

VOL.2

Auteur: Julien Capozziello

# SCAN conso

État de la consommation  
au sein du marché agroalimentaire

2024

**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

apaqw.be



*Date de parution : octobre 2024*

*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*



# Table des matières

<b>Indicateurs et catégories alimentaires</b> .....	2
<b>La couverture du marché agroalimentaire</b> .....	4
<b>Les volumes achetés par catégorie alimentaire</b> .....	4
Volumes totaux achetés .....	4
Volumes moyens achetés par habitant .....	6
<b>Les dépenses au sein du marché agroalimentaire</b> .....	8
Dépenses totales .....	8
Dépenses par habitant .....	11
<b>Le prix moyen par catégorie alimentaire</b> .....	12
<b>La fréquence d'achat par catégorie alimentaire</b> .....	14
<b>Canaux de vente : parts de marché au sein du marché agroalimentaire</b> .....	15
Parts de marché (en volume acheté) .....	15
Parts de marché (en valeur dépensée).....	16
<b>Annexe</b> .....	19

## Indicateurs et catégories alimentaires

Dans ce rapport consacré au **marché agroalimentaire**, différents indicateurs de mesure seront relevés au niveau wallon entre 2016 et 2023, 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 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 pièce<sup>1</sup> ;
- 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 pièce<sup>2</sup> ;
- 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, exprimée en pourcentage (%) ;

Nous analyserons distinctement plusieurs catégories alimentaires parmi les plus consommées en Belgique francophone, à savoir :

- Lait à boire : comprend le lait de consommation, le lait aromatisée, 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.) ;

---

<sup>1</sup> 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).

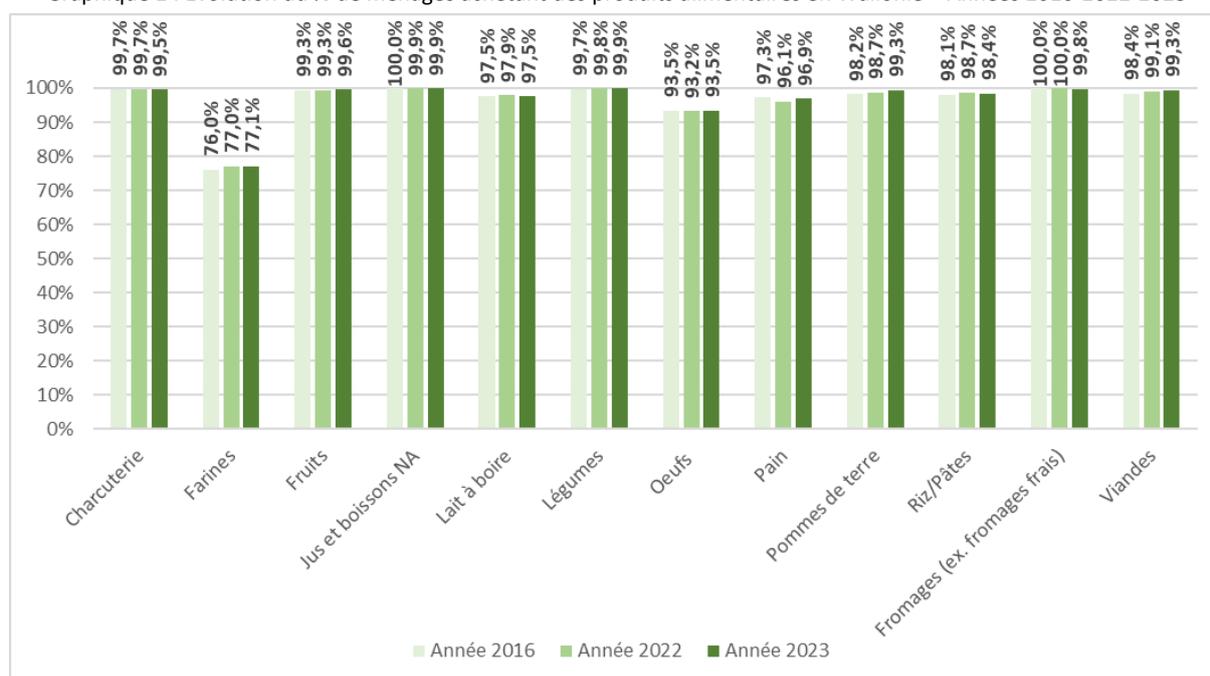
<sup>2</sup> Réf. 1.

- 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 2023, la couverture du marché (taux de pénétration) atteint un seuil dépassant les 95% pour la majorité des catégories alimentaires en Wallonie. Seuls les œufs (93,5%) et les farines (77,1%) restent avec un taux de pénétration plus faible. En comparaison à 2016, les taux de pénétration des catégories analysées sont soit en augmentation, en particulier le pain (+0,8 point de pourcentage) et les pommes de terre (+0,6 point), soit relativement stable (entre +0,2 et -0,3 point). Le fait que ces catégories alimentaires fassent partie intégrante de l'assiette de la quasi-totalité des Wallons explique ces faibles fluctuations, aucun événement majeur n'ayant eu un impact lors de l'année écoulée.

Graphique 1 : Evolution du % de ménages achetant des produits alimentaires en Wallonie – Années 2016-2022-2023



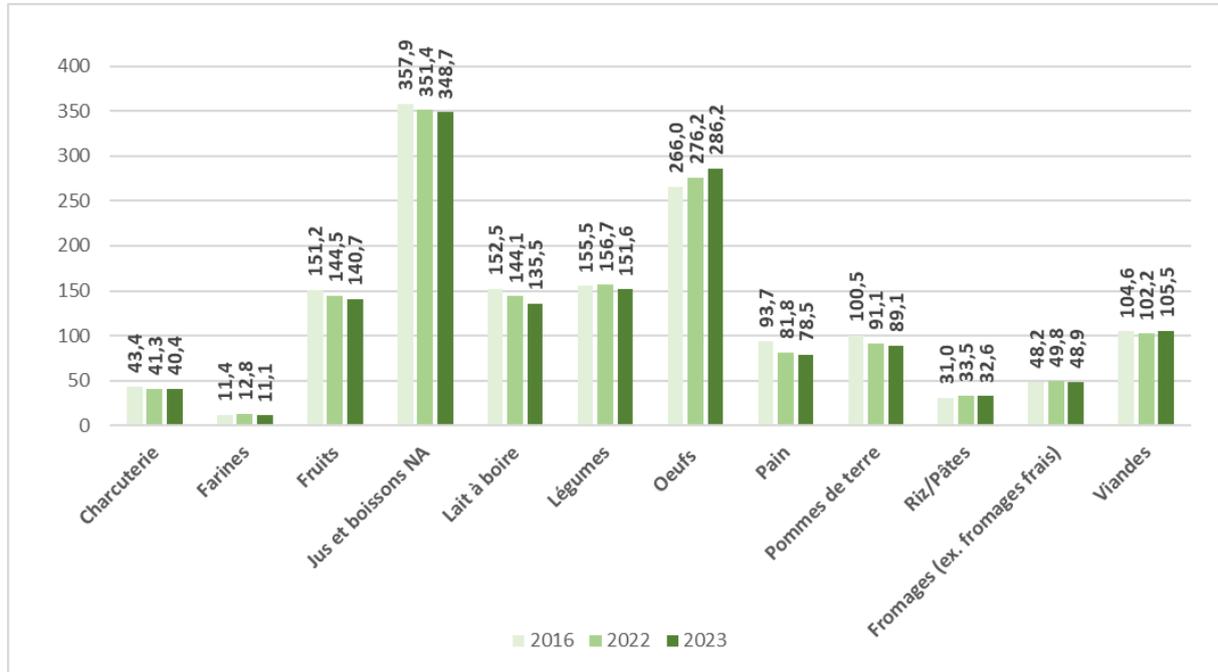
## Les volumes achetés par catégorie alimentaire

### Volumes totaux achetés

La tendance en 2022 faisait état d'une diminution des volumes achetés pour une majorité des catégories alimentaires, à l'exception du riz et des pâtes, des farines et des œufs. En 2023, seuls les œufs (286,2 millions de pièces, +3,6%) et la viande (105,5 millions de kg, +3,3%) sont en augmentation. A contrario, les baisses les plus marquées sont à mettre à l'actif des farines (11,1 millions de kg, -12,8%), le lait (135,5 millions de litres, -6%) et le pain (78,5 millions de pièces, -4%). Le reste des

catégories alimentaires reprises dans le *graphique 2* subissent une baisse de leur volume acheté inférieure à 3%<sup>3</sup>.

Graphique 2 : Evolution des volumes totaux achetés par catégorie alimentaire en Wallonie, en millions de litres, kg ou pièces – Années 2016-2022-2023

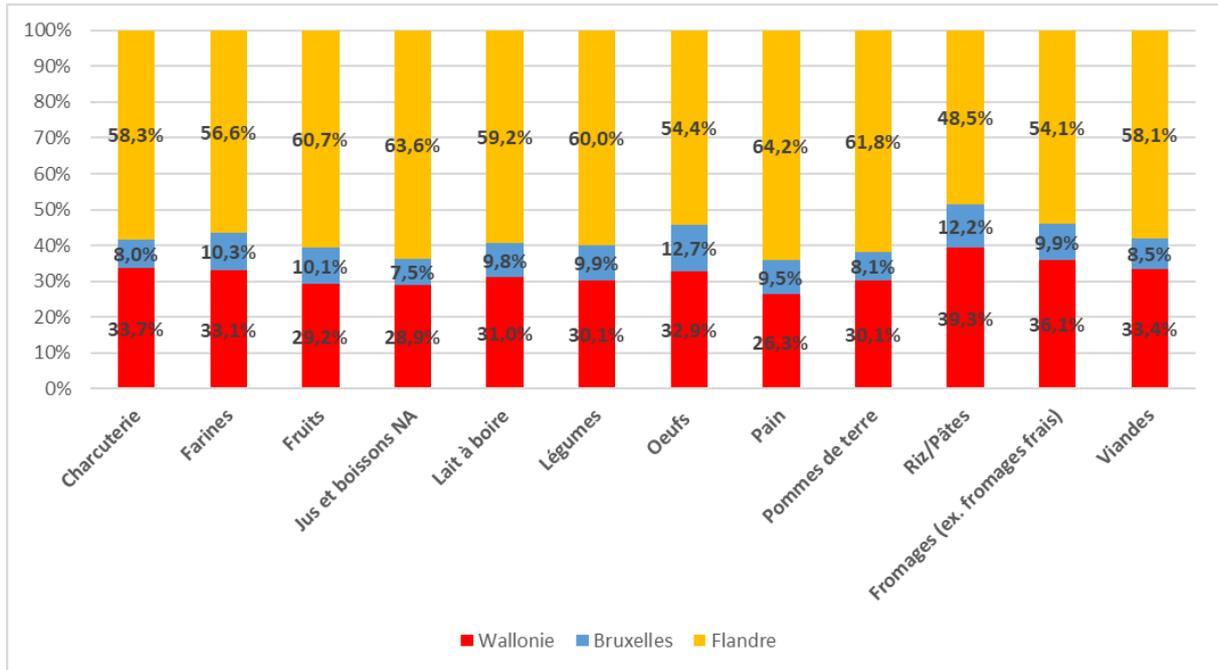


Au regard de la répartition des volumes achetés par catégorie alimentaire selon la région (wallonne, bruxelloise et flamande), le riz/pâtes, les fromages et la charcuterie sont les 3 catégories pour lesquelles la part de la Wallonie est la plus élevée, comme observé en 2022, avec respectivement 39,3% (-0,4 point par rapport à 2022), 36,1% (-0,7 point) et 34,2% (-0,5 point). À l'inverse, les jus et boissons NA (28,9%<sup>4</sup>) et le pain (26,3%, -0,3 point) sont les catégories pour lesquelles la part de la Wallonie est la plus faible.

<sup>3</sup> Pour 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).

<sup>4</sup> Pas de comparaison possible avec l'année dernière, suite à des changements dans les sous-catégories reprises au sein des jus et boissons NA (l'eau a été enlevée du total).

Graphique 3 : Part de marché (en volume acheté) de chaque région belge par catégorie alimentaire – Année 2023

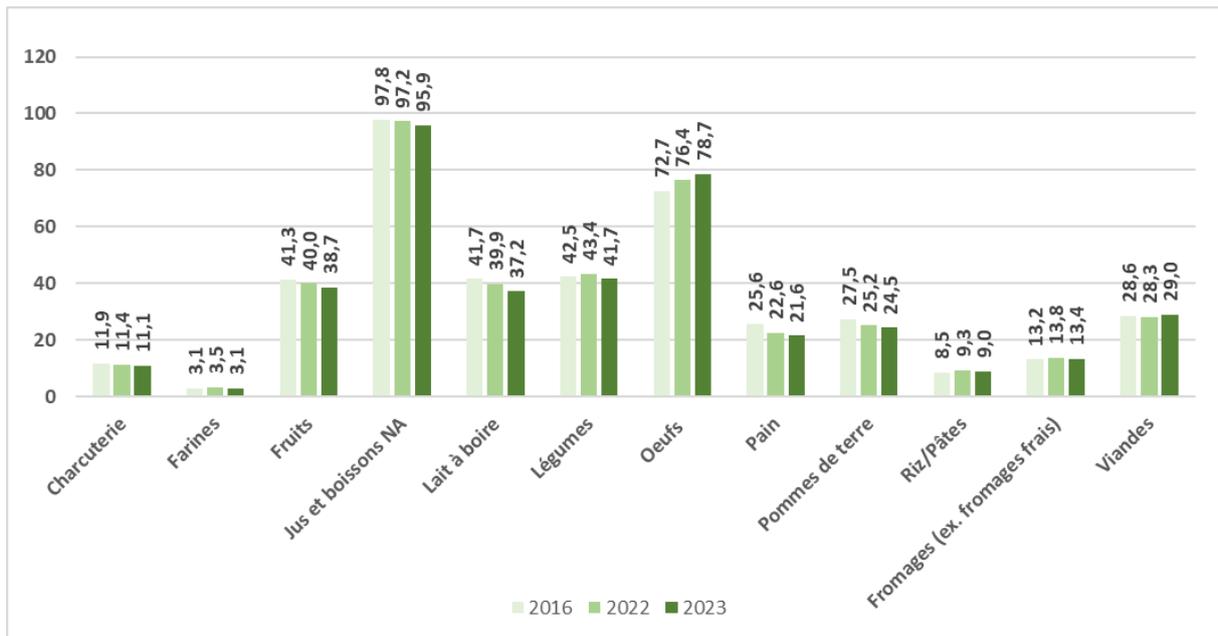


### Volumes moyens achetés par habitant

Concernant les volumes achetés en moyenne par habitant, les évolutions sont identiques à ce qui a été observé pour les volumes totaux. Le facteur démographique (augmentation de la population wallonne dans le cas présent) influe cependant sur les tendances, moins marquées pour les catégories alimentaires dont le volume augmente, mais à l'inverse plus à la baisse encore pour celles en diminution, en témoigne l'évolution des volumes achetés en moyenne par habitant pour les farines (-13,3%) et le lait (-6,6%).

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.).

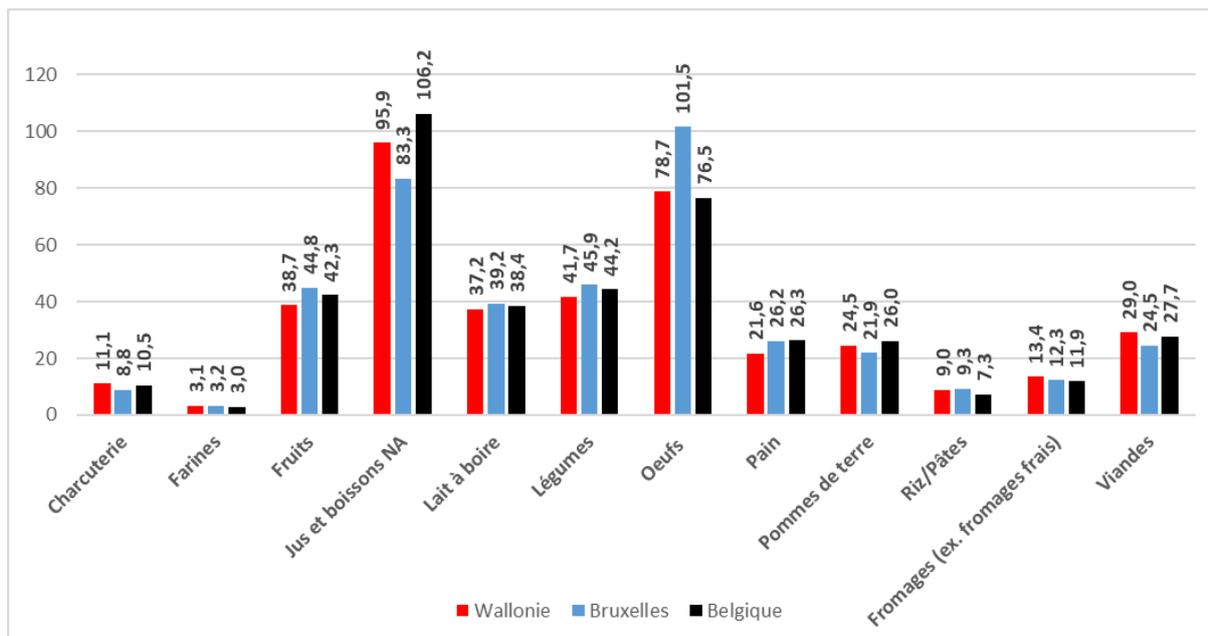
Graphique 4 : Evolution des volumes moyens achetés par wallon par catégorie alimentaire, en litre, kg ou pièce  
Années 2016-2022-2023



En comparant la consommation par individu selon les régions (Wallonie, Bruxelles et la Belgique), il est possible de mettre en évidence certaines différences entre les achats du Wallon avec le Bruxellois et le Belge. Ainsi :

- Le Wallon est un plus grand consommateur de produits carnés que le Bruxellois, en témoigne sa consommation de viande et de charcuterie plus élevées de respectivement 18,2% et de 26,1%. Pour les produits laitiers, la tendance est plus contrastée, puisque si le Wallon consomme plus de fromage (9,5%), le constat est inverse pour le lait (4,9%). Autres différences marquées : la consommation de jus et boissons NA et de pommes de terre sont plus élevées (15,1% et 11,8%), à contrario pour le pain (17,6%), les fruits (13,6%) et les légumes (9,3%). Les farines, ainsi que le riz et les pâtes, sont moins consommées chez le Wallon, mais la différence est plus faible (3,9% et 3,1%).
- Le Wallon se démarque du Belge par sa plus forte consommation de riz et de pâtes (23,1%) et de fromages (12,9%), ainsi que sa plus faible consommation de pain (17,8%). Le Wallon consomme moins de végétaux, que cela soit les fruits (8,6%) et les légumes (-5,8%), mais plus de produits carnés (5,6% de charcuterie et 4,6% de viandes en plus), même si la différence est nettement moins marquée que celle observée avec le Bruxellois. Autres différences : une plus faible consommation de jus et boissons NA (9,7%), de pommes de terre (5,8%) et de lait (2,9%) chez le Wallon, mais une consommation plus élevée de farines (3,5%) et d'œufs (2,9%).

Graphique 5 : Volumes achetés par habitant par catégorie alimentaire selon la zone géographique - Année 2023



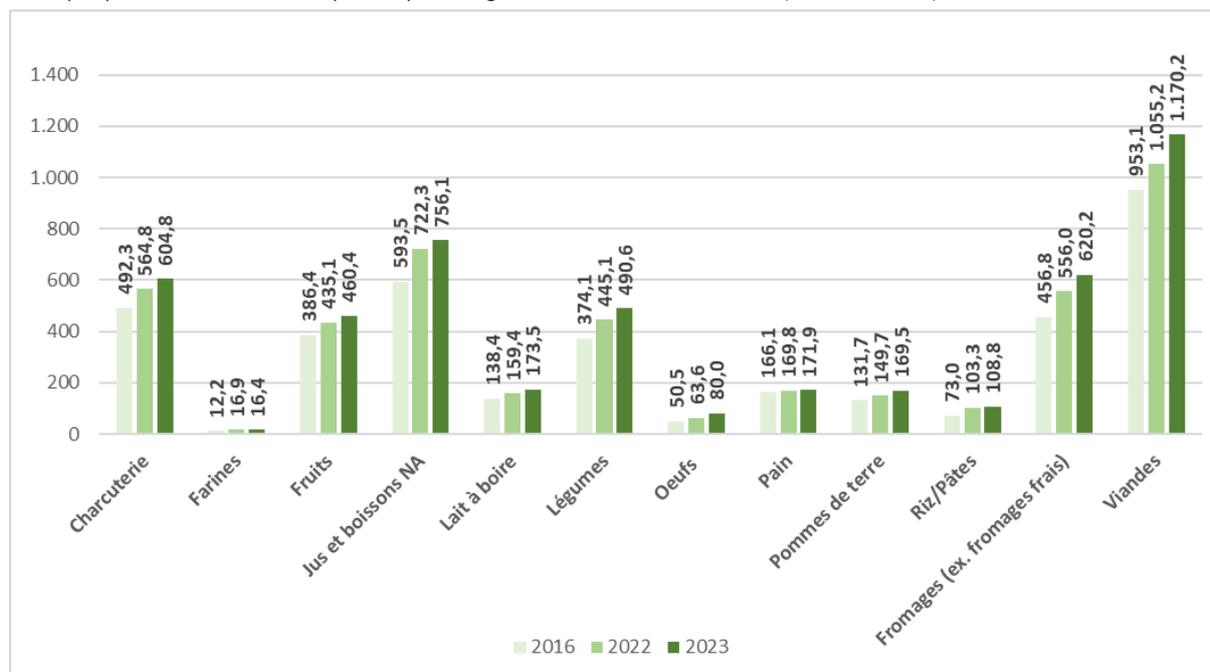
## Les dépenses au sein du marché agroalimentaire

### Dépenses totales

En 2023, les ménages wallons ont dépensé plus de 8,9 milliards d'€ pour l'achat de produits alimentaires, soit une augmentation de 7,1% par rapport à l'année précédente. Au même titre que l'année dernière, les dépenses sont à la hausse après une année 2021 marquée par une baisse des dépenses (-1,8%). Cette hausse est d'ailleurs la plus élevée observée depuis 2016, après l'année 2020 (marquée par la crise sanitaire et les confinements qui se sont succédés, entraînant une augmentation de la consommation à domicile), où l'augmentation s'élevait à 11,6%.

A l'échelle des catégories alimentaires, l'augmentation des dépenses est d'autant plus marquée pour les œufs, les pommes de terre, le fromage, la viande et les légumes, dépassant chacun le seuil des 10% de hausse (respectivement 25,8%, 13,2%, 11,6%, 10,9% et 10,2%). A noter que la farine constitue la seule catégorie pour laquelle les dépenses sont en diminution, de l'ordre de 3%.

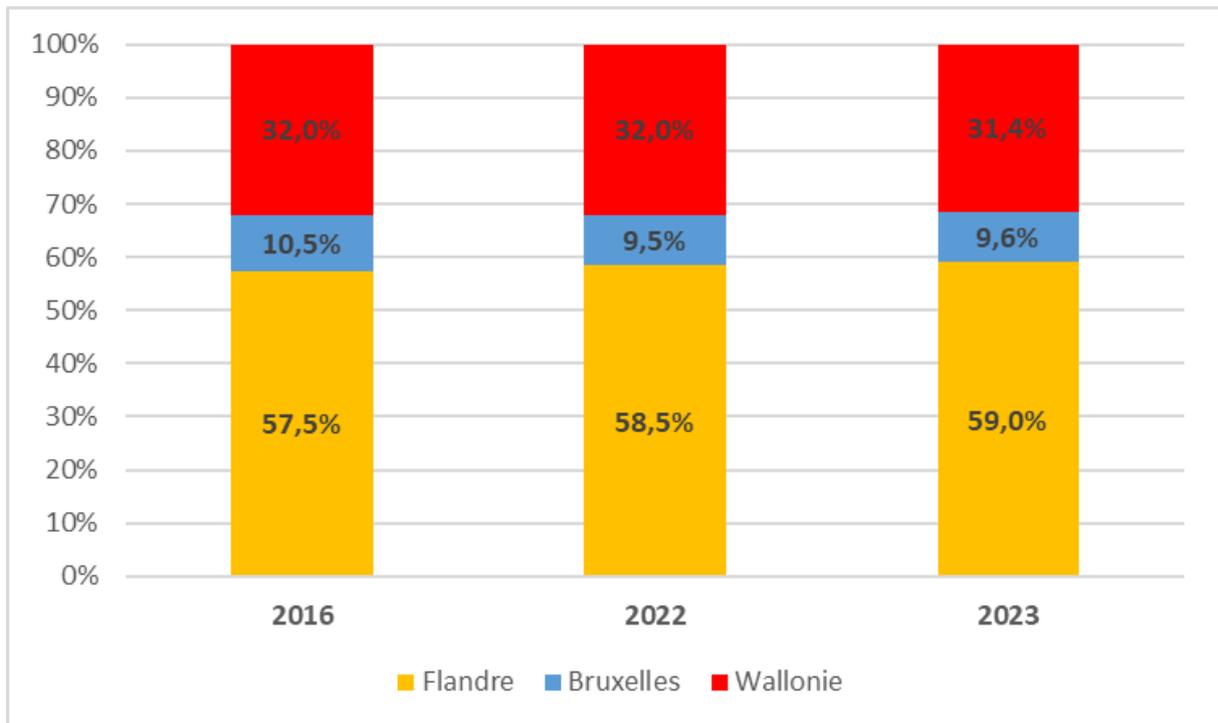
Graphique 6 : Evolution des dépenses par catégorie alimentaire en Wallonie (en millions d'€) – Années 2016-2022-2023



En analysant la répartition des dépenses par région, il ressort que la Wallonie représente 31,4% de l'ensemble des dépenses alimentaires sur le territoire belge, soit une perte de 0,6 point par rapport à l'année dernière. La part flamande est par contre en augmentation (+0,5 point), alors que celle de la région bruxelloise est relativement stable (+0,1 point). Ainsi, malgré l'augmentation des dépenses constatée en Wallonie, la hausse est encore plus marquée en Flandre et à Bruxelles.

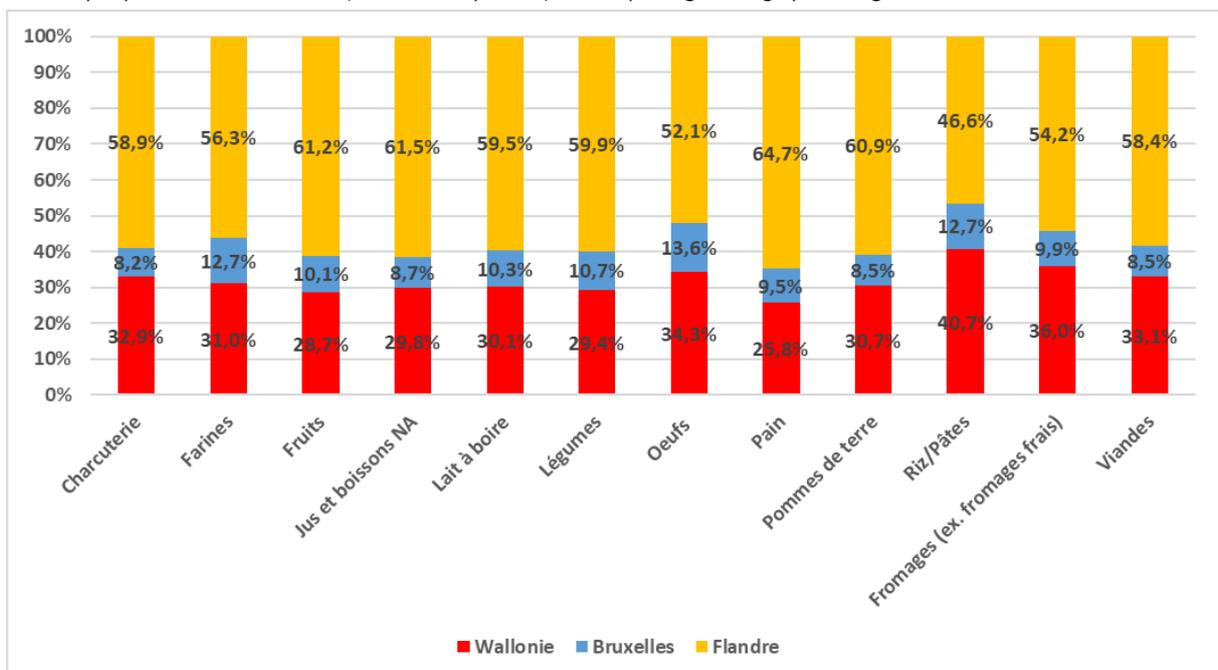
Les chiffres absolus le démontrent : les dépenses en Flandre s'élèvent à 16,8 milliards d'€, soit une hausse de 10,3%, alors que pour Bruxelles, elles s'élèvent à 2,7 milliards d'€ (+11,2%). La hausse des dépenses alimentaires est donc observée sur l'ensemble du territoire, en particulier à Bruxelles dont les dépenses étaient en baisse les 2 dernières années (-2,9% en 2021, -1,4% en 2022).

Graphique 7 : Evolution de la part de marché (en valeur dépensée) de chaque région belge pour le secteur alimentaire – Années 2016-2022-2023



Le *graphique 8* qui illustre la répartition des dépenses par région pour chaque catégorie alimentaire démontre que le riz et les pâtes, le fromage et les œufs sont celles où la proportion des dépenses wallonnes est la plus élevée, avec respectivement 40,7% (-0,1 point par rapport à 2022), 36% (-1,2 points) et 34,3 (- 1 point). Le top 3 reste inchangé par rapport à l'année dernière.

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

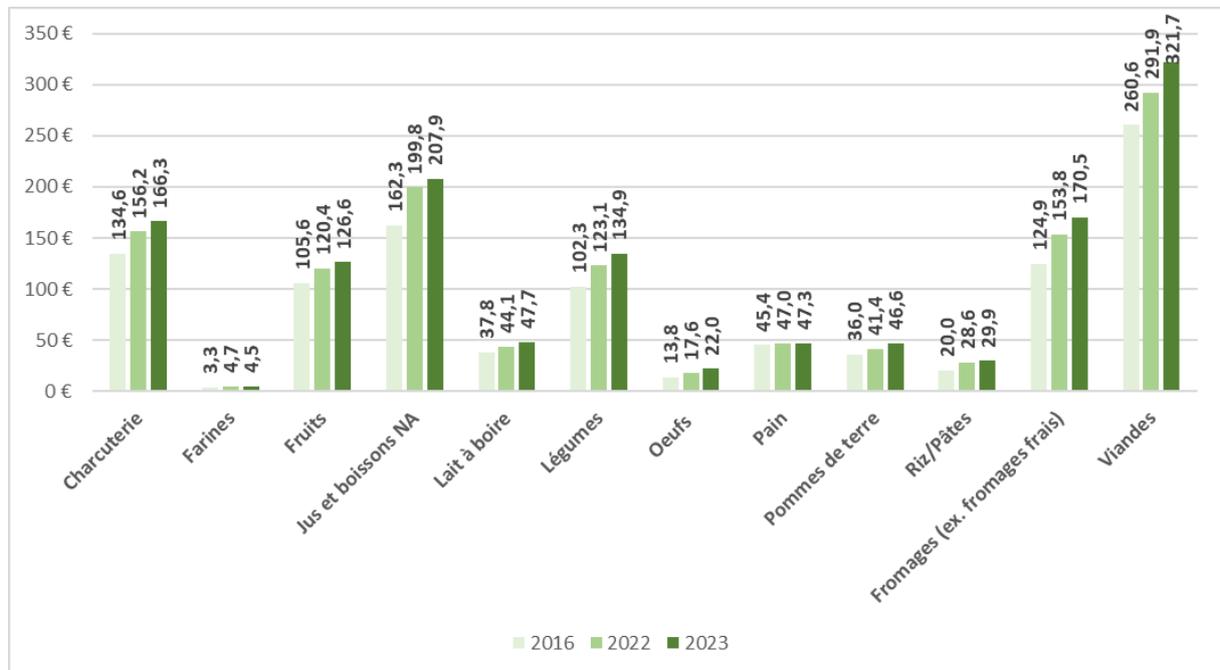


## Dépenses par habitant

Les dépenses moyennes par wallons en 2023 s'élèvent à 2.458,7€ en 2023, soit une hausse de 6% par rapport à 2022. En comparaison à 2016, cette augmentation atteint 27,2%. A Bruxelles, la moyenne est de 2.519,23€ et de 2.504,8€ en Belgique. Les différentes catégories alimentaires reprises dans ce rapport (11 catégories au total) représentent 53,9% de ces dépenses en Wallonie, contre 53,2% en 2022.

La catégorie des viandes reste celle où les dépenses sont les plus élevées, dépassant le seuil de 300€ (321,7€, soit une augmentation de 10,2% entre 2022 et 2023), suivie de celles en jus et boissons non alcoolisées (207,9€, +4%) et des fromages (170,5€, +10,9%), qui devant à présent la charcuterie (166,3€, +6,4%). Les œufs constituent la catégorie pour laquelle les dépenses ont le plus augmenté (+25%) ; atteignant un total de 22€ en moyenne par Wallon.

Graphique 9 : Evolution des dépenses par wallon par catégorie alimentaire en Wallonie  
Années 2016-2022-2023



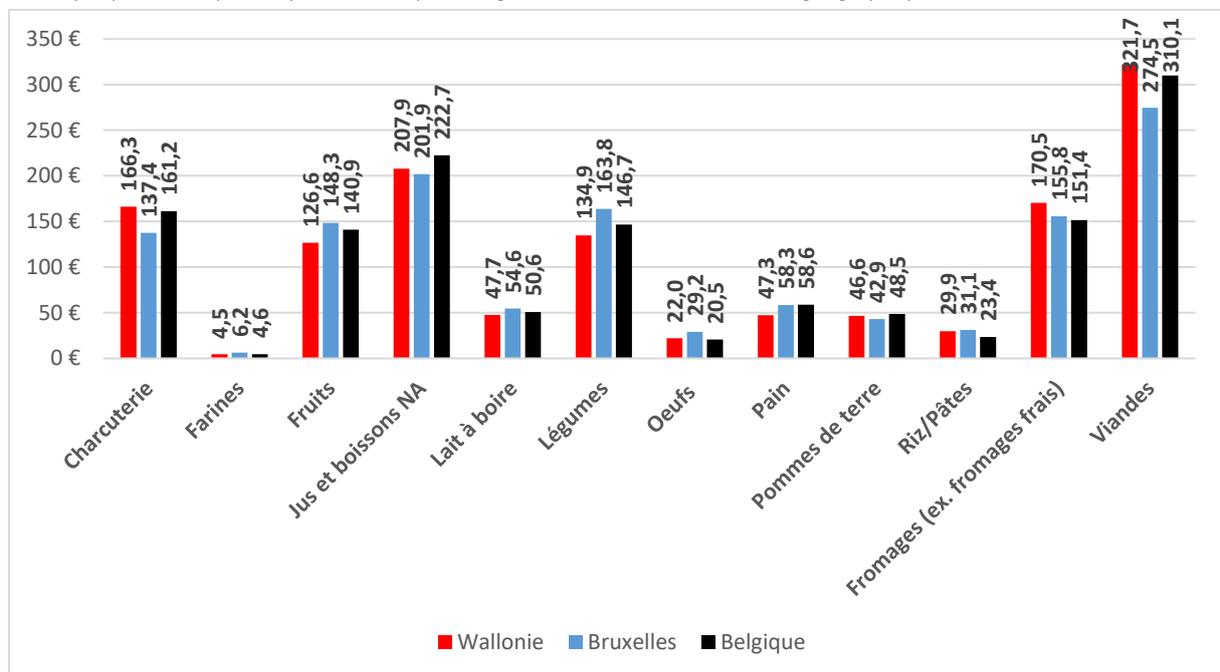
Par catégorie alimentaire, en comparant selon la région (Wallonie et Bruxelles) et la Belgique, il ressort que la viande constitue la 1<sup>ère</sup> catégorie en dépenses aussi bien pour le Wallon, le Bruxellois et le Belge.

Les constats rejoignent ceux émis pour les volumes, à savoir le Wallon qui :

- Dépense en moyenne plus en produits carnés (viande et charcuterie), ainsi qu'en fromage, que le Bruxellois et le Belge ;
- Dépense en moyenne moins en végétaux (fruits et légumes), en lait et en pain.

A noter qu'au niveau des fruits et des légumes, la différence est assez marquée pour le Bruxellois en comparaison avec le Wallon et le Belge, puisqu'il dépense en moyenne 312,1€ au total contre 261,4€ (50,7€ en moins) pour le Wallon et 287,6€ (24,5€ en moins) pour le Belge.

Graphique 10 : Dépenses par habitant par catégorie alimentaire selon la zone géographique - Années 2016-2022-2023



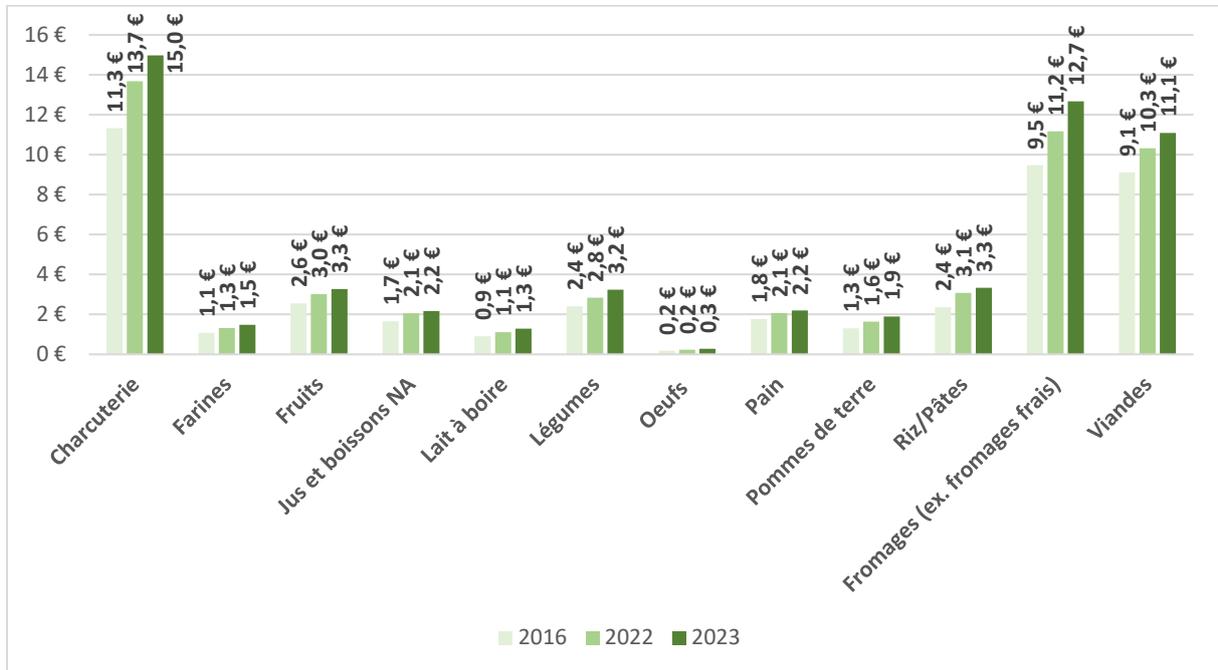
## Le prix moyen par catégorie alimentaire

L'indicateur du prix moyen (prix dépensé en moyenne pour une pièce, en euro) révèle, au même titre que ce qui était observé l'année dernière, une augmentation pour l'ensemble des catégories alimentaires. En 2023, ce sont les œufs qui ont subi l'augmentation la plus élevée (+21,4%, 0,28€ en moyenne par œuf), suivi par le lait (+15,7€, 1,3€ le litre), les pommes de terre (+15,7%, 1,9€ le kg) et les fromages (+13,6%, 12,7€ le kg). Les jus et boissons NA et le pain sont les catégories pour lesquelles la hausse est la plus faible, avec respectivement 5,5% et 5,4%.

**N.B. :** En ce qui concerne l'analyse des prix, il convient de prendre plusieurs précautions. Cet indicateur ne distingue en effet pas entre certaines caractéristiques propres aux différentes catégories, telles que

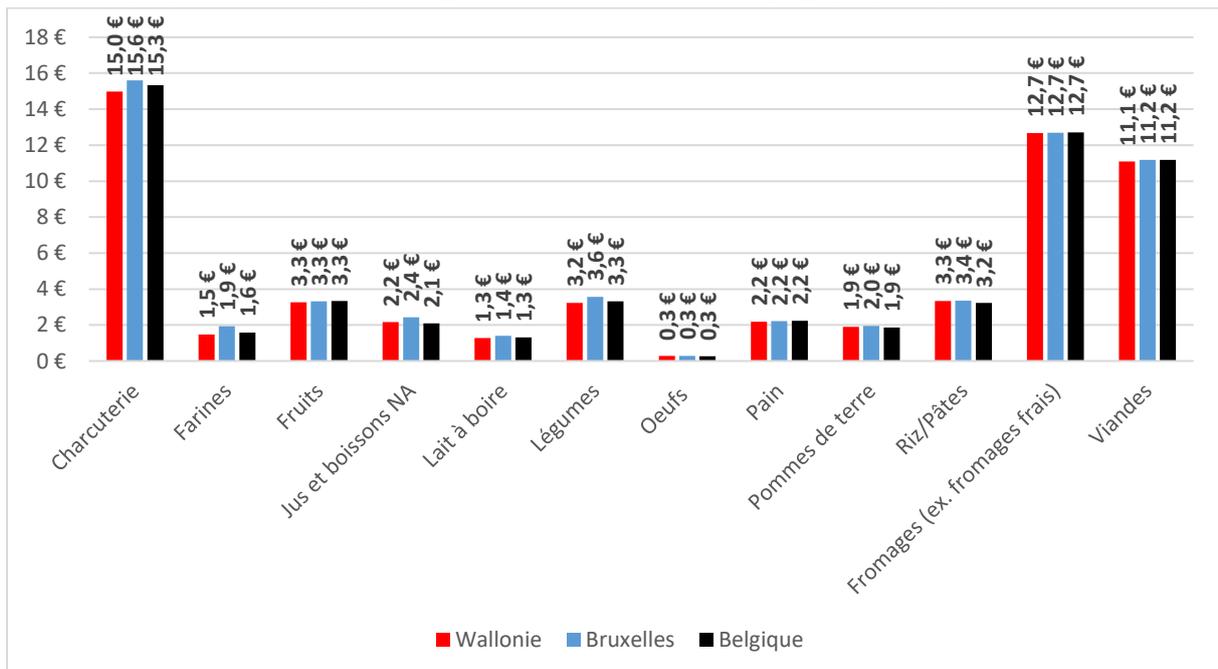
la marque, l'origine des produits ou leurs différentes variétés. Le principal intérêt du prix moyen est d'observer l'évolution pour une même catégorie au cours des années, permettant de corrélérer cette donnée avec l'évolution en termes de volumes achetés et de dépenses.

Graphique 11 : Evolution du prix moyen par catégorie alimentaires en Wallonie (€/litre-kg-pièce) - Années 2016-2022-2023



En analysant les prix moyens en 2023 en Wallonie, à Bruxelles et en Belgique, il ressort que les prix restent similaires dans l'ensemble. Cette similitude est particulièrement marquée en comparant la Wallonie et la Belgique. Toutefois, Bruxelles se démarque quelque peu, avec des prix moyens légèrement supérieurs, notamment pour la charcuterie, les farines et les légumes.

Graphique 12 : Prix moyen par catégories alimentaires selon la zone géographique (€/pièce) - Année 2023



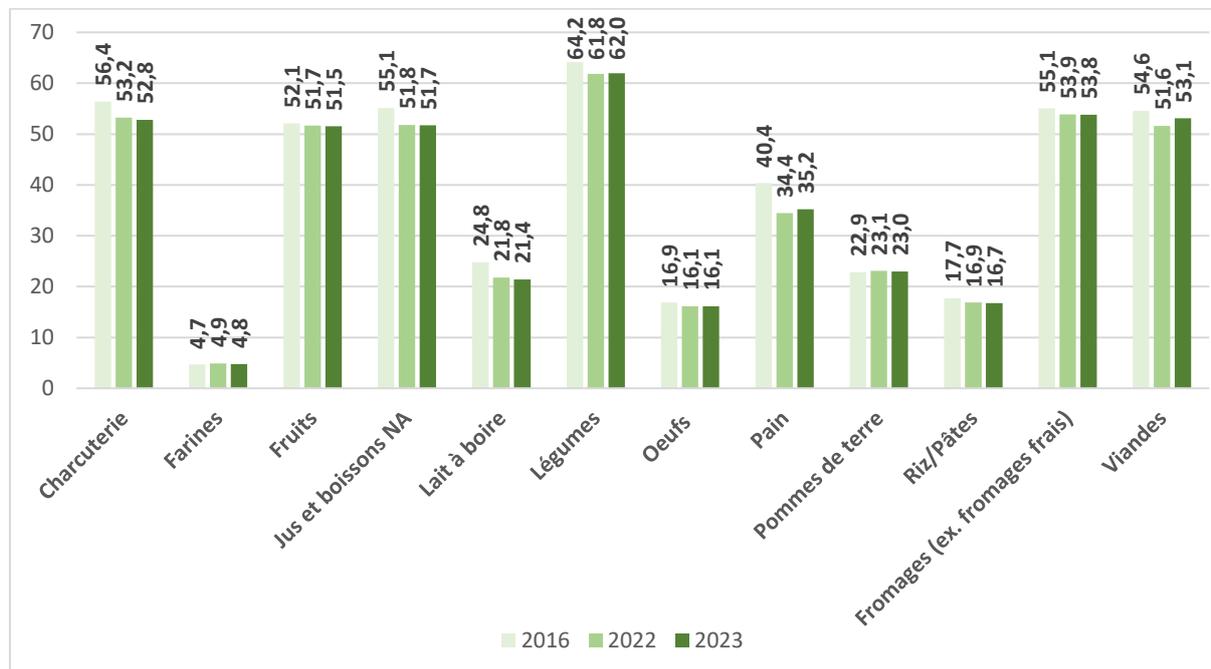
## La fréquence d'achat par catégorie alimentaire

Au cours de l'année 2023, il s'avère que les légumes sont la catégorie alimentaire pour laquelle les Wallons ont fait le plus d'achats, avec 62 achats en moyenne (+0,2% par rapport à 2022). Seuls la viande (+3%, 53,1 achats en moyenne) et le pain (+2,2%, 35,2 achats) voient leur fréquence d'achat en hausse. Les achats d'œufs restent stables (16,1 achats en moyenne). Les autres catégories sont en baisse (inférieures à 1% de diminution), à l'exception du lait (-1,8%, 21,4 achats) et de la farine (-3,3%, 4,8 achats).

Les tendances à la diminution observées plus particulièrement pour les farines et le lait, que cela soit en termes de volumes achetés ou de dépenses, sont corrélées à une diminution de la fréquence d'achat. La tendance pour les farines est toutefois assez récente puisqu'en comparaison à 2016, la fréquence d'achat reste plus élevée (+1,5%). Seules les pommes de terre ont vu leur fréquence d'achat augmenter sur cette période (+0,5%), à l'inverse des autres catégories alimentaires.

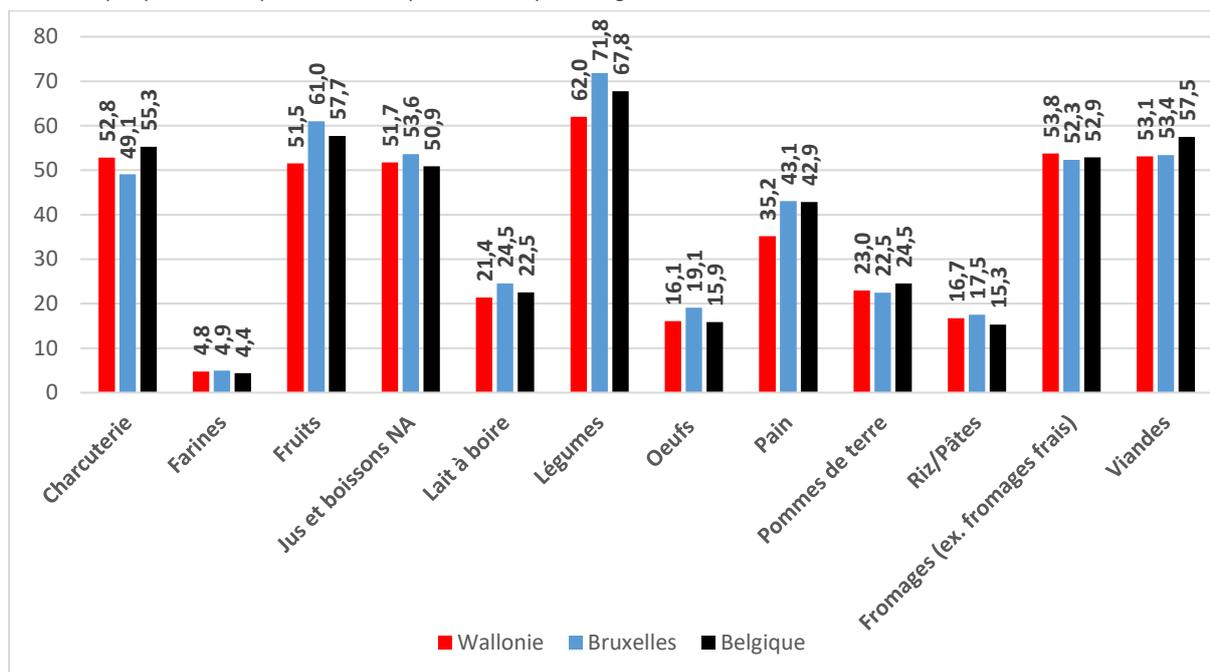
De manière générale, au regard des catégories alimentaires reprises dans ce rapport, les achats en magasins (achats en ligne compris) sont en diminution en Wallonie.

Graphique 13 : Evolution de la fréquence d'achat par habitant par catégorie alimentaire en Wallonie  
Années 2016-2022-2023



En plus de ce constat, de manière générale, les fréquences d'achats en produits alimentaires sont plus faibles en Wallonie qu'à Bruxelles et qu'en Belgique. Seuls les fromages constituent la catégorie alimentaire pour laquelle le Wallon se rend le plus souvent en magasin. La différence est d'autant plus marquée pour les fruits et les légumes.

Graphique 14 : Fréquence d'achat par habitant par catégorie alimentaire en Wallonie - Années 2016-2022-2023



## 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 en Wallonie 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 permet de faire ressortir plusieurs éléments :

- Les supermarchés constituent le premier lieu de vente pour l'ensemble des catégories alimentaires. Ils regroupent même plus de la moitié des volumes achetés pour les œufs (52,1%) et le lait (50,2%) ;
- Le hard Discount est le deuxième lieu de vente privilégié, à l'exception pour le pain (il s'agit de la boulangerie avec 20% de part de marché, contre 19,3% pour le Hard Discount) et les farines (catégorie « autre » lieux de vente, avec 22,3%, contre 19,8%).
- Les lieux de vente catégorisés comme circuit court (marché, boucherie, boulangerie/pâtisserie, magasin spécialisé et ferme/éleveur)<sup>5</sup> ne dépassent pas les 10%, à l'exception du pain (21,1%) et de la viande (16,1%), qui s'explique par le lieu de vente spécifique pour ces produits alimentaires (boucherie pour les viandes, boulangerie pour le pain).

Tableau 1 : Part de marché (en volume acheté) par catégorie alimentaire selon les canaux de vente en Wallonie – Année 2023

	Supermarchés	Hypermarchés	Hard Discount	Magasins Bio	Marchés	Boucheries	Boulangeries/ Pâtisseries	Magasins spécialisés	Fermes/ Éleveurs	Achats en ligne	Autres
Charcuterie	45,9%	5,9%	26,3%	0,6%	0,6%	7,2%	0,0%	0,6%	0,3%	1,7%	10,9%
Farines	40,9%	6,5%	19,8%	2,1%	0,2%	0,0%	1,4%	2,1%	1,4%	2,9%	22,3%
Fruits	47,8%	6,0%	24,4%	1,8%	2,6%	0,1%	0,0%	1,8%	2,3%	2,3%	11,4%
Jus et boissons NA	42,3%	5,6%	30,9%	1,1%	0,0%	0,0%	0,0%	1,1%	0,0%	3,0%	16,8%
Lait à boire	50,2%	6,0%	28,9%	0,2%	0,0%	0,0%	0,0%	0,2%	0,2%	3,9%	10,2%
Légumes	48,6%	6,1%	25,5%	1,4%	1,6%	0,1%	0,0%	1,4%	1,6%	2,5%	11,2%
Oeufs	52,1%	6,0%	23,3%	0,5%	0,4%	0,3%	0,1%	0,5%	2,7%	1,9%	11,3%
Pain	40,6%	4,5%	19,3%	0,4%	0,7%	0,1%	20,0%	0,4%	0,1%	0,8%	13,0%
Pommes de terre	47,3%	6,2%	27,9%	1,2%	0,9%	0,3%	0,0%	1,2%	3,1%	2,6%	9,8%
Riz/Pâtes	48,8%	9,8%	20,8%	0,6%	0,1%	0,1%	0,0%	0,6%	0,1%	3,5%	15,3%
Fromages (ex. fromages frais)	46,7%	6,4%	28,4%	1,2%	0,5%	0,5%	0,0%	1,2%	0,3%	2,1%	13,0%
Viandes	49,3%	6,3%	16,7%	0,5%	0,6%	14,1%	0,0%	0,5%	0,9%	1,6%	9,4%

### **Parts de marché (en valeur dépensée)**

En valeur dépensée, pour l'ensemble du secteur alimentaire en Wallonie, le constat est identique à la répartition des parts selon les volumes achetés, à savoir les supermarchés en tête, suivi par le Hard Discount, à l'exception du pain et des œufs. La seule différence provient de la viande où, en valeur dépensée, les boucheries représentent une part de marché plus importante que le Hard Discount (18,3% contre 14,3%).

En analysant la part de marché des grandes et moyennes surfaces (GMS, regroupant les supermarchés, les hypermarchés et le Hard Discount), il s'avère que le lait est la catégorie où la part de marché est la plus conséquente, avec 83,6%, a contrario de la viande (67,2%), du pain (57,1%) et de la farine (56,3%). Pour les autres catégories, les GMS regroupent 75% ou plus de part de marché.

<sup>5</sup> Cette 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 » (Définition du SPW), et de la corrélation entre le circuit court et les différents lieux de vente faite par le consommateur Belge francophone (classification basée sur l'étude portant sur les circuits court réalisée par l'Apag-W en 2023).

Pour les lieux de vente catégorisés en circuit court, la part la plus élevée est pour le pain (27,8%), suivi par les produits carnés (20,6% pour la viande et 10,9% pour la charcuterie).

Pour les magasins bio, leur part de marché selon la catégorie alimentaire est plus élevée pour les farines (3,1%), les fruits (2,3%) et les fromages (2%).

Tableau 2 : Part de marché (en valeur dépensée) par catégorie alimentaire selon les canaux de vente en Wallonie  
Année 2023

	Supermarchés	Hypermarchés	Hard Discount	Magasins Bio	Marchés	Boucheries	Boulangeries/ Pâtisseries	Magasins spécialisés	Fermes/ Éleveurs	Achats en ligne	Autres
Charcuterie	46,4%	6,7%	21,9%	0,8%	0,8%	8,8%	0,0%	0,8%	0,4%	1,7%	11,9%
Farines	41,4%	5,6%	9,3%	3,1%	0,3%	0,0%	2,1%	3,1%	2,0%	2,7%	28,1%
Fruits	47,1%	5,9%	21,6%	2,3%	3,4%	0,1%	0,0%	2,3%	3,0%	2,2%	12,4%
Jus et boissons NA	48,1%	7,7%	20,6%	1,7%	0,0%	0,0%	0,1%	1,7%	0,1%	4,0%	17,0%
Lait à boire	50,4%	6,7%	26,5%	0,3%	0,0%	0,0%	0,0%	0,3%	0,2%	3,9%	11,4%
Légumes	49,2%	6,1%	22,2%	1,7%	1,9%	0,3%	0,0%	1,7%	1,9%	2,5%	12,4%
Oeufs	52,5%	6,8%	20,2%	0,6%	0,6%	0,4%	0,1%	0,6%	3,3%	1,9%	11,6%
Pain	39,0%	4,7%	13,4%	0,4%	1,1%	0,1%	26,1%	0,4%	0,1%	0,8%	13,2%
Pommes de terre	49,8%	6,6%	23,3%	1,2%	1,0%	0,9%	0,0%	1,2%	1,9%	2,9%	11,5%
Riz/Pâtes	54,0%	11,1%	14,3%	0,7%	0,1%	0,1%	0,0%	0,7%	0,1%	3,8%	14,4%
Fromages (ex. fromages frais)	48,3%	7,3%	22,9%	2,0%	0,9%	0,8%	0,0%	2,0%	0,5%	2,2%	13,5%
Viandes	46,7%	6,1%	14,3%	0,5%	0,7%	18,3%	0,0%	0,5%	1,1%	1,7%	9,7%

L'analyse de l'évolution de la part de marché (en valeur dépensée) entre 2022 et 2023 de chaque lieu de vente pour l'ensemble du marché agroalimentaire fait état que:

- Malgré le fait qu'il reste le premier lieu vente en valeur dépensée en Wallonie, la baisse pour les supermarchés est la plus marquée, avec -1,21 points de pourcentage par rapport à 2022. L'année dernière, la part des supermarchés était déjà en baisse (-1,57 points). Les magasins bio sont aussi en diminution, avec 0,52 point. Pour l'ensemble de la GMS, la baisse est de 1,22 points. La hausse du Hard Discount (+0,37 point) ne parvient pas à combler la baisse constatée pour les supermarchés et les hypermarchés ;
- A contrario, la plus forte hausse est observée pour la catégorie « autres » lieux de vente, qui augmente de 1,73 points de pourcentage. Cette hausse est notamment à mettre à l'actif des magasins frontaliers, dont les prix pratiqués (en majorité plus faibles qu'en Wallonie) constitue un atout non négligeable pour les consommateurs, dont le prix est l'élément principal pris en compte dans l'acte d'achat suite à la conjoncture actuelle (guerre en Ukraine, prix de l'énergie, etc.) ;
- Les magasins bio sont en baisse (-0,19 points), mais de manière moins prononcée que l'année dernière (-0,52 point) ;
- Le circuit court est en relative stagnation, avec toutefois des légères divergences selon le lieu de vente (+0,29 point pour les boucheries, -0,19 point pour les fermes) ;
- Les achats en ligne, après plusieurs années de croissance, sont en baisse de 0,31 point.

Graphique 15 : Comparaison des parts de marché (en valeur dépensée) pour l'ensemble du secteur alimentaire en Wallonie  
Années 2022 et 2023



## Annexe

Graphique 1 : Evolution du % de ménages achetant des produits alimentaires en Wallonie – Années 2016-2022-2023

Graphique 2 : Evolution des volumes totaux achetés par catégorie alimentaire en Wallonie, en millions de litres, kg ou pièces – Années 2016-2022-2023

Graphique 3 : Part de marché (en volume acheté) de chaque région belge par catégorie alimentaire – Année 2023

Graphique 4 : Evolution des volumes moyens achetés par wallon par catégorie alimentaire, en litre, kg ou pièce - Années 2016-2022-2023

Graphique 5 : Volumes achetés par habitant par catégorie alimentaire selon la zone géographique - Année 2023

Graphique 6 : Evolution des dépenses par catégorie alimentaire en Wallonie (en millions d'€) – Années 2016-2022-2023

Graphique 7 : Evolution de la part de marché (en valeur dépensée) de chaque région belge pour le secteur alimentaire – Années 2016-2022-2023

Graphique 8 : Part de marché (en valeur dépensée) de chaque région belge par catégorie alimentaire – Année 2023

Graphique 9 : Evolution des dépenses par wallon par catégorie alimentaire en Wallonie Années 2016-2022-2023

Graphique 10 : Dépenses par habitant par catégorie alimentaire selon la zone géographique - Années 2016-2022-2023

Graphique 11 : Evolution du prix moyen par catégorie alimentaires en Wallonie (€/litre-kg-pièce) - Années 2016-2022-2023

Graphique 12 : Prix moyen par catégories alimentaires selon la zone géographique (€/pièce) - Année 2023

Graphique 13 : Evolution de la fréquence d'achat par habitant par catégorie alimentaire en Wallonie Années 2016-2022-2023

Graphique 14 : Fréquence d'achat par habitant par catégorie alimentaire en Wallonie - Années 2016-2022-2023

Graphique 15 : Comparaison des parts de marché (en valeur dépensée) pour l'ensemble du secteur alimentaire en Wallonie - Années 2022 et 2023

Tableau 1 : Part de marché (en volume acheté) par catégorie alimentaire selon les canaux de vente en Wallonie – Année 2023

Tableau 2 : Part de marché (en valeur dépensée) par catégorie alimentaire selon les canaux de vente en Wallonie - Année 2023

# Contacts & informations

**Clément Manguette**

*Chargé de communication*

081 84 89 41

[c.manguette@apaqw.be](mailto:c.manguette@apaqw.be)

**Julien Capozziello**

*Responsable - statistiques*

[j.capozziello@apaqw.be](mailto:j.capozziello@apaqw.be)

**Catherine Timmermans**

*Analyste - statistiques*

[c.timmermans@apaqw.be](mailto:c.timmermans@apaqw.be)

**Antoine Romain**

*Graphisme et mise en page*

[a.romain@apaqw.be](mailto:a.romain@apaqw.be)

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



Scannez  
ce QR code

*Éditeur responsable*

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



Observatoire  
de la Consommation

**apaqw**.be