

Ongeacht de flauwe interesse van consumenten wil Lidl meer plantaardige eiwitten aanprijzen

nieuws

Nadat de Nederlandse supermarkt Jumbo knalpromoties op vlees heeft geschrapt om naar eigen zeggen de transitie van dierlijke naar plantaardige voeding te stimuleren, belooft Lidl België nu ook lagere prijzen voor plantaardige producten en een ruimer aanbod. Met deze maatregelen wil de supermarktketen de stap naar plantaardige voeding laagdrempeliger maken voor iedereen. Een ambitieuze focus, nu uit het recentste eiwitshift-rapport blijkt dat de Vlaming amper plantaardige eiwitvervangers koopt (4%) in verhouding met de dierlijke eiwitten.

2 MEI 2024

Jozefien Verstraete

Lees meer over:
supermarkt
Green Deal



De eiwitshift is een strategie binnen de Europese Green Deal die gericht is op het verminderen van de consumptie van klassieke dierlijke eiwitten en het bevorderen van alternatieve of plantaardige eiwitten in voeding. Zo wordt er gestreefd om tegen 2030 een verhouding van 60 procent eiwitten uit plantaardige producten en 40 procent uit dierlijke producten te bereiken. Uit [een rapport](#) dat het Departement Omgeving van de Vlaamse overheid met hulp van Sciensano en VLAM maakte, kan geconcludeerd worden dat deze transitie erg moeilijk blijkt te zijn. In 2023 haalde de Vlaming zijn eiwitten voor 41,3 procent uit plantaardige voeding en voor 58,7 procent uit dierlijke bronnen.



Vlaming kiest minder veggie dan verwacht: “Veel werk voor de boeg”

Voor de eiwitaankopen werd de evolutie van 2016 ten en met 2022 in kaart gebracht. Hieruit werd duidelijk dat de verhouding tussen plantaardige en dierlijke eiwitaankopen relatief stabiel blijft. De strategie en communicatie rond de plantaardige eiwitten van de eiwitshift is voornamelijk gebouwd rond de zogenaamde ‘plantaardige kerngroep’, producten van plantaardige oorsprong die gezien worden als vervangers voor dierlijke producten en rijk zijn aan eiwitten, denk aan peulvruchten, zaden, noten, pitten en plantaardige alternatieven voor vlees, vis en zuivel.

Het aandeel dierlijke eiwitaankopen daalde amper (1,9%) tussen 2016 en 2022 en de aankoop van de plantaardige restgroep zoals aardappelen, graanproducten, groenten en fruit, bleef hetzelfde. Het aandeel van de plantaardige kerngroep nam wel zeer licht toe (9%), maar blijft met 4 procent van de totale eiwitaankopen in 2022 nog steeds heel beperkt. “We zien in de evolutie van de eiwitaankopen

enkele positieve tendensen, maar deze vertalen zich vooralsnog niet in een sterke wijziging in de

algemene verhouding tussen plantaardige en dierlijke eiwitaankopen”, concludeert het rapport.

Grootste plantaardige bijdragers

Door hun relatief hoge aanbreng in eiwitten, zijn ‘noten, zaden en pitten’ en bijgevolg ook ‘noten- en zadenpasta’s’ de grootste bijdragers van eiwitten in de aankopen van de plantaardige kerngroep. Daarna volgt de categorie ‘plantaardige alternatieven voor zuivel’ (16%), die echter ten opzichte van 2016 (19%) in aandeel moet inboeten. Naast ‘plantaardige drinks’ dragen ‘plantaardige alternatieven voor yoghurt’ het meeste bij in deze productcategorie. De ‘plantaardige alternatieven voor vlees- en vis’ had in 2022 een aandeel van 9 procent procent in de eiwitaankoop.

In de plantaardige kerngroep zitten enkele sterk groeiende producten. Zo is een zeer sterke stijging op te merken van aankopen op eiwitniveau (eiwitten per capita) voor vegan kaas (+304%), vegan ijs (+211%), plantaardige smeersalades en dips (+180%), en plantaardige alternatieven voor vleeswaren (+333%). Een mogelijke verklaring voor deze stijging is dat het aanbod van deze producten sterk veranderd en uitgebreid is.

“**We hopen dat het initiatief van Lidl anderen aanzet om ook duidelijke keuzes te maken**

ProVeg - Veggie- en veganorganisatie

Shift in supermarkt

Dat de Vlamingen van de totale eiwitaankopen slechts vier procent besteden aan de kerngroep van plantaardige eiwitten, kan volgens Lidl te maken hebben met de prijs en het aanbod. De supermarktketen verwijst hiervoor naar een studie die iVox, die zou uitwijzen dat meer dan vier op de tien Belgen (42%) aangeeft dat ze meer vegetarische, of veganistische producten zouden kopen als ze goedkoper waren. Met dit in het achterhoofd wil Lidl nu permanent de prijzen van de plantaardige eiwitproducten verlagen tot het niveau van de dierlijke variant. De supermarktketen streeft ernaar om hiermee tegen 2030 de verkoop van plantaardige eiwitten te verdubbelen, wat zou resulteren in een aandeel van 20 procent. Ook Lidl ziet een zeer licht stijgende tendens in hun verkoopcijfers: waar het aandeel in 2021 op 9,71 procent strandde, werd dit met 0,43 procent verhoogd het jaar erna.

“Door het prijsverschil, of de perceptie ervan, weg te werken en volop in te zetten op een uitgebreider aanbod en de klanten mee te nemen in dit verhaal, neemt Lidl de verantwoordelijkheid als retailer”, reageert veggie-en veganorganisatie ProVeg vzw. “We hopen dat dit anderen aanzet om hier ook duidelijke keuzes in te maken.”

Met dit initiatief volgt Lidl het voorbeeld van Jumbo in Nederland die er de knalpromoties op vlees schrapte en zich inzette om alternatieven aan te prijzen. Pierre-Alexandre Billiet, retailexpert en CEO van Gondola voorspelde toen dat andere spelers hun naam ook aan de eiwitshift zullen willen verbinden. “Mogelijks zal Jumbo in Nederland de plantaardige alternatieven nu veel goedkoper gaan maken en zal het promotieplaatje verschoven worden van vlees naar de vleesvervangers. Iets wat zich ook bij de andere spelers waarschijnlijk zal voordoen: kleinere promo’s op vlees, maar nog extra grotere promoties op vleesalternatieven. Dat zou wel eens de realiteit kunnen worden.” Nu wordt het uitkijken of andere supermarkten Lidl zullen volgen en of het ruimer aanbod en lagere prijzen zich vertalen naar de winkelkar van de consument, die vooralsnog een gewoontedier blijft.



Uitgelicht

Jumbo stopt met knalpromoties op vlees in Nederlandse winkels

nieuws

Supermarktketen Jumbo stopt in Nederland met promoties op vers vlees. De maatregel komt er op vraag van dierenwelzijnsorganisaties. Volgens de supermarkt past de beslissing in...

17 MAART 2024

Lees meer

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1030 Schaerbeek

Contact

T • 0473 59 41 39
M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: <https://www.facebook.com/vilt.nieuws/>
screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our linkedin page: <https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/>
screenreader.visit us on our instagram page: <https://www.instagram.com/vilt.nieuws>

© 2025 VILT vzw, all rights reserved |

[Privacy policy](#)

[Copyright](#)

[Cookie Policy](#)

[Cookie instellingen aanpassen](#)

Webdesign by [Who Owns The Zebra](#)