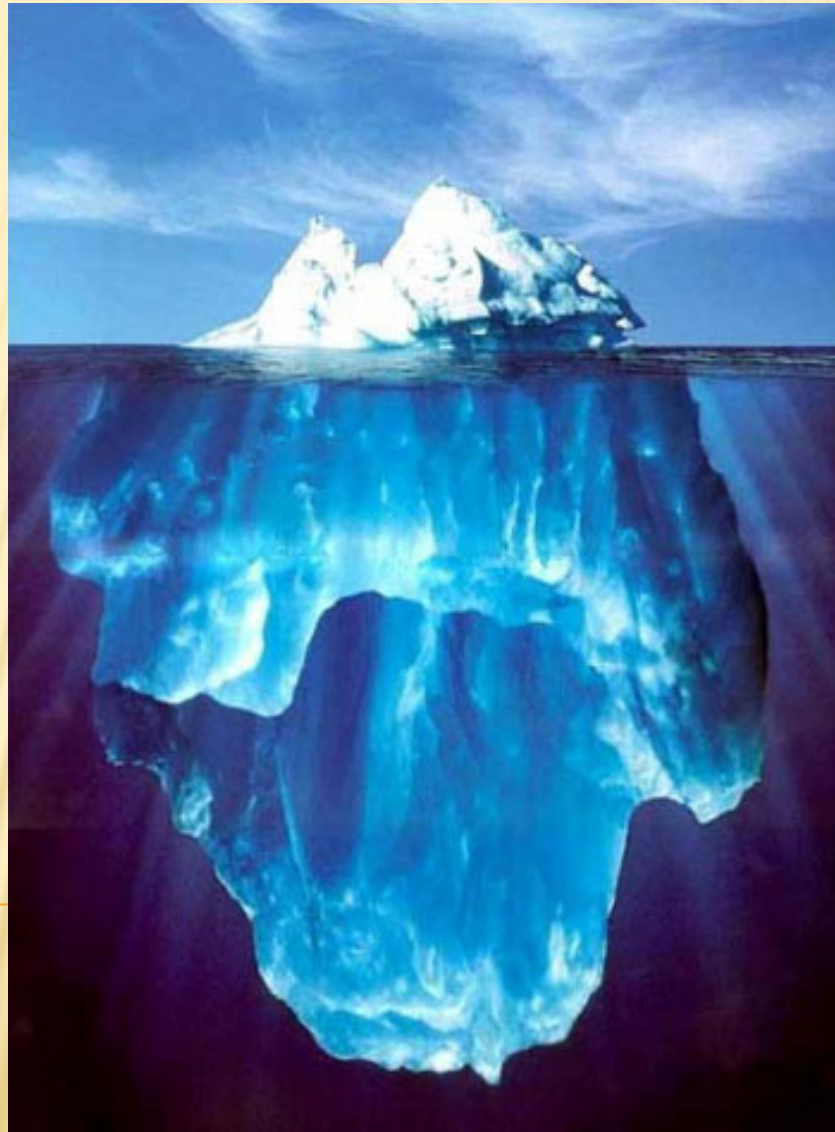
unifa



Marketing?

...Dat is zelfverzekerd lege Amerikaanse woorden gebruiken.



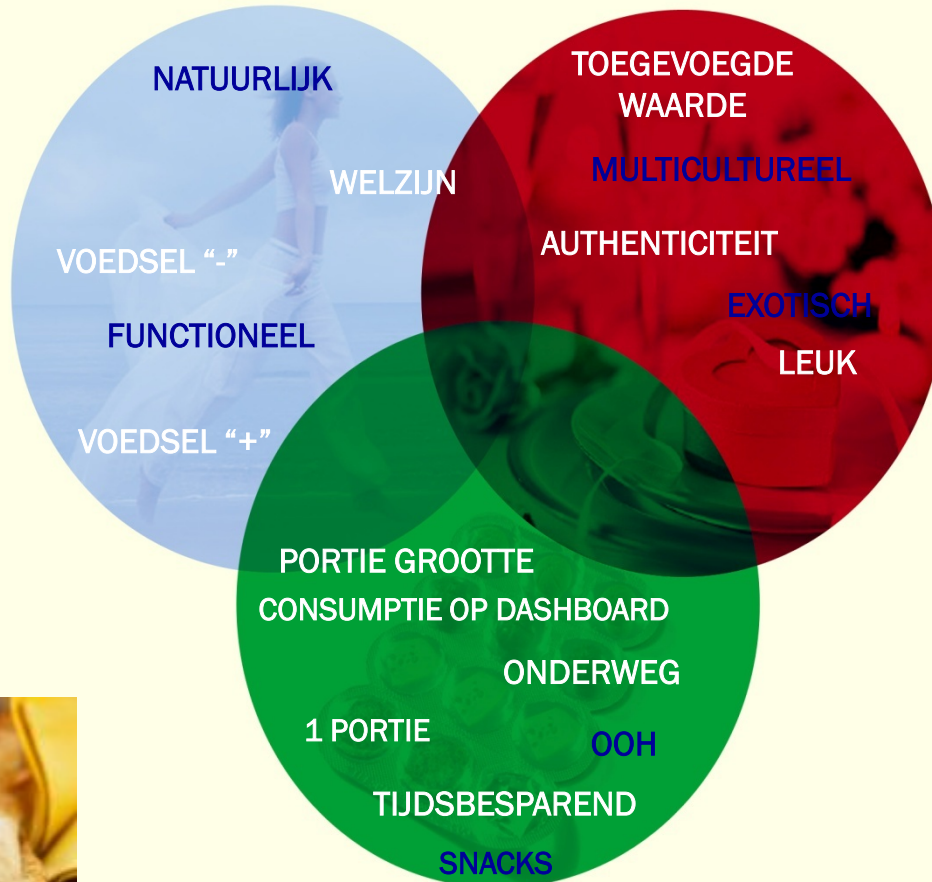


CONSUMENTEN TRENDS

TRENDS IN DE VOEDINGSMARKT

Ervaring & zichzelf verwennen

Gezondheid & welzijn



Gebruiksgemak

AT LEAST AS GOOD AS

HEERLIJKE SMAAK

Totaal Calorieën / vet

Referentie

Geen compromis op
smaak

100 %

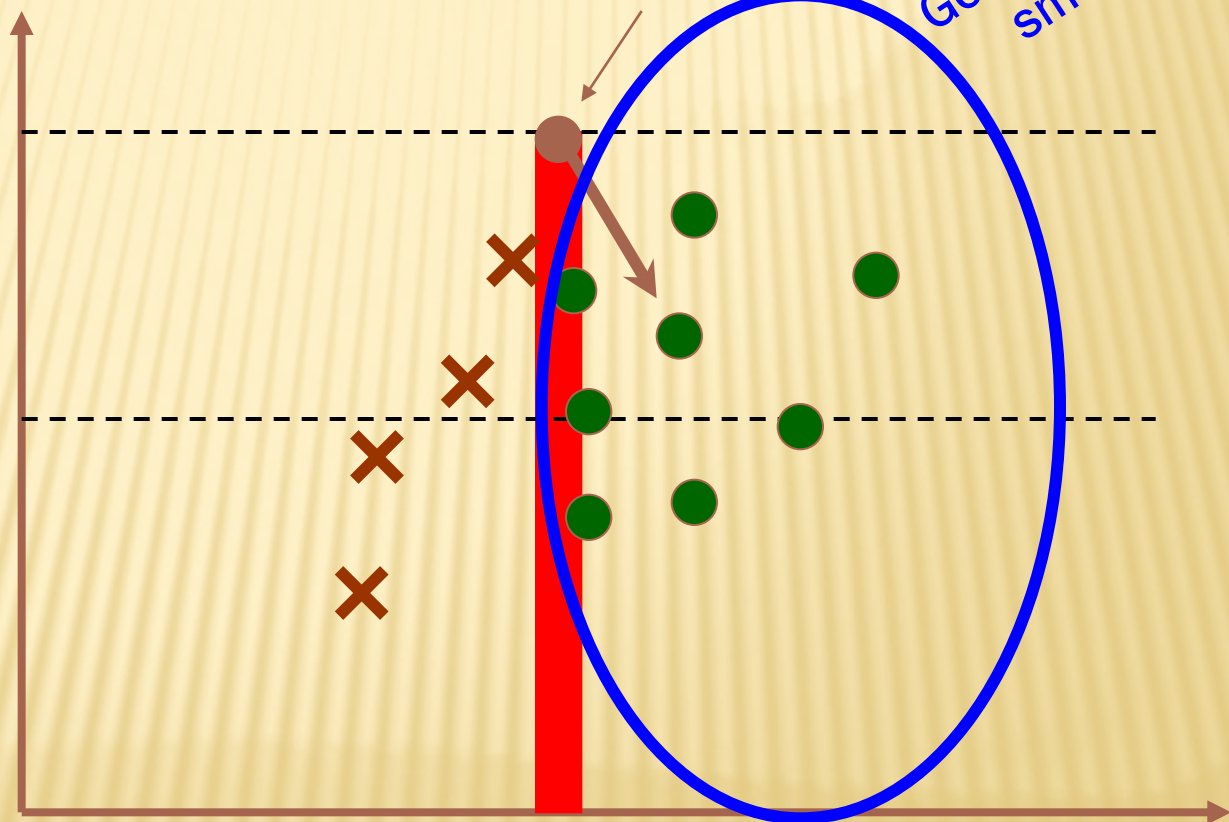
70 %

Aanvaardbaar

ALAGA

Beter

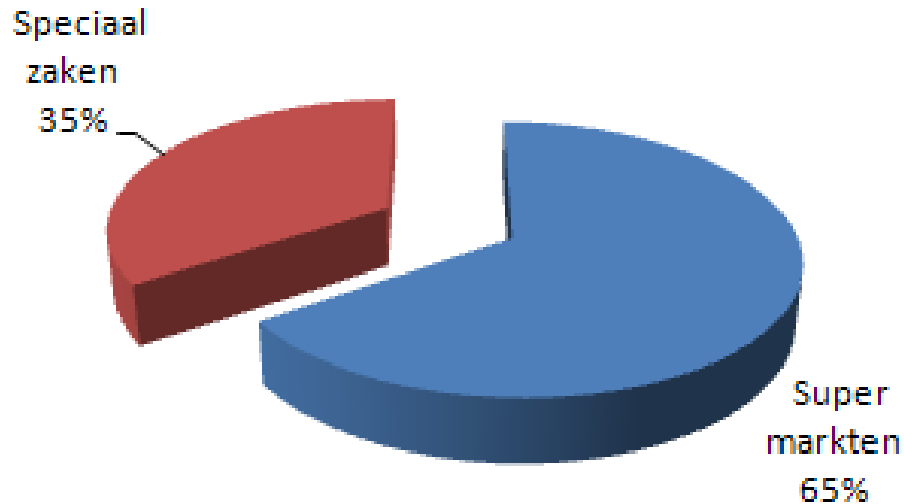
Smaak



ENKELE CIJFERS...

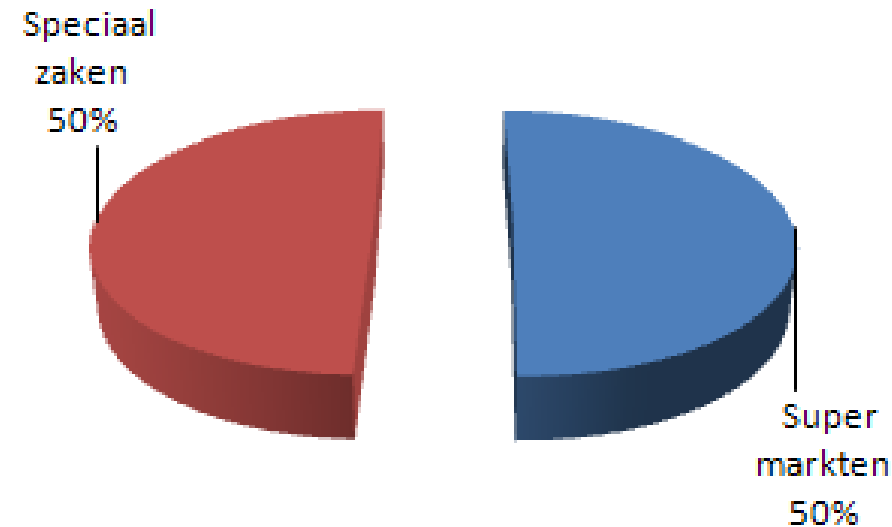
TOTAAL BROOD & CO: RETAIL VS ARTISANAAL

volume 2009



Bron: GfK 2009

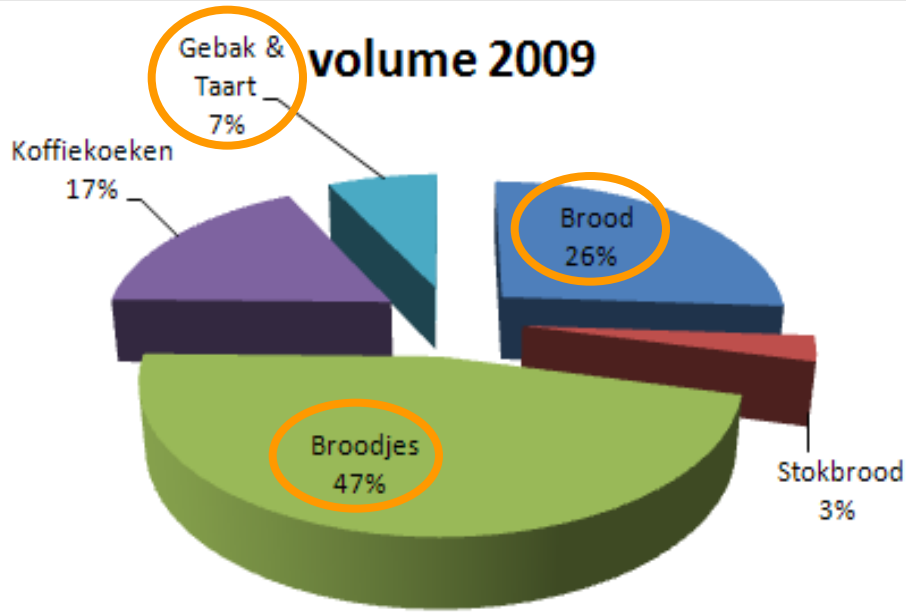
waarde 2009



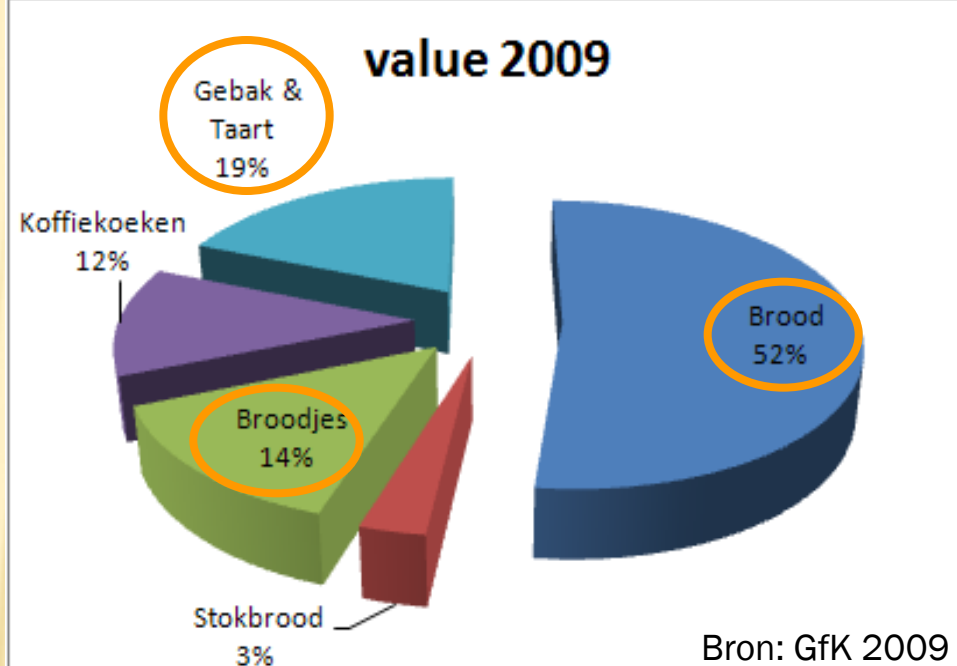
Bron: GfK 2009

- ✖ Speciaalzaken =
 - + Bakker (bakker + broodautomaten)
 - + Overige speciaalzaken
- ✖ Procentueel gezien minder waarde voor retail dan volume
 - + Prijzen in de supermarkten liggen lager dan bij bakkers
 - + Verschil in productmix bij artisanaal vs retail

TOTAAL BROOD & CO: BAKKERIJ VS PATISSERIE



Bron: GfK 2009



Bron: GfK 2009

Volume 2009:

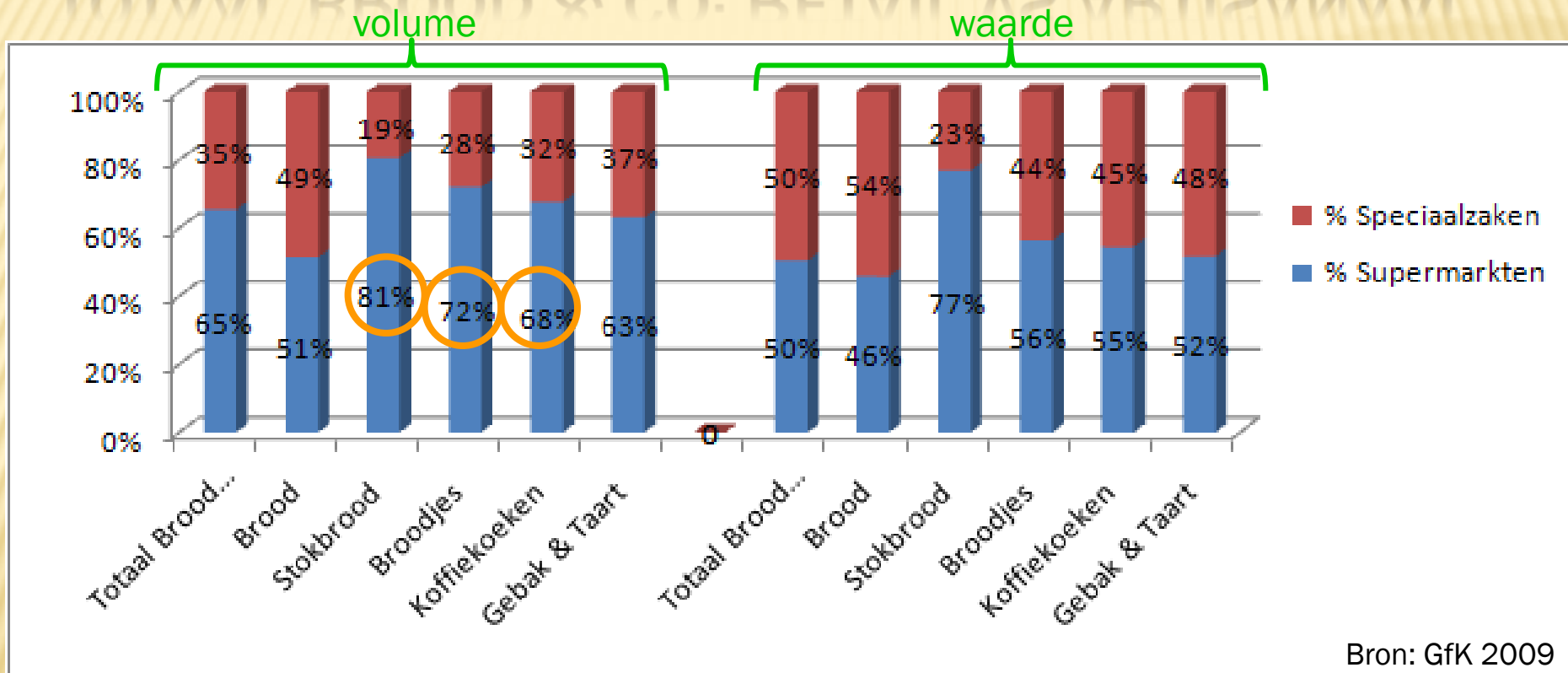
- + Bakkerij: 93%
- + Patisserie: 7%

Waarde 2009:

- 81%
- 19%

- + Opmerking: volume betekent het aantal stuks

TOTAAL BROOD & CO: RETAIL VS ARTISANAAL



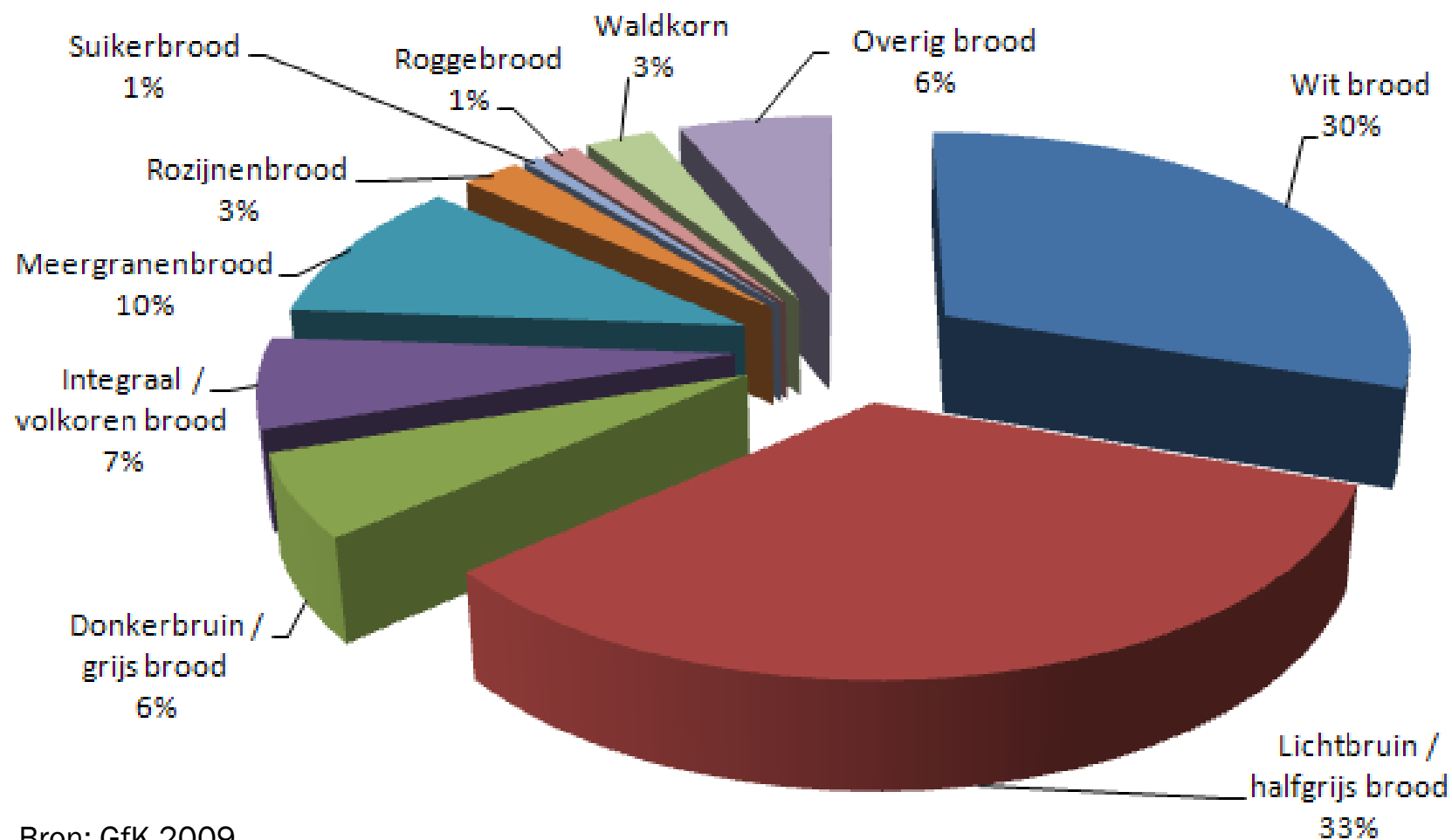
- ✖ Belangrijkste afzetkanaal van broodproducten is retail
 - + Above far share: stokbrood, broodjes en koffiekoeken
- ✖ Retail: waarde ligt steeds lager dan aantal stuks (in %)
 - + Prijzen in retail liggen lager dan in speciaalzaken

BROOD: RETAIL VS ARTISANAAL

- ✗ **Brood** is het belangrijkste broodproduct voor speciaalzaken
 - + Toch wordt meerderheid in retail verhandeld

BROOD IN ARTISANAAL

Volume brood in artisans in 2009



BROOD: EVOLUTIE RETAIL VS ARTISANAAL

In 1.000 stuks

In 1.000 €

		units 2009	aandeel in 2009	evolutie units 07-09
Brood	Supermarkten	396.306,7	100%	2%
	Speciaalzaken	374.770,6	100%	3%
Wit brood	Supermarkten	127.057,7	32%	-2%
	Speciaalzaken	113.937,6	30%	-1%
Lichtbruin / halfgrijs brood	Supermarkten	62.537,9	16%	13%
	Speciaalzaken	124.960,0	33%	4%
Donkerbruin / grijs brood	Supermarkten	53.727,5	14%	22%
	Speciaalzaken	22.162,4	6%	10%
Integraal / volkoren brood	Supermarkten	38.006,2	10%	-12%
	Speciaalzaken	24.463,2	7%	-1%
Meergranenbrood	Supermarkten	29.647,4	7%	9%
	Speciaalzaken	38.719,9	10%	13%
Rozijnenbrood	Supermarkten	16.231,3	4%	2%
	Speciaalzaken	9.016,1	2%	10%
Suikerbrood	Supermarkten	4.525,7	1%	-22%
	Speciaalzaken	2.525,4	1%	-56%
Roggebrood	Supermarkten	5.728,2	1%	2%
	Speciaalzaken	5.205,5	1%	-12%
Waldkorn	Supermarkten	1.011,5	0%	-4%
	Speciaalzaken	10.449,6	3%	13%
Overig brood	Supermarkten	57.835,3	15%	-7%
	Speciaalzaken	23.338,4	6%	16%

✗ Zowel artisanaal als retail stijgen lichtjes op korte termijn

Bron: GfK 2009

✗ Artisanaal doet het beter in wit en volkoren brood (=), meergranen- en rozijnenbrood, Waldkorn en overig brood (↑) dan retail

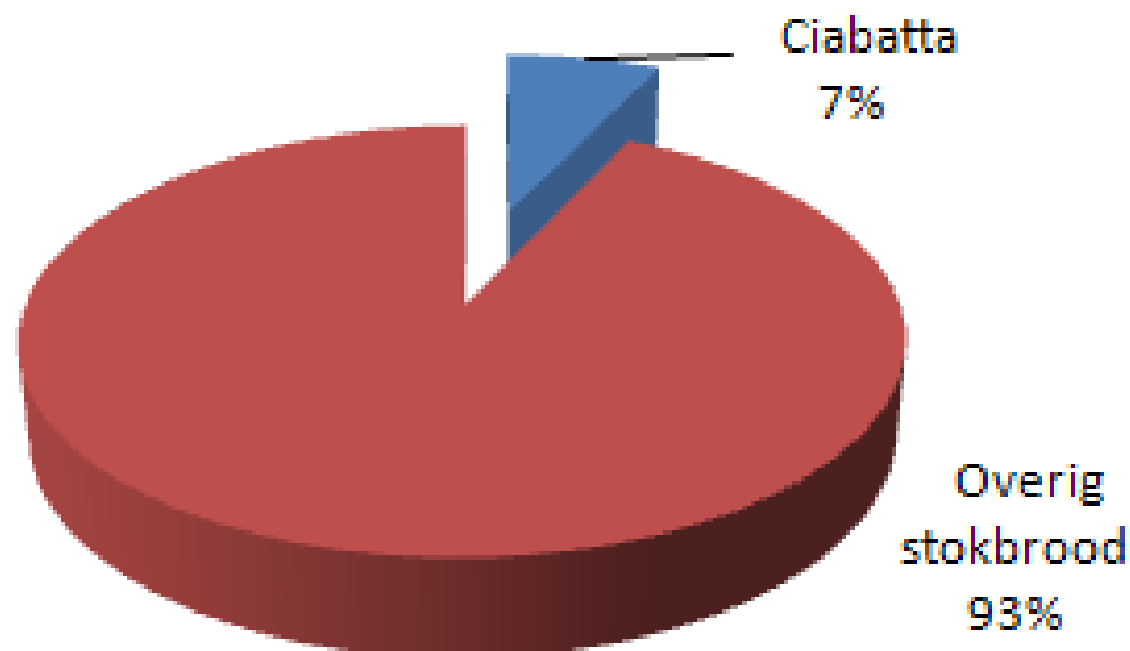
✗ % van waarde loopt gelijk met % van aantal stuks

STOKBROOD: RETAIL VS ARTISANAAL

- ✖ **Stokbrood** wordt voor 4/5 in supermarkten verhandeld
 - + Klein volume (3%) maar toch belangrijk in retail

STOKBROOD IN ARTISANAAL

Volume stokbrood in artisans in 2009



Bron: GfK 2009

STOKBROOD: EVOLUTIE RETAIL VS ARTISANAAL

In 1.000 stuks

In 1.000 €

		units 2009	aandeel in 2009	evolutie units 07-09
Stokbrood	Supermarkten	68.182,7	100%	6%
	Speciaalzaken	16.412,8	100%	17%
Ciabatta	Supermarkten	3.763,0	6%	-15%
	Speciaalzaken	1.154,2	7%	-15%
Overig stokbrood	Supermarkten	64.419,8	94%	8%
	Speciaalzaken	15.258,6	93%	20%

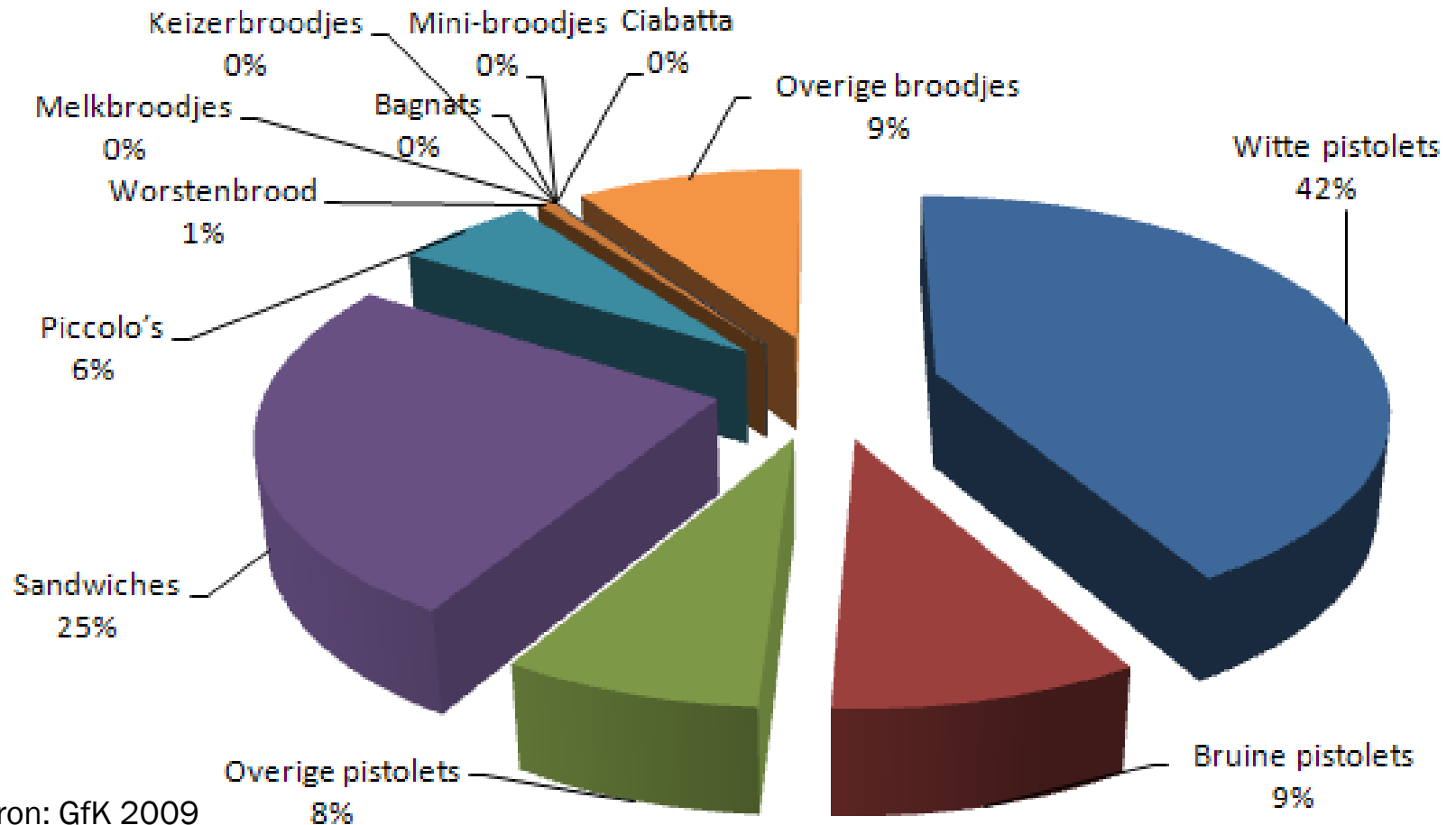
- ✗ Grotere stijging voor de totale categorie in artisanaal, kleinere stijging voor supermarkten
- ✗ Zelfde trend in de belangrijkste categorie: overig stokbrood
- ✗ Ciabatta daalt in alle afzetkanalen
- ✗ % van waarde loopt gelijk met % van aantal stuks

BROODJES: RETAIL VS ARTISANAAL

- ✗ **Broodjes** worden hoofdzakelijk in retail verhandeld
 - + Broodjes = 47% van totaal volume: zeer belangrijk voor retail

BROODJES IN ARTISANAAL

Volume broodjes in artisans in 2009



BROODJES: EVOLUTIE RETAIL VS ARTISANAAL

In 1.000 stuks

In 1.000 €

		units 2009	aandeel in 2009	evolutie units 07-09
Broodjes	Supermarkten	988.154,3	100%	2%
	Speciaalzaken	384.459,4	100%	0%
Witte pistolets	Supermarkten	57.109,2	6%	-19%
	Speciaalzaken	160.392,0	42%	-3%
Bruine pistolets	Supermarkten	20.868,9	2%	22%
	Speciaalzaken	35.093,4	9%	-2%
Overige pistolets	Supermarkten	29.521,9	3%	-13%
	Speciaalzaken	29.444,8	8%	41%
Sandwiches	Supermarkten	638.564,3	65%	8%
	Speciaalzaken	97.669,1	25%	-3%
Piccolo's	Supermarkten	39.362,3	4%	14%
	Speciaalzaken	22.629,7	6%	-6%
Worstenbrood	Supermarkten	12.785,3	1%	117%
	Speciaalzaken	2.493,4	1%	-33%
Melkbroodjes	Supermarkten	52.666,2	5%	-27%
	Speciaalzaken	56,2	0%	#DIV/0!
Keizerbroodjes	Supermarkten	19.076,7	2%	-28%
	Speciaalzaken	0,0	0%	#DIV/0!
Bagnats	Supermarkten	10.878,4	1%	-43%
	Speciaalzaken	0,0	0%	#DIV/0!
Mini-broodjes	Supermarkten	5.839,5	1%	9%
	Speciaalzaken	0,0	0%	-100%
Ciabatta	Supermarkten	373,7	0%	-70%
	Speciaalzaken	8,4	0%	#DIV/0!
Overige broodjes	Supermarkten	101.106,7	10%	15%
	Speciaalzaken	36.671,2	10%	3%

✗ Grotere stijging voor de totale categorie in retail, artisanaal =

Bron: GfK 2009

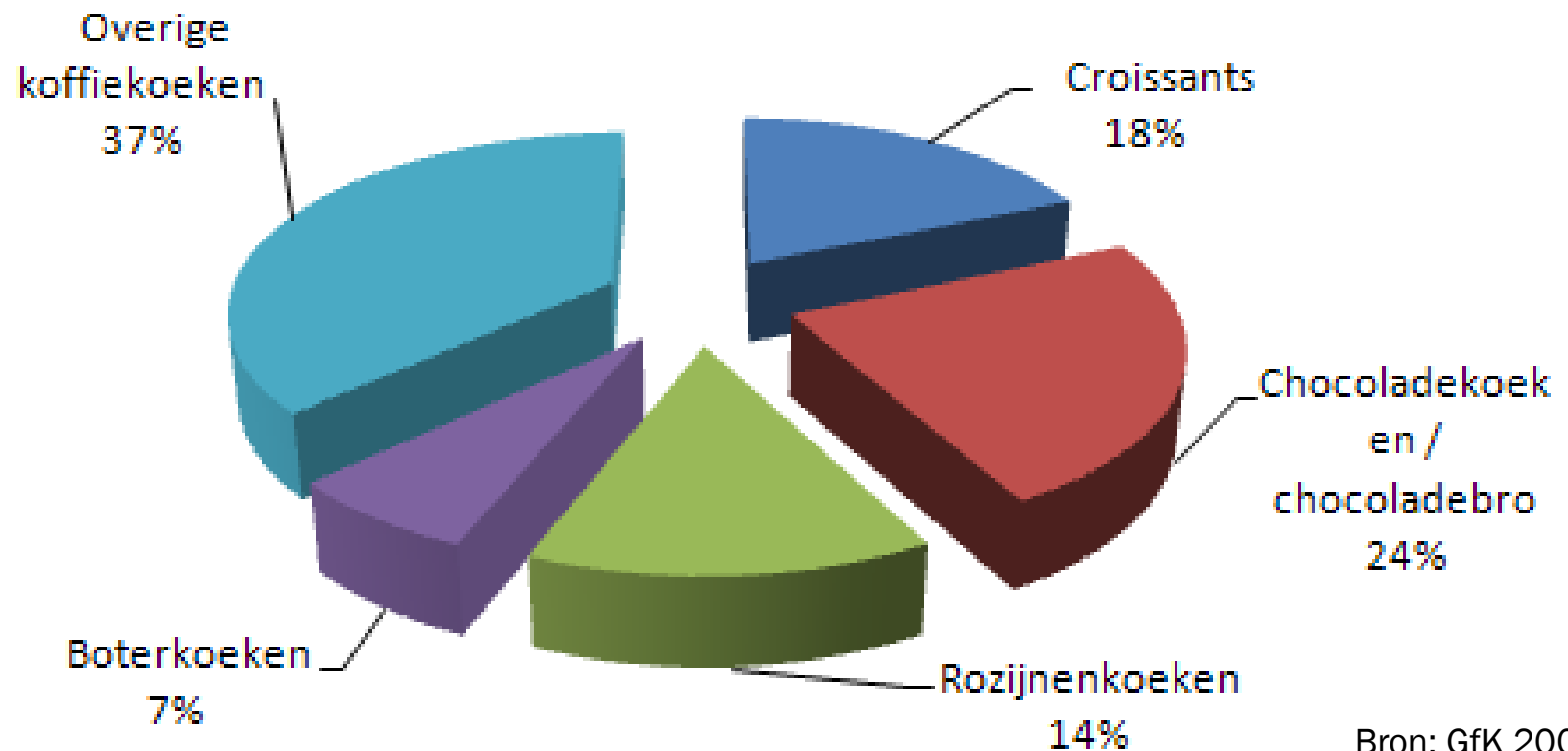
✗ % van waarde loopt niet altijd gelijk met % van stuks, bv witte pistolets, sandwiches bij retail en overige broodjes

KOFFIEKOEKEN: RETAIL VS ARTISANAAL

- ✗ **Koffiekoeken** worden hoofdzakelijk in retail verhandeld
 - + Koffiekoeken vormen 17% vh totaal volume: belangrijk voor retail

KOFFIEKOEKEN IN ARTISANAAL

Volume koffiekoeken in artisans in 2009



Bron: GfK 2009

KOFFIEKOEKEN: EVOLUTIE RETAIL VS ARTISANAAL

In 1.000 stuks

In 1.000 €

		units 2009	aandeel in 2009	evolutie units 07-09
Koffiekoeken	Supermarkten	347.944,8	100%	-8%
	Speciaalzaken	166.242,6	100%	6%
Croissants	Supermarkten	49.817,2	14%	12%
	Speciaalzaken	30.791,8	19%	8%
Chocoladekoeken / chocolade	Supermarkten	105.170,4	30%	-10%
	Speciaalzaken	39.146,9	24%	17%
Rozijnenkoeken	Supermarkten	24.874,8	7%	11%
	Speciaalzaken	23.422,4	14%	6%
Boterkoeken	Supermarkten	13.866,9	4%	-5%
	Speciaalzaken	11.474,9	7%	10%
Overige koffiekoeken	Supermarkten	154.212,4	44%	-15%
	Speciaalzaken	61.405,1	37%	6%

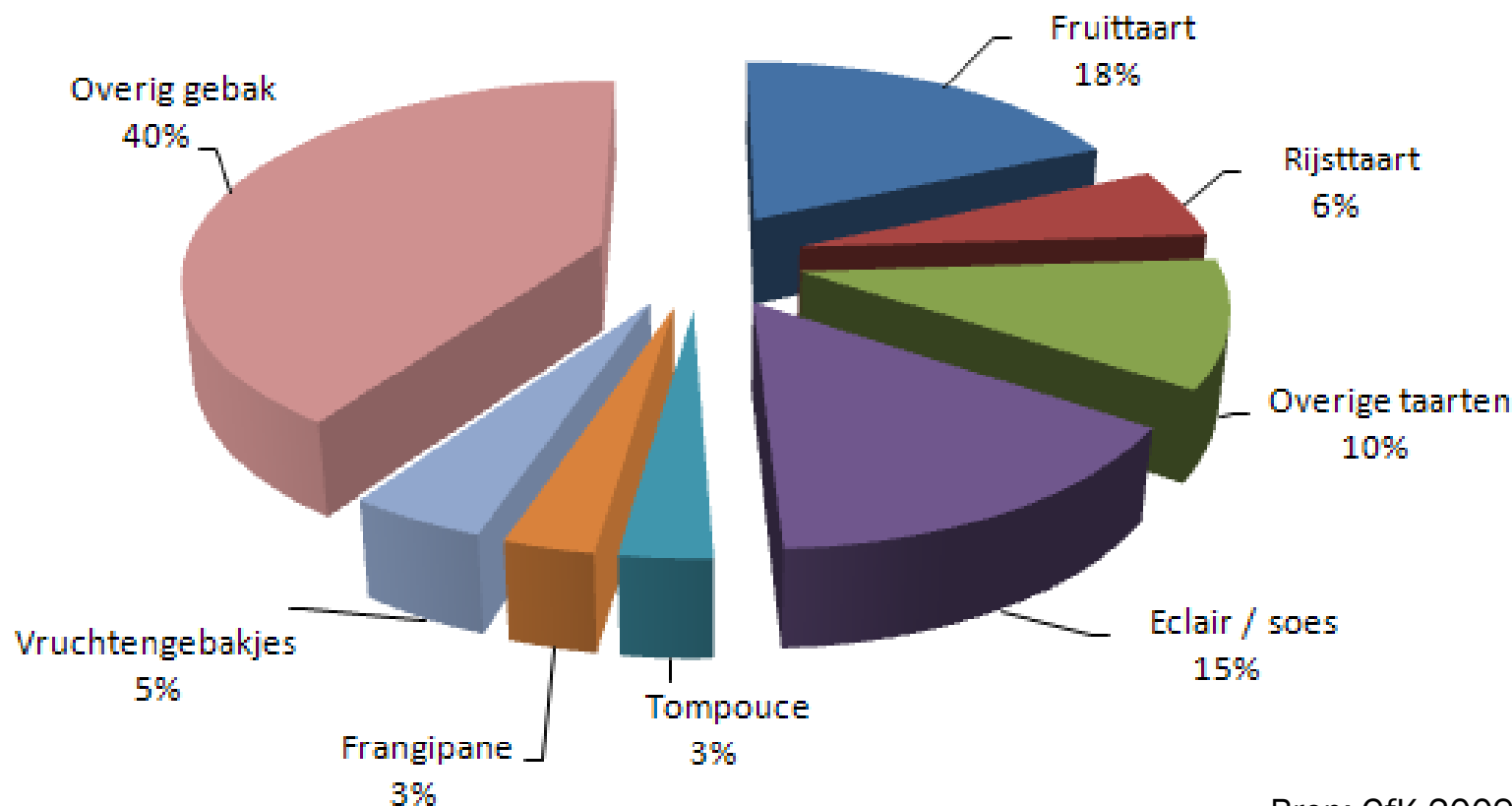
- ✗ Stijging voor artisanaal, daling in retail
- ✗ Trend in de belangrijkste categorieën (chocoladekoeken en overige koffiekoeken) = retail verliest, artisanaal stijgt
- ✗ % van waarde loopt gelijk met % van aantal stuks

GEBAK & TAART: RETAIL VS ARTISANAAL

- ✕ Gebak & taart worden hoofdzakelijk in retail verhandeld
 - + Gebak & taart vormen 7% vh totaal volume

GEBAK & TAART IN ARTISANAAL

Volume gebak & taart in artisans in 2009



Bron: GfK 2009

GEBAK: EVOLUTIE RETAIL VS ARTISANAAL

In 1.000 stuks

In 1.000 €

		units 2009	aandeel in units 2009	evolutie units 07-09
Gebak & Taart	Supermarkten	136.906,0	100%	-3%
	Speciaalzaken	80.023,8	100%	13%
Fruittaart	Supermarkten	19.198,0	14%	-3%
	Speciaalzaken	14.581,0	18%	16%
Rijsttaart	Supermarkten	6.027,3	4%	13%
	Speciaalzaken	4.619,8	6%	5%
Overige taarten	Supermarkten	14.940,3	11%	-1%
	Speciaalzaken	8.256,6	10%	22%
Eclair / soes	Supermarkten	34.768,7	25%	-8%
	Speciaalzaken	12.023,2	15%	19%
Tompouce	Supermarkten	5.676,7	4%	10%
	Speciaalzaken	2.393,1	3%	-1%
Frangipane	Supermarkten	1.889,9	1%	-7%
	Speciaalzaken	2.327,7	3%	-4%
Vruchtengebakjes	Supermarkten	4.367,9	3%	18%
	Speciaalzaken	3.522,2	4%	-8%
Overig gebak	Supermarkten	50.037,0	37%	-3%
	Speciaalzaken	32.299,6	40%	14%

- ✗ Stijging voor de totale categorie in artisanaal, retail daalt (-3%) Bron: GfK 2009
- ✗ Gelijkaardige evolutie in belangrijkste categorieën: fruittaart, éclair en overig gebak
- ✗ % van waarde verschillen met % van aantal stuks in fruittaarten, overige taarten en eclairs

TOTAAL BROOD & CO: EVOLUTIE RETAIL VS ARTISANAAL

<i>Units</i> In 1.000 stuks	2005	2007	2009	aandeel in 2009	evolutie units 05-09
Totaal België	2.738.433,0	2.932.160,0	2.959.418,0	100%	8%
Supermarkten	1.696.335,0	1.941.773,0	1.937.552,0	65%	14%
Speciaalzaken	1.042.027,0	990.289,4	1.021.902,0	35%	-2%

<i>Value</i> In 1.000 €	2005	2007	2009	aandeel in waarde in 2009	evolutie 05- 09
Totaal België	2.083.824,0	2.207.609,0	2.427.401,0	100%	16%
Supermarkten	1.005.177,0	1.143.686,0	1.224.007,0	50%	22%
Speciaalzaken	1.078.744,0	1.063.949,0	1.203.168,0	50%	12%

- ✗ Lange termijn evolutie ('05-'09): Bron: GfK 2009
 - + Positieve evolutie bij supermarkten in units , licht negatief bij bakkers
 - + Stijging in waarde is groter bij supermarkten dan bij bakkers (in %)
- ✗ Korte termijn evolutie ('07-'09):
 - + Positieve evolutie bij bakkers in units, licht negatief bij supermarkten, maar retail blijft de grootste afzetmarkt
 - + Stijging in waarde is groter bij bakkers dan bij supermarkten (in %)
- ✗ Penetratie: 69% in speciaalzaken
 - + >30% stapt nooit een artisanale bakker binnen

TOTAAL BROOD & CO: EVOLUTIE RETAIL VS ARTISANAAL

Units		2005	2007	2009	aandeel in 2009	evolutie units 05-09	evolutie waarde 05-09
Totaal Brood en aanverwant	Supermarkten	1.696.335,0	1.941.773,0	1.937.552,0	65%	14%	22%
	Speciaalzaken	1.042.027,0	990.289,4	1.021.902,0	35%	-2%	12%
Brood	Supermarkten	372.292,2	390.334,4	396.306,7	51%	6%	17%
	Speciaalzaken	400.733,4	363.367,9	374.770,6	49%	-6%	8%
Stokbrood	Supermarkten	57.889,1	64.080,3	68.182,7	81%	18%	35%
	Speciaalzaken	17.679,8	14.030,3	16.412,8	19%	-7%	5%
Broodjes	Supermarkten	832.879,6	966.560,6	988.154,3	72%	19%	32%
	Speciaalzaken	379.974,3	385.901,5	384.459,4	28%	1%	24%
Koffiekoeken	Supermarkten	307.482,7	380.232,0	347.944,8	68%	13%	28%
	Speciaalzaken	162.120,0	156.160,5	166.242,6	32%	3%	25%
Gebak & Taart	Supermarkten	125.774,6	140.589,8	136.906,0	63%	9%	19%
	Speciaalzaken	81.505,5	70.863,3	80.023,8	37%	-2%	10%

In 1.000 stuks In 1.000 €

- ✗ Lange termijn evolutie van units ('05-'09):
 - + Retail wint meer tov speciaalzaken en ze hebben al >50%
 - + Stijging in waarde is groter bij supermarkten dan bij bakkers (in %)
 - Door grotere prijsstijgingen in supermarkten (brood&stokbrood) en verschil in productmix
- ✗ Korte termijn evolutie van units ('07-'09):
 - + Speciaalzaken doen het beter dan retail (koffiekoeken & gebak dalen zelfs), maar retail blijft de belangrijkste afzetmarkt
 - + Stijging in waarde is groter bij bakkers dan bij supermarkten (in %) met broodjes als uitzondering

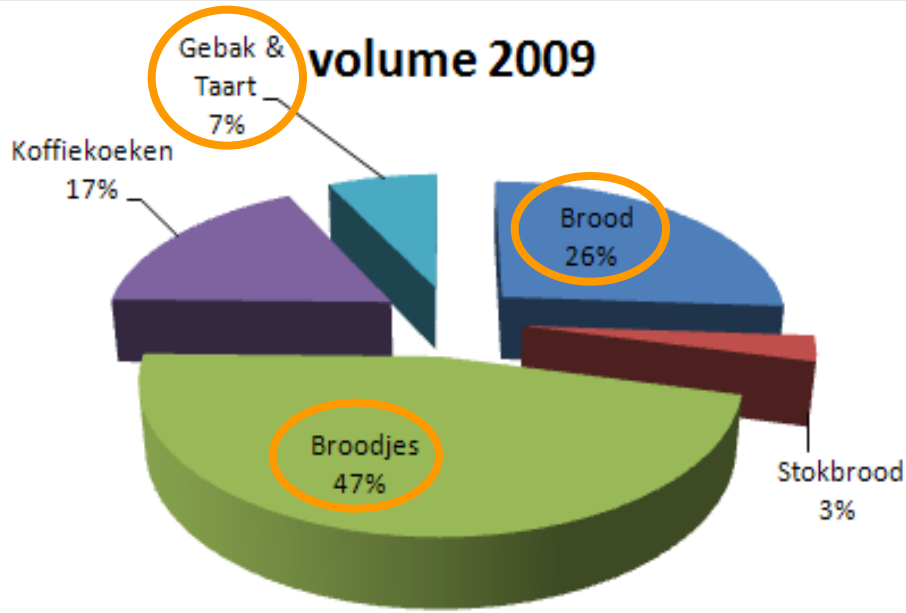
TOTAAL BROOD & CO: EVOLUTIE BAKKERIJ VS PATISSERIE

Units In 1.000 stuks	2005	2007	2009	aandeel in 2009	evolutie 07- 09
Totaal Brood en aanverwante	2.738.433,0	2.932.160,0	2.959.418,0	100%	1%
Brood	773.018,6	753.664,6	771.078,0	26%	2%
Stokbrood	75.568,6	78.111,0	84.595,6	3%	8%
Broodjes	1.212.852,0	1.352.458,0	1.372.602,0	46%	1%
Koffiekoeken	469.606,4	536.391,5	514.183,8	17%	-4%
Gebak & Taart	207.282,4	211.453,6	216.928,2	7%	3%

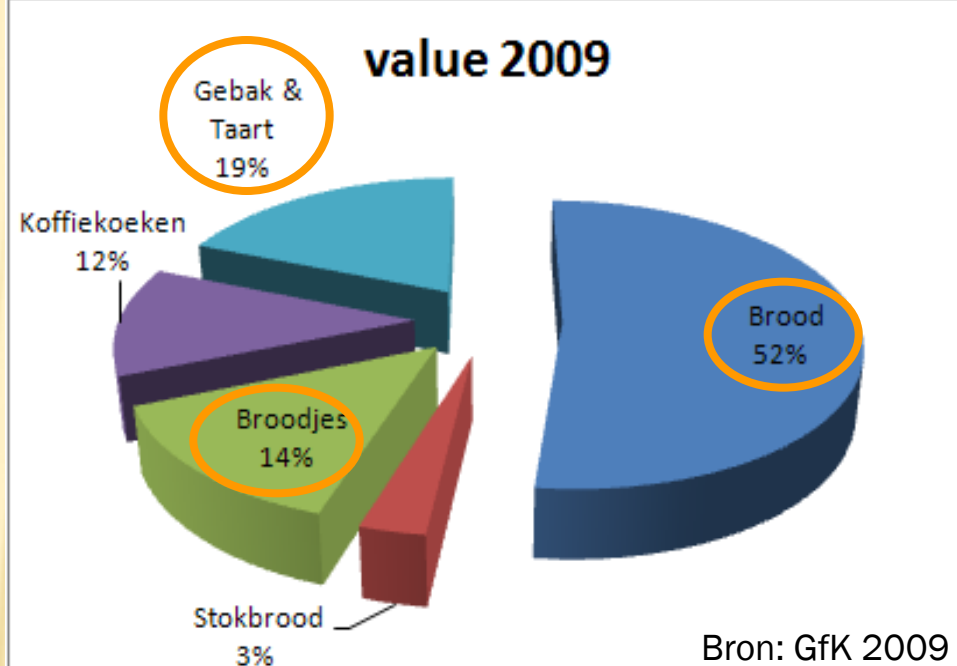
Value In 1.000 €	2005	2007	2009	aandeel in 2009	evolutie 07- 09
Totaal Brood en aanverwante	2.083.824,0	2.207.609,0	2.427.401,0	100%	10%
Brood	1.126.492,0	1.157.872,0	1.259.372,0	52%	9%
Stokbrood	57.832,3	63.165,4	73.366,2	3%	16%
Broodjes	263.798,7	306.211,9	338.522,7	14%	11%
Koffiekoeken	235.098,0	274.152,1	296.985,0	12%	8%
Gebak & Taart	400.683,8	406.231,4	458.971,6	19%	13%

- ✖ Procentueel gezien meer gestegen in waarde dan in volume
 - + door prijsstijgingen of verschil in productmix
- ✖ Waarde wordt overal positief beïnvloed door prijsstijgingen of verkoop van meer premium producten

TOTAAL BROOD & CO: BAKKERIJ VS PATISSERIE



Bron: GfK 2009



Bron: GfK 2009

Volume 2009:

- + Bakkerij: 93%
- + Patisserie: 7%

Waarde 2009:

- 81%
- 19%

- + Opmerking: volume betekent het aantal stuks

ALGEMENE CONCLUSIE

✘ Belangrijkste categorieën voor artisanale bakkers zijn:

Volgens volume:

- + Witte pistolets
- + Lichtbruin brood
- + Wit brood
- + Sandwiches
- + Overige koffiekoeken

Volgens waarde:

Lichtbruin brood
Witte pistolets
Overig gebak
Meergranenbrood
Fruittaart

✘ Langetermijn evolutie:

- + gunstiger voor retail

✘ Kortetermijn evolutie:

- + speciaalzaken herstellen zich, maar retail behoudt het grootste gedeelte van de broodmarkt

Situatie 2010-2011 cijfers voor Vlaanderen

- ❖ Het marktaandeel daalt van 56,1% in 2009
- ❖ naar 54,3% in periode juni 2010-juni 2011
- ❖ Daling is het sterkst in gebak en taart

Oorzaken die consument aangeeft

- Gemak om alles te kopen in één winkel
- De prijs-kwaliteitsverhouding wint aan belang

Aankoop van de consument periode juli 2010-juli 2011

- 83 broden => 44 bij de bakker (53%)
- 5 stokbroden => 1 bij de bakker (20%)
- 156 broodjes => 47 bij de bakker (30%)
- 45 koffiekoeken=> 19 bij de bakker (42%)
- 14 gebakjes => 5 bij de bakker (36%)
- 7 taarten=> 3 bij de bakker (43%)

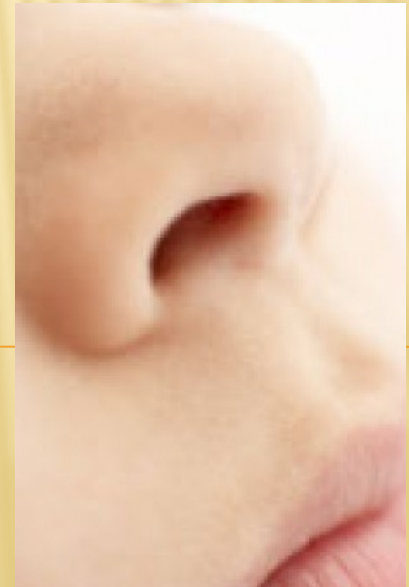
Conclusie-

- De daling van marktaandeel is het sterkst waarneembaar voor gebak en taart, net een productcategorie waar het thuisverbruik in stijgende lijn ligt.
Ook het totale thuisverbruik van broodjes (sandwiches, pistolets...) blijft verder doorgroeien.
Het thuisverbruik van brood blijkt daarentegen, na positief in 2007 en 2008, zijn negatieve trend te hebben hervat.
Ook voor koffiekoeken geldt diezelfde evolutie.



DUIDELIJKE VISIE...

ZINTUIGEN



PRODUCTEN: DE 2 S REGEL...

✕ Stijl



✕ Smaak



UNIFA IS ER VOOR JULLIE ... CONTACTTEER ONS !

