

HET BELANG VAN CONVENIËNTE DE FOODSERVICE IN BELGIE

POSTCORONA: UPDATE



FOOD *in* MIND
Helping companies grow
in Foodservice

Powered by



Juni 2020.
Eddy Bovijn

1. Doel van deze studie

2. Gehanteerde methodologie
3. Convenience in cijfers
4. Achtergrond bij de cijfers per subsector
5. Conclusie en trends
6. Postcorona: update gegevens 06 2020

Het doel van deze studie is om het belang van “convenience/kant en klaar” in kaart te brengen binnen de Belgische Foodservicemarkt op 06 2020

Daarbij focussen we op het belang en verklaringen van convenience op verschillende vlakken :

- **binnen de verschillende deelsectoren** van:
 - social catering : zorg – onderwijs – bedrijven
 - commercial catering : hotel - F&B Entrepreneurs(traiteurs-caterars-events-home delivery) – ketenrestaurants & autosnelwegen - recreatie - expo –transportcatering
- **naargelang Type 1** (voorgegaard vis/vlees) - **Type 2** (voorgegaard vlees/vis met bereide saus en/of groenten) - **Type 3** (=Type 2 & zetmelen : aardappelen-pasta),
- **aard van gerechten** binnen convenience: vis/vlees/veggie/schepschotel
- **de motivatie tot gebruik van convenience** (tekort aan personeel - tijdsbesparing bij productie - constante kwaliteit - snelheid bij service)
- **het volume (potentieel) kant & klaar/convenience per segment** op basis van het aantal tickets/warme maaltijden – de foodcost - % k&k bereidingen –belang vers/diepvries –totaal volume

Verder bekijken we **de trends voor de toekomst** en bekijken we de invloed van convenience op de tewerkstelling, de producenten- en de keukeninfrastructuur en –apparatuur

In het laatste deel actualiseren we de veranderingen van maaltijden volgens **estimatie 06 2020 (*)** naar 2020-2021 en het gebruik van convenience producten binnen deze verschillen de segmenten

- (*) **120 operators: zie pagina 5**
- **Research IVOX-Food in Mind: impact van Corona op de Belgische Foodservicemarkt 05 2020**

1. Doel van deze studie

2. Gehanteerde methodologie

3. Convenience in cijfers

4. Achtergrond bij de cijfers per subsector

5. Conclusie en aanbevelingen

6. Postcorona: update gegevens 06 2020

Deze studie kwam tot stand op basis van **gesprekken** met bevoorrechte getuigen uit de foodservice sector. **Meer dan 120 operators** werden zowel telefonisch als persoonlijk **gecontacteerd** en ondervraagd over hun ervaringen. Zowel nationale ketens als lokale spelers werden gecontacteerd binnen de verschillende deelsegmenten van social catering en commercial catering.

Deze gesprekken vonden face to face en telefonisch plaats van **juni t.e.m. september 2019**.

De update gegevens dateren van **mei-juni 2020**

Social catering: 48 contacten, ondermeer

Zorg - kortverblijf :

AZ Sint Jan Brugge- Isosl Liege - UZ Gasthuisberg – Ter Duinen
Nieuwpoort- AZ Alma Eeklo – ST Andries Ziekenhuis Tielt.

Zorg - Lang verblijf:

L'Esplanade Ath - Orpea Uccle (keten) – Armonea Mechelen (keten) –
Veresto Olen – Militza Oostakker – Campus Asster St Truiden

Bedrijven & overheid :

Covestro - VRT- Fortis BXL – Duo Catering-
Green Kitchen - Atlas Copco Wilrijk - Huis van de Arbeid Brussel- Fedorest
Ministerie Financiën

Onderwijs :

Institut Sacré-Coeur Nivelles- Université Louvain La Neuve - Vrije
Universiteit Brussel - Bimsem Mechelen - College Paters Jozefieten Melle -
Tehuis voor Schipperskinderen Antwerpen – Alma Leuven

Nationale cateraars :

actief in al deze segmenten: waaronder nationale cateraars (ISS Catering – Belgocatering – Prorest- andere)

Commercial catering: 72 contacten, waaronder

Hotels :

Entegra Belgium - Ramada Woluwé – Novotel Zaventem - Gosset
Hotel/Flanders Group - NHotel Brussel- Les Tanneurs Namur- VanderValk
Nivelles - Mercure Oostende - Aldhem Hotel Grobbendonk

Expo :

La Boutique Alimentaire - Tours & Taxi_Marie & Luigi- Gent Expo -Moresto
Moucron- Kortrijk Expo - Charlies- Expo

Recreatie :

Domaine Provincial de Chevetogne - Technopolis Mechelen – De
westhoek Oostduinkerken - Reigersnest Koksijde - Domein Bosberg
Houthalen

Restaurantketens & wegrestaurants :

Colmar - Ikea - The Lodge Group - Den Eyck – Makro Zaventem –Autogrill -

Transport: Camden Food/Brussels South – Belair/Oostende –
SNCB/Brussel Zuid

F&B Entrepreneurs :

Diner Privé GrootBijgaarden - Traiteur Lombaerts Beveren - Traiteur Du
Parc Neder over Heembeek - The Catering cie Boortmeerbeek – Traiteur
Magnus Antwerpen – Carpe Diem Tongeren - Darwin Forest - Traiteur
Robiette Nivelles – Le Pavillon Imperial La Louvier
HK Traiteur Antwerpen

1. Doel van deze studie
2. Gehanteerde methodologie
- 3. Convenience in cijfers**
4. Achtergrond bij de cijfers per subsector
5. Conclusie en aanbevelingen
6. Postcorona: update gegevens 06 2020



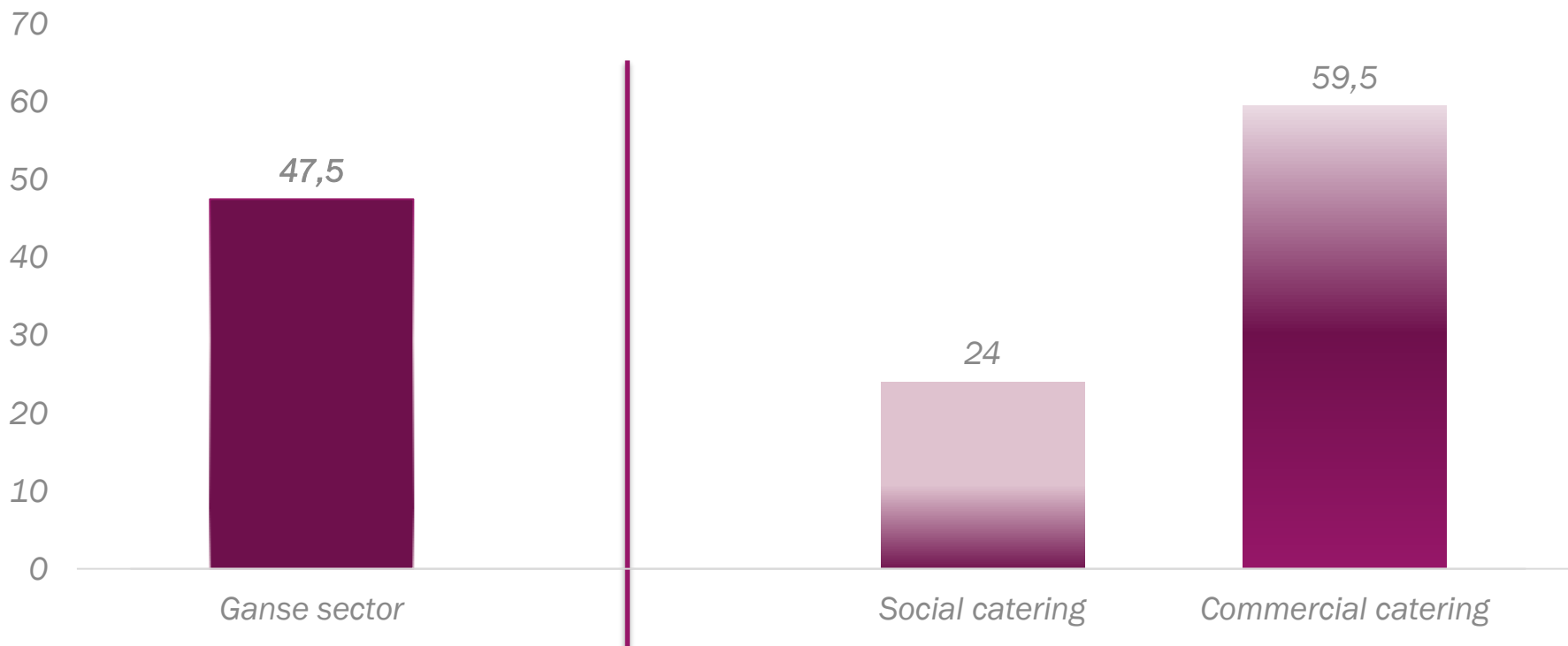
Belang van convenience in food service

- Belang van convenience in social catering
 - *Health - B&I - Education -*
- Belang in Commercial catering
 - *Hotel - F&B Entrepreneurs - ketenrestaurants & autosnelwegen - recreatie - expo - transportcatering -*



Het belang van convenience kan niet genoeg worden benadrukt. In bijna een op de twee maaltijden bereid binnen foodservices wordt gebruik gemaakt van convenience producten. Binnen de social catering gebruikt men dit in één op de 4 maaltijden, in commercial catering zelfs in 6 op 10 van de maaltijden.

*In welke mate maakt u gebruik van convenience producten ?
(in % aantal maaltijden)*





Motivatie voor convenience

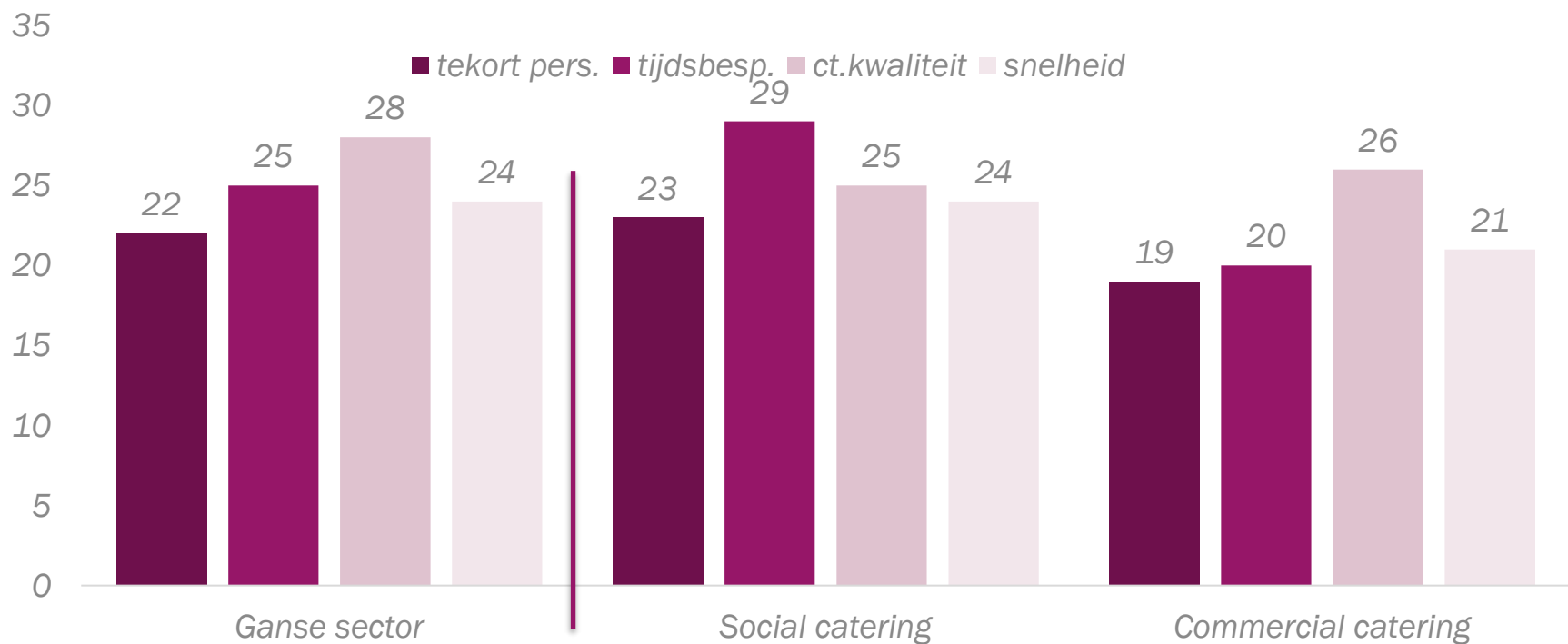
(per sub sector)

- Tekort aan personeel
- Tijdsbesparing in de keuken
 - Constante kwaliteit
- Snelheid in bediening



De belangrijkste reden om in te zetten op convenience is de garantie op een meer costante kwaliteit. Binnen het social segment wordt ook gekeken naar het voordeel in tijdsbesparing binnen het productieproces.

Welke zijn de redenen om convenience producten te gebruiken?





Type Convenience

(per subsector)

Type 1: voorgedaard vlees/vis

Type 2: voorgedaard vlees/vis & saus en/of groenten

Type 3: kant & klare maaltijd (Type 2 & zetmelen)





Belang naar producten

(per subsector)

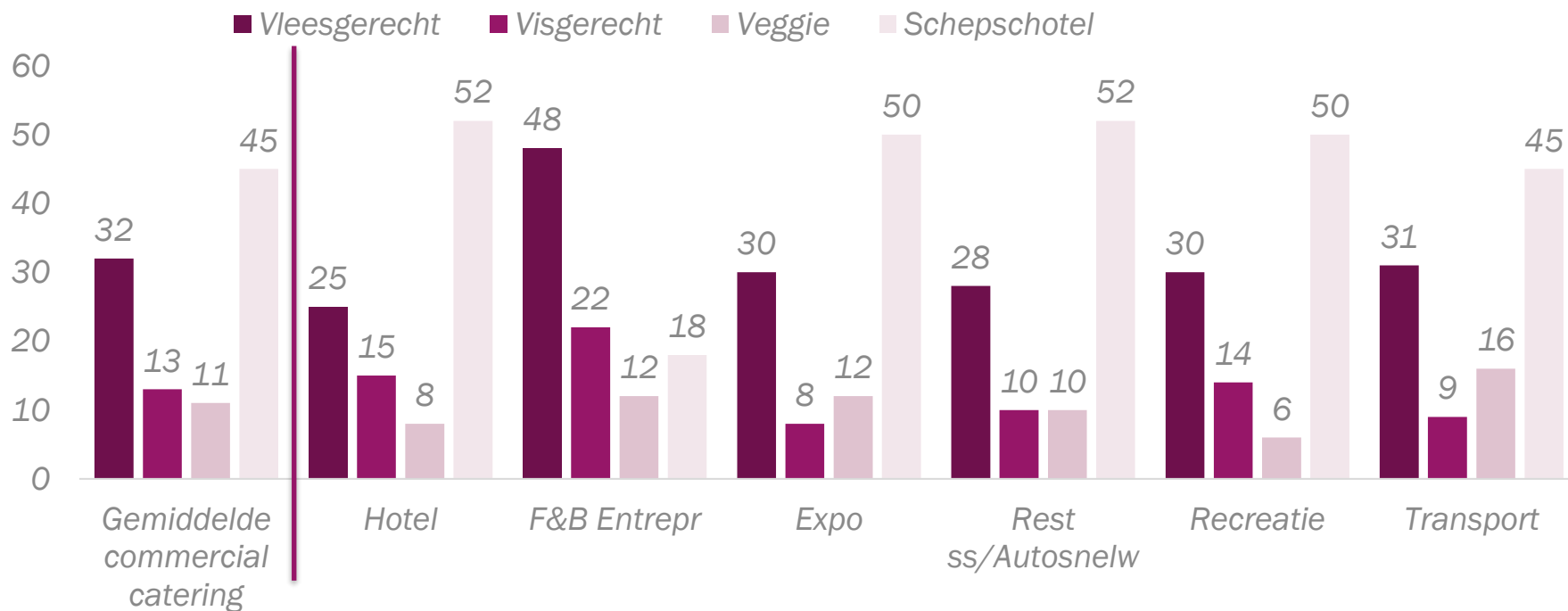
- Vleesgerecht
- Visgerecht
- Veggie
- Schepschotel



Belang van producten binnen convenience in commercial catering

Uitgezonderd bij F&B Entrepreneurs betekenen schepschotels meer dan de helft van convenience gebruik
Veggie is nog van betekenis bij de F&B Entrepreneurs (ook vis) en binnen transport
Bij traiteurs en eventmanagers betekent voorgedaard vlees meer dan de helft van kant en klaar

% belang van producten binnen convenience





Marktopportunities kant en klare maaltijden in tonnage

(per subsector)



Inschatting tonnage kant en klaar

Op basis van de gegevens die we verzameld hebben in vorige studies kunnen we ook een inschatting maken van de **tonnage** voor kant en klare maaltijden per subsector en voor de totale food service sector.

We berekenen deze als volgt:

Stap 1 : we vertrekken vanuit het aantal **tickets** per subsector.

Stap 2 : vervolgens nemen we het **percentage** warme maaltijden hierin;

zo komen we aan het **totaal aantal warme maaltijden**

Stap 3: dit vermenigvuldigen we met de **gemiddelde** foodcost per warme maaltijd.

Zo komen we aan de **totale foodcost**

Stap 4: hiervan nemen we het % **opgegeven** kant en klaar bereidingen

Stap 5: dit delen we met de **gemiddelde opgegeven** kost per ton.

Resultaat: Zo komen we aan het **totale tonnage** voor de subsector

Voorbeeld B&I sector

119,7 miljoen

*

59%

=

70,62 miljoen

*

2,7 euro

=

190,7 miljoen Euro

*

20%

/

6,5 Euro/kg

=

5.867 ton

1. Doel van deze studie
2. Gehanteerde methodologie
3. Convenience in cijfers
- 4. Achtergrond bij de cijfers per subsector**
5. Conclusie en aanbevelingen
6. Postcorona: update gegevens 06 2020

1. Doel van deze studie
2. Gehanteerde methodologie
3. Convenience in cijfers
4. Achtergrond bij de cijfers per subsector
5. Conclusie en trends
6. Postcorona: update gegevens 06 2020

1. Doel van deze studie
2. Gehanteerde methodologie
3. Convenience in cijfers
4. Achtergrond bij de cijfers per subsector
5. Conclusie en trends
6. Postcorona: update gegevens 06 2020



Postcorona Update gegevens 06 2020(*)

Kwalitatief:

- verklaringen van de actuele toestand van de catering per sector en ontwikkelingen

Kwantitatief:

- estimatie omzet catering 2020/2019 per sector/segment
- estimatie omzet catering 2021/2020 per sector/segment
- estimatie % verandering gebruik convenience type 1 - type 2 - type 3 per sector/segment

(*)basis 1: 120 operators – zie pagina 5

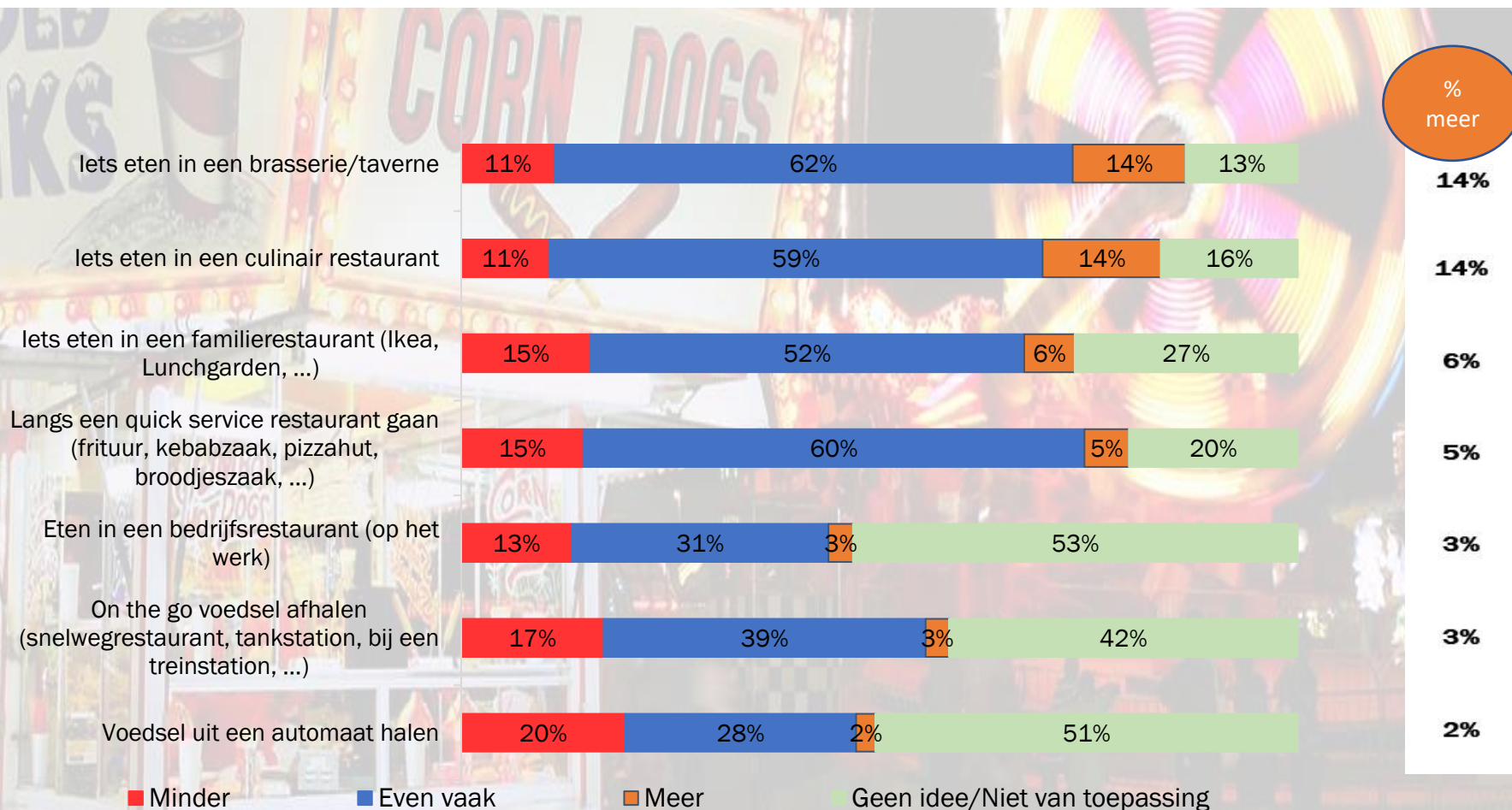
Basis 2: researchdocument: impact van corona op de Belgische foodservicemarkt –iVOX-Food in mInd 26 05 2020



- Sinds 18 maart zijn we nu ongeveer 3 maand ouder en wijzer geworden.
- **Niemand had de nefaste draagwijdte** van dit coronavirus in onze sector durven inschatten
- Ondanks eerdere signalen uit het buitenland zijn de **meeste operators in snelheid genomen**
- Na 3 maand maken we een stand van zaken **en estimaties naar de nabije (2020) en verdere toekomst (2021)**
- Bij de verkregen informatie gaan de sprekers/respondenten ervan uit dat er **geen tweede golf komt en medio volgend jaar ons “vaccin” zeker is toegediend.**
- Indien niet, zijn wij genoodzaakt deze update opnieuw te actualiseren
- **Hierna volgen een aantal citaten van experts in de sector (key-players)**
- Hiermee worden de meest relevante tendensen weergegeven binnen de horeca en cateringwereld

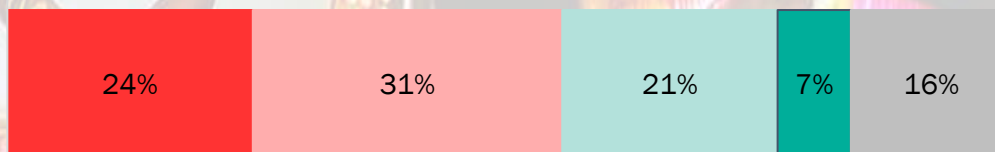
- Tevens zijn estimaties en previsions de resultante van deze gesprekken
- Zowel cijfermatige (kwantitatieve) als kwalitatieve informatie werd meegedeeld
- Sommige organisaties en sectoren **halen vlug hun achterstand in**; voor anderen wordt het **nooit meer als voordien.**
- Ook actuele informatie uit ons recent **onderzoek “de impact van de coronacrisis op Foodservices van 26 05 2020 (iVOX & Food in Mind) “** onderbouwt de meeste van deze citaten.
- Bij verliezers horen **ook winnaars: “Convenience”** wordt een versneld proces binnen de overlevingsdrang van vele operators
- Het doel van deze update is zowel een estimatie te geven van de marktwijzigingen als veranderingen van het hieraan gekoppeld gebruik van de convenience producten en concepten
- Food in Mind wenst hierbij dan ook elkeen te danken voor de **eerlijke en transparante info omtrent de “slechte” toestand** binnen de eigen business.

Bent u van plan om onderstaande zaken **meer of minder** te doen **na de coronacrisis** dan voor de coronacrisis

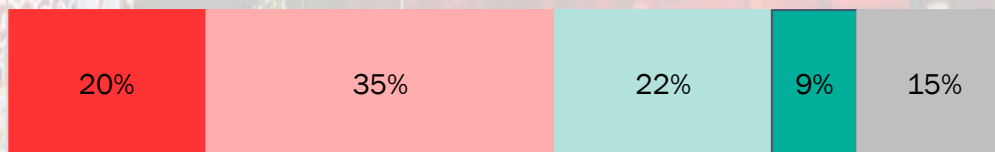


In welke mate gaat u akkoord met onderstaande uitspraken?

Ik ben tijdens de coronacrisis meer geneigd om een voorverpakt product te kiezen dan een artisanaal product (vb. cake)



Ik zal nu niet snel producten kopen die niet verpakt zijn



■ Helemaal niet akkoord ■ Eerder niet akkoord ■ Eerder wel akkoord ■ Helemaal akkoord ■ Geen mening



Previsie omzet catering 2020/2019 = -19%
Estimatie omzet catering 2021/2020 = +6%

- **Bezoekers worden niet meer toegelaten** in de zorgcentra, de consumptie van het personeel valt terug op één derde
- **Social distancing** beperkt de ruimte voor het aantal bezoekers en personeel (soms gehalveerd). Vele campussen geven prioriteit aan F&B voor het personeel en zoeken alternatieve oplossingen voor bezoekers (vending-delivery-consumptie buiten de instelling)
- Binnen kort verblijf zijn **de doelstellingen**:
 - kansen op besmettingen vermijden
 - reductie van manipulatie in de keuken
 - personeelsbezetting (= externe bubbel) verminderen
- **Wij verwachten minder bezoek van het personeel** in de cafetaria omdat zij niet meer worden toegelaten in beroepskledij (tijdsverlies omkleden)

Op onze Covid afdelingen worden voor het personeel gratis eenpersoonsmaaltijden geleverd (gezien de beperkte mobiliteit van de werknemers)

Thuiswerk in onze sector is minder evident. Momenteel wordt een deel van het keukenpersoneel ingezet voor andere taken /in andere afdelingen (cleaning, naaiatelier,...) Binnen onze wooncentra is er extra volk voor de individuele bediening van de residenten –(i.p.v. gemeenschappelijke maaltijden)

Naast de specifieke afdelingen voor Ebola-TBC- andere besmettingen, vanaf nu eveneens de creatie van afdelingen voor CORONA





Intro fee: 1800 euro
(tot eind juni 2020)

Workshop: 2100 euro
(tot eind juni 2020)

Voor verdere info:

Eddy Bovijn
Food in Mind
0496 26 95 75
eb@foodinmind.com

