



EUROPEAN PIGMEAT REFLECTION GROUP

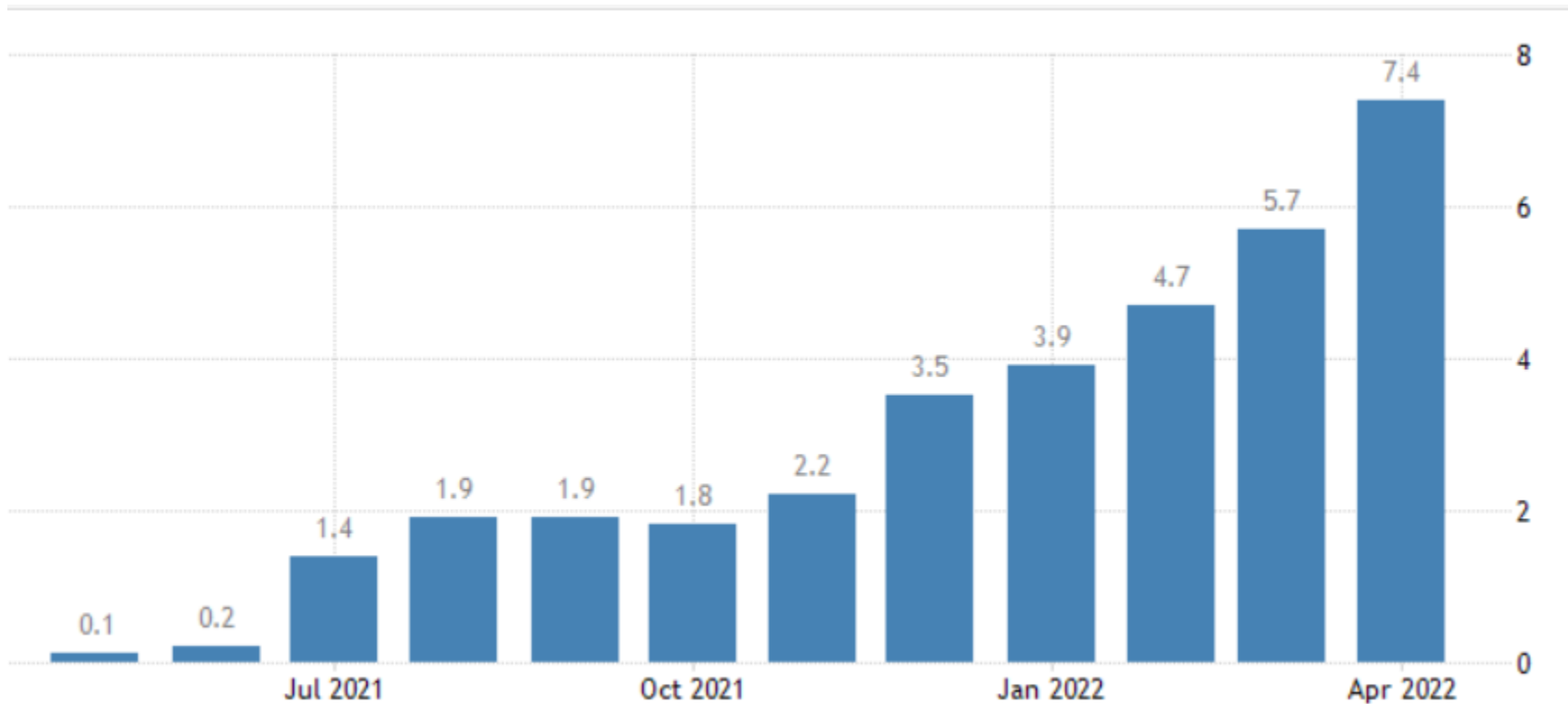
A consumer perspective

25 May 2022

Europe

Difficult economic context

EU food inflation



Source: Eurostat

Europe

Consumer behaviour in times of crisis

Europe
average⁴

More consumers prioritize price

Look for ways to
save money when
shopping

42%

+9

Actively research
for best
promotions

28%

+1

Switch to less
expensive
products to save
money

18%

+1

Buy private-label
products instead
of known brands

14%

+4

Typical trends during inflation crises

Fresh seafood: -18%

Pasta: +20%

Rice: +18%

Canned meat: +20%

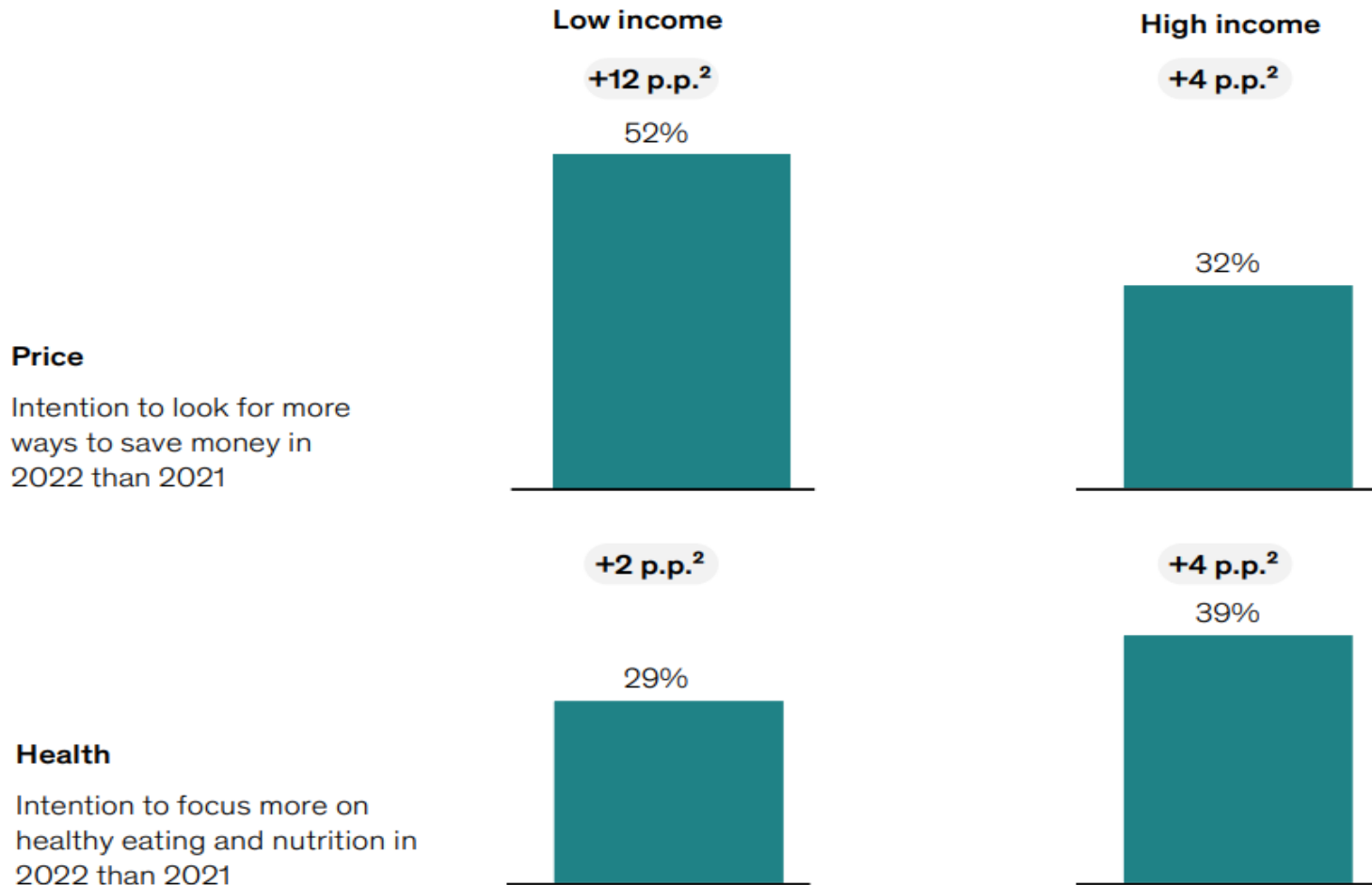
Source: McKinsey, Sole 24 ore

Europe

Healthier eating and sustainability (1)

Net intent¹ of consumers toward grocery shopping in 2022 compared with 2021, European average, %

2022 Change from previous year

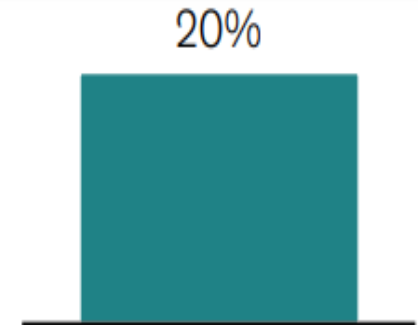
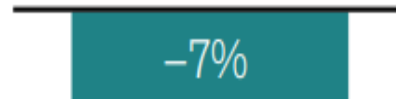


Europe

Healthier eating and sustainability (2)

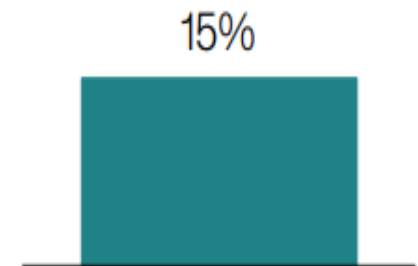
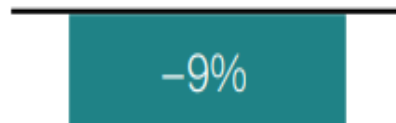
Quality

Intention to buy more high-quality and premium food products in 2022 than 2021



Environment

Intention to pay a higher price to get an environmentally friendlier product in 2022 than 2021



Source: McKinsey

France

French consumers' expectations (1)



La perception des agriculteurs et de leur travail

Q. Êtes-vous d'accord ou pas d'accord avec chacune des affirmations suivantes ?

D'accord

Les agriculteurs ne sont pas assez soutenus par les pouvoirs publics



80%

Je suis prêt à payer plus cher les produits alimentaires issus de la production française



72%

Je suis prêt à payer plus cher les produits alimentaires pour garantir une rémunération plus juste des agriculteurs



71%

Il est possible d'avoir accès à une alimentation saine à des prix raisonnables



70%

Les agriculteurs sont rémunérés à leur juste valeur



18%

Tout à fait d'accord Plutôt d'accord Plutôt pas d'accord Pas du tout d'accord NSP

opinionway pour CALIF

Source : OpinionWay « Les Français, l'agriculture et l'alimentation » – février 2022

France

French consumers' expectations (2)



Le régime alimentaire préféré à l'avenir

Q. Demain, vous aimeriez manger... ?

Oui

Davantage **Naturel** : vous privilégiez des produits bruts aux plats préparés, choisissez des produits de saison, favorisez les producteurs locaux

43%

45%

6%

6%

88%

Davantage de **produits Bio**

21%

42%

18%

18%

1%

63%

Davantage **Flexitarien** : vous réduisez fortement votre consommation de viande animale notamment viande

16%

30%

26%

28%

46%

Davantage **Végétarien** : vous ne consommez pas de viande animale (bœuf, volaille, poisson) du tout

6%

13%

28%

53%

19%

Davantage **Vegan** : vous ne consommez aucun produit alimentaire, textile, cosmétique ou ménager issu des animaux ou de leur exploitation (...)

5%

9%

24%

62%

14%

● Oui, tout à fait

● Oui, plutôt

● Non, plutôt pas

● Non, pas du tout

● NSP

“opinionway pour CALIF

Source : OpinionWay « Les Français, l'agriculture et l'alimentation » – février 2022

France

French consumers' expectations (3)

1 Français sur 2 souhaite réduire sa consommation de viande en 2022 !

En France, les régimes alimentaires qui limitent la consommation de viande ont le vent en poupe. 21% des Français déclarent suivre un régime alimentaire spécifique (flexitarien, pescetarien, végétarien ou végétalien).

Les régimes alimentaires qui ont su convaincre ou intéresser les Français ?



Alors que plus de 2/3 des Français sont intéressés ou suivent déjà un régime flexitarien, près de 2 Français sur 10 ont sauté le pas (ou souhaitent le faire) d'une alimentation 100% végétale !

Source : IFOP – January 2022

France

Period ending 31 December 2021

Product category	volumes (% change) 2021 / 2020	volumes (% change) 2021 / 2019	price (% change) 2021 / 2020	Average prices (€ / kg) / 2021
MEAT	-5,4%	1,3%	1,3%	10,67
Fresh meat	-5,2%	0,3%	1,2%	11,60
Fresh beef	-4,1%	-1,4%	1,7%	15,38
Fresh veal	-4,4%	-3,0%	0,8%	16,29
Fresh lamb	-4,0%	-7,8%	4,4%	16,04
Fresh pork	-8,0%	-1,4%	-3,1%	7,66
Tripe Products	-6,1%	-10,2%	4,8%	9,80
Processed meat, including ground meat	-4,8%	5,0%	1,0%	10,62
Poultry	-6,6%	1,5%	2,5%	8,52
Frozen Meat	-6,7%	10,2%	1,1%	7,54
Ham and other meats	-6,6%	-1,4%	0,5%	11,77

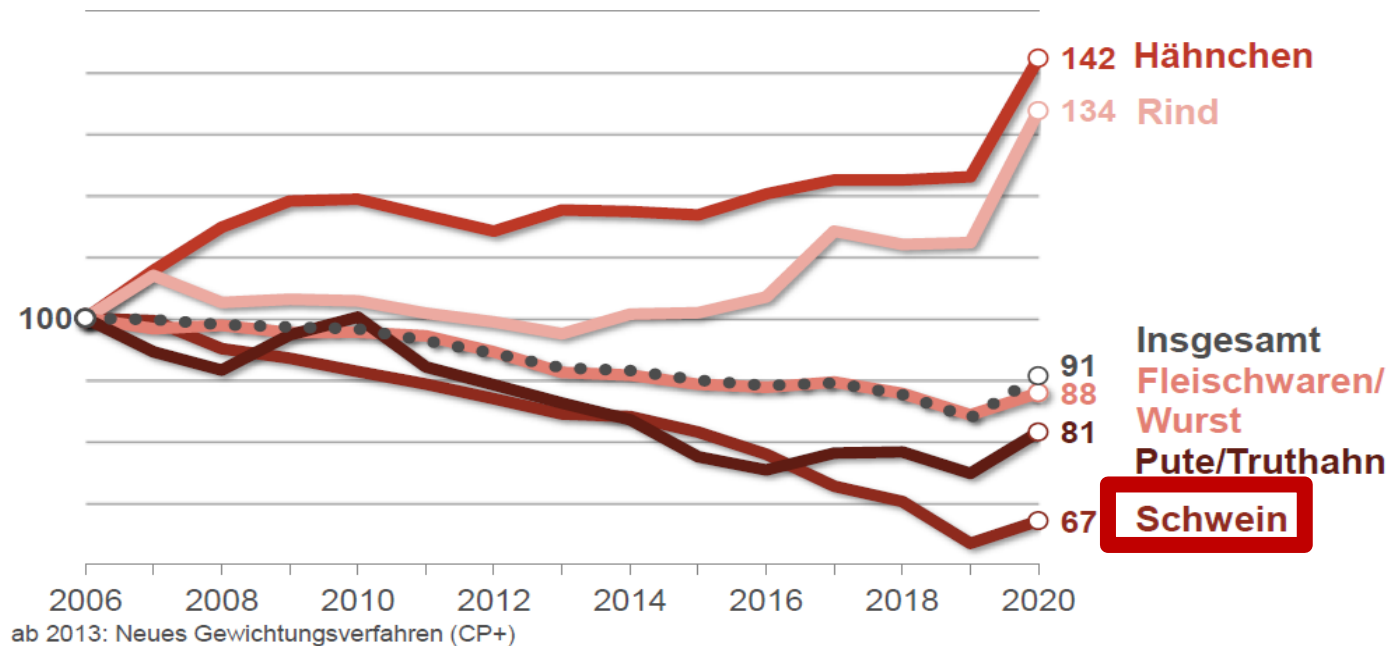
Source: Kantar Worldpanel

Germany

Demand during COVID-19

Nachfrageschub in der Pandemie

Nachfrage privater Haushalte für Fleisch, Fleischwaren/Wurst und Geflügel in Deutschland; Index Einkaufsmenge (2006 = 100)



© AMI 2021/VB-234 | AMI-informiert.de

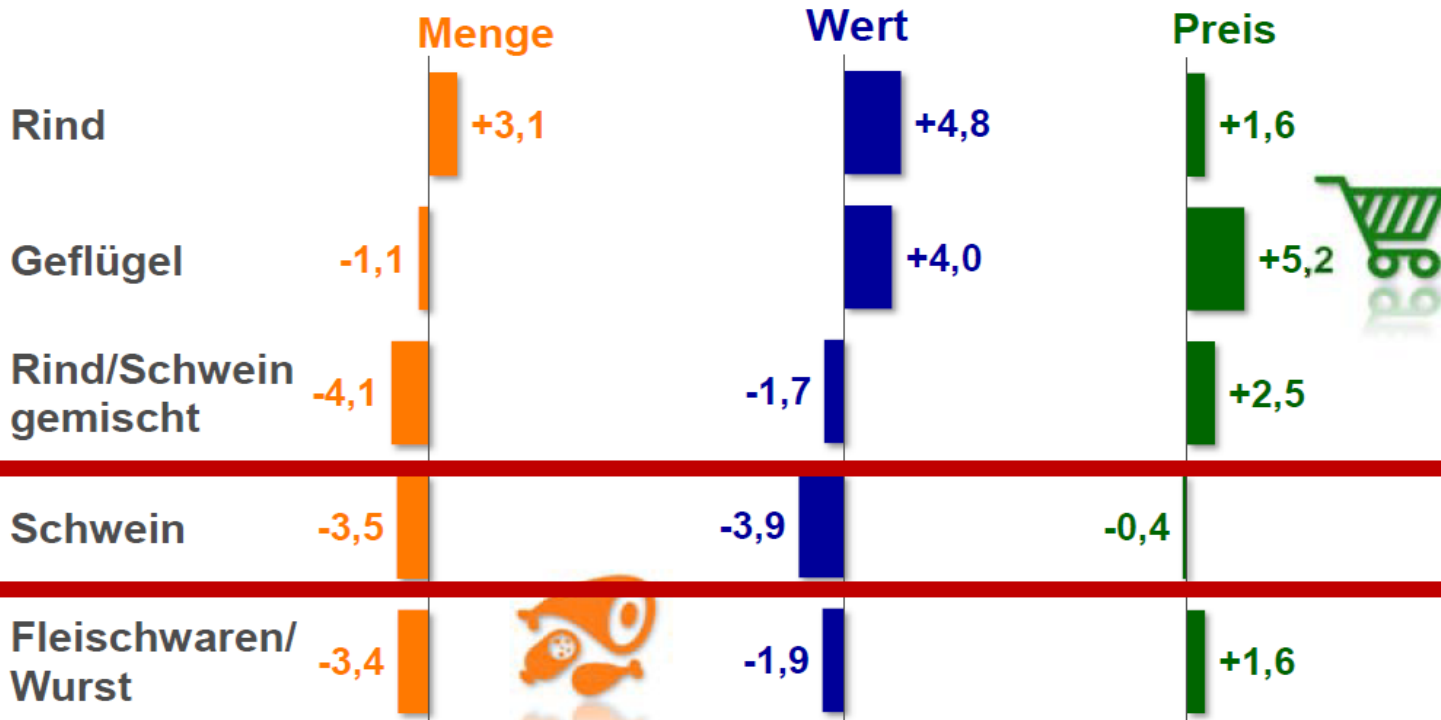
Quelle: AMI nach GfK-Haushaltspanel

Source: AMI

Fleischnachfrage geht zurück

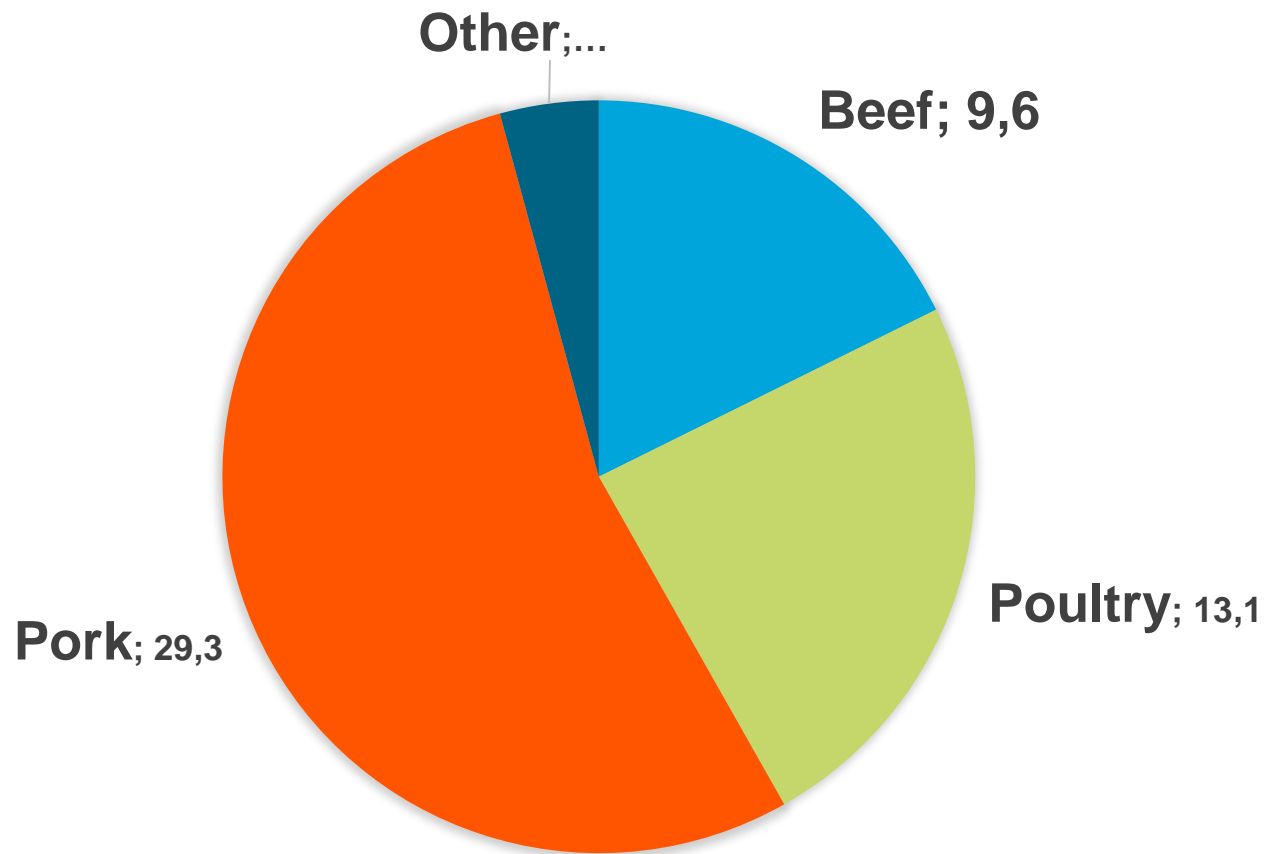


Nachfrage privater Haushalte in Deutschland nach Fleisch, Wurst und Geflügel von Januar bis September 2021, Veränderungen zum Vorjahreszeitraum in %



Germany

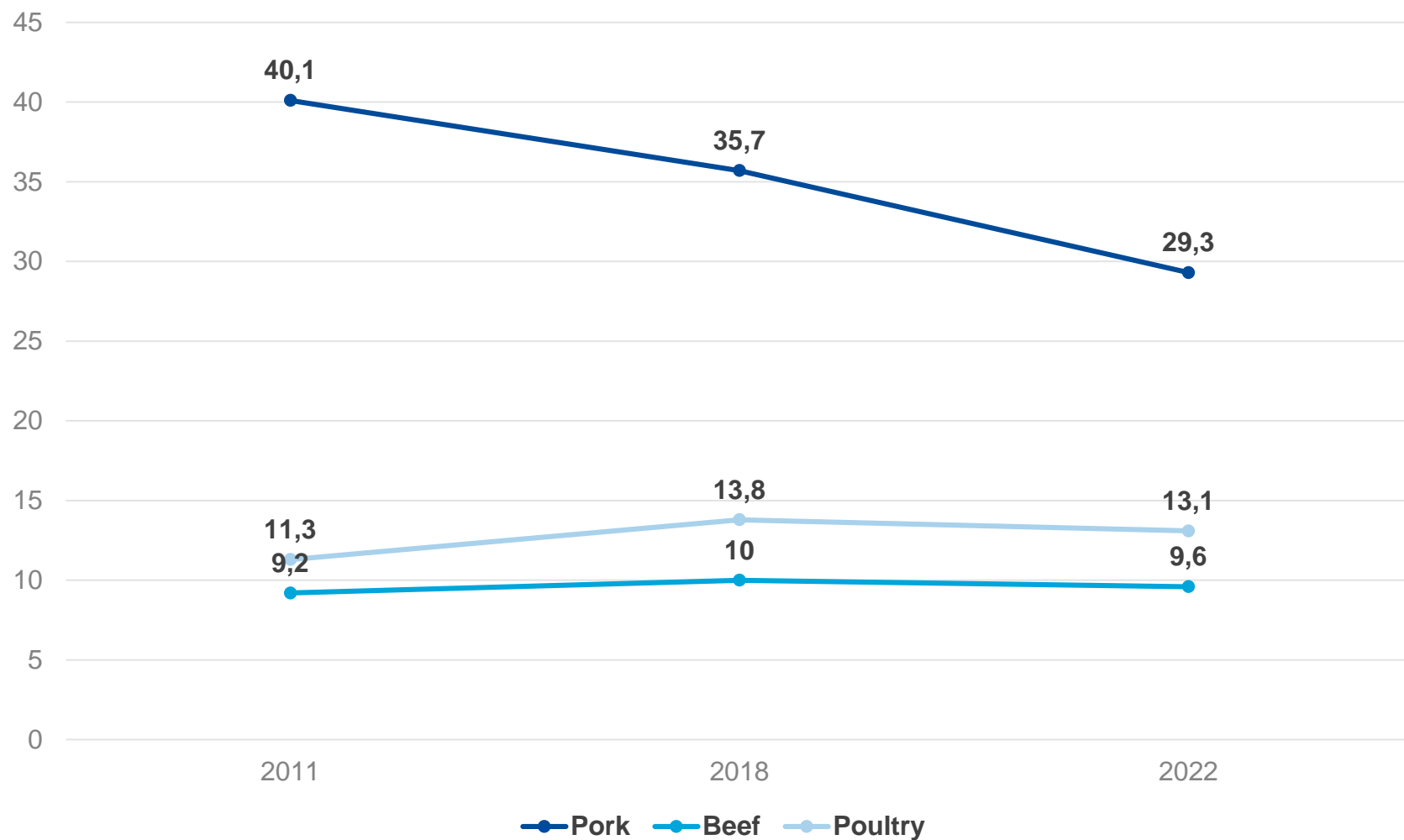
Pro-capita meat consumption in 2022 (in kg)



Source: AMI

Germany

Pro-capita meat consumption (kg) - evolution



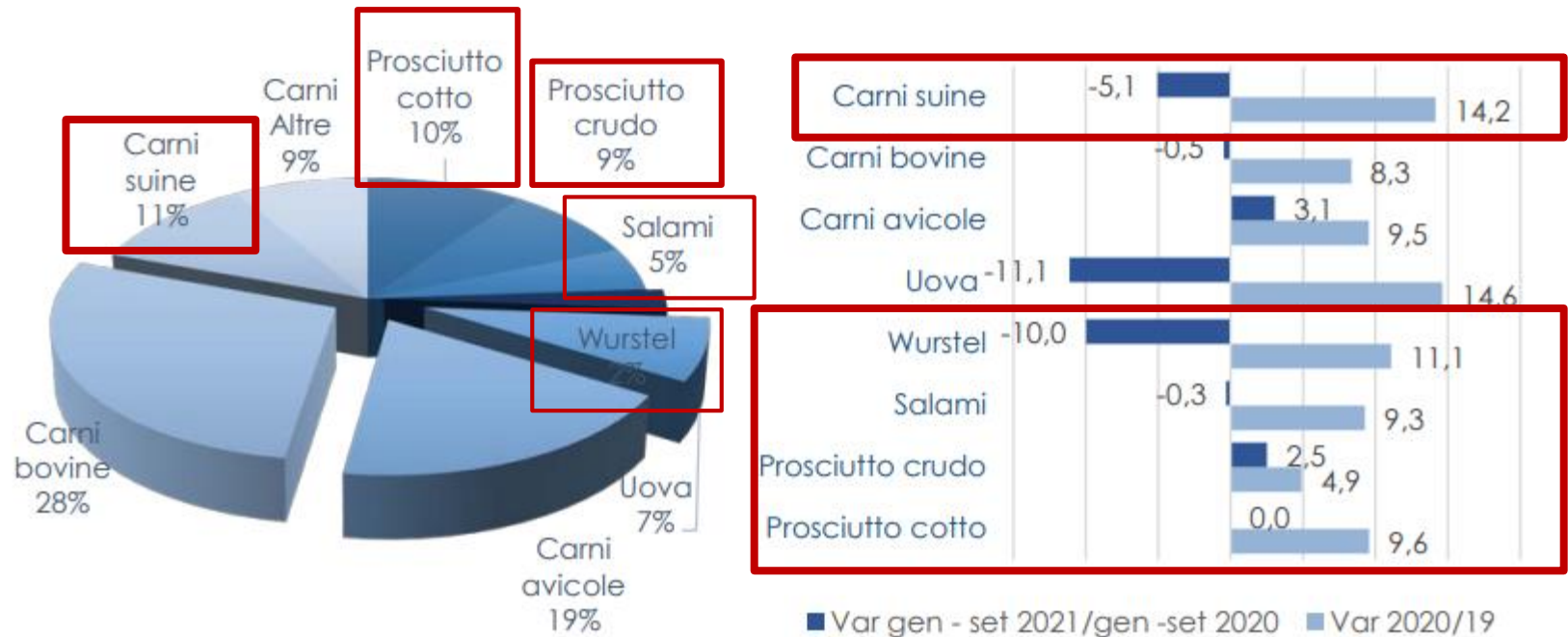
Source: AMI

Italy

Breakdown of meat consumption

The trend was downward for all segments. Note the decline in the consumption of pork (-5.1%) and sausages (-10%).

I prodotti proteici di origine animale — Quote e variazioni della spesa su base annua



Fonte: Ismea-Nielsen

Italy

Meat – 2021 and 1Q2022

Total Modern Retail (*only fixed weight*)

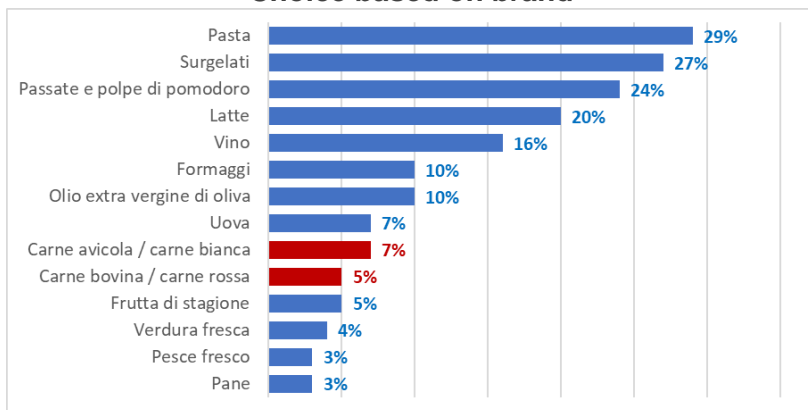
Product category	VALUE (1Q2022 vs. 1Q2021 - % change)	VOLUME (1Q2022 vs. 1Q2021 - % change)
Preserved Meat	+8,4%	+5,8%
Frozen Meat	+3,3%	+1,4%
Fresh Meat (Fixed weight)	+8,8%	+2,2%
<i>Fresh meat</i>	+10,4%	-5,5%
<i>Processed meat - Poultry</i>	+4,5%	-1,2%
<i>Processed meat - Beef</i>	+18,6%	+18,1%
<i>Processed meat - Pork</i>	+6,4%	+4,8%
<i>Processed meat - Horse</i>	+1,5%	-0,3%
Salumi (Fixed weight)	+0,3%	+0,3%
<i>Cold cuts</i>	+2,4%	+4,6%
<i>Sliced</i>	-6,5%	-6,3%
<i>Pre-Cooked</i>	-2,1%	-1,8%

Source: Nielsen – Market Track

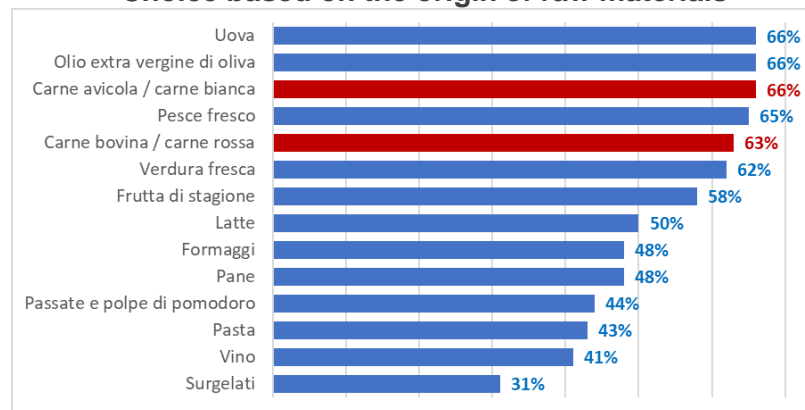
Italy

Purchasing drivers

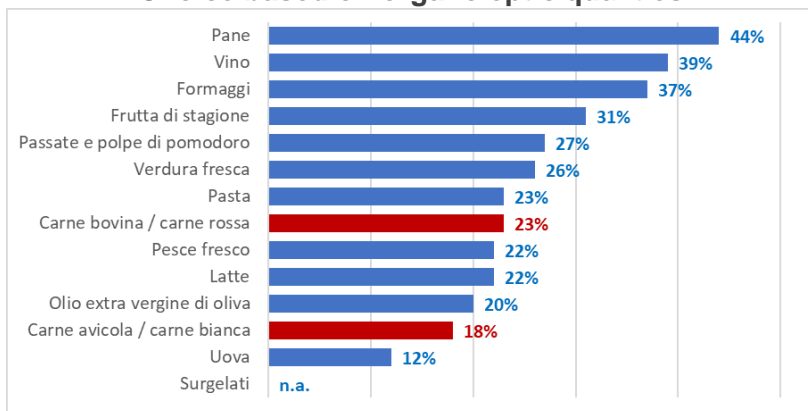
Choice based on brand



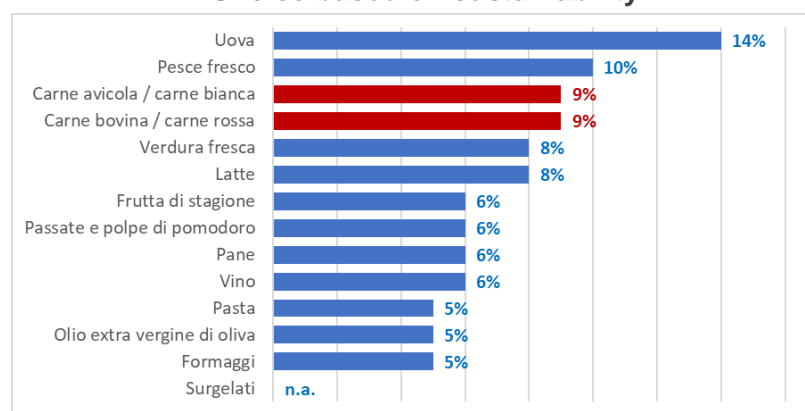
Choice based on the origin of raw materials



Choice based on organoleptic qualities



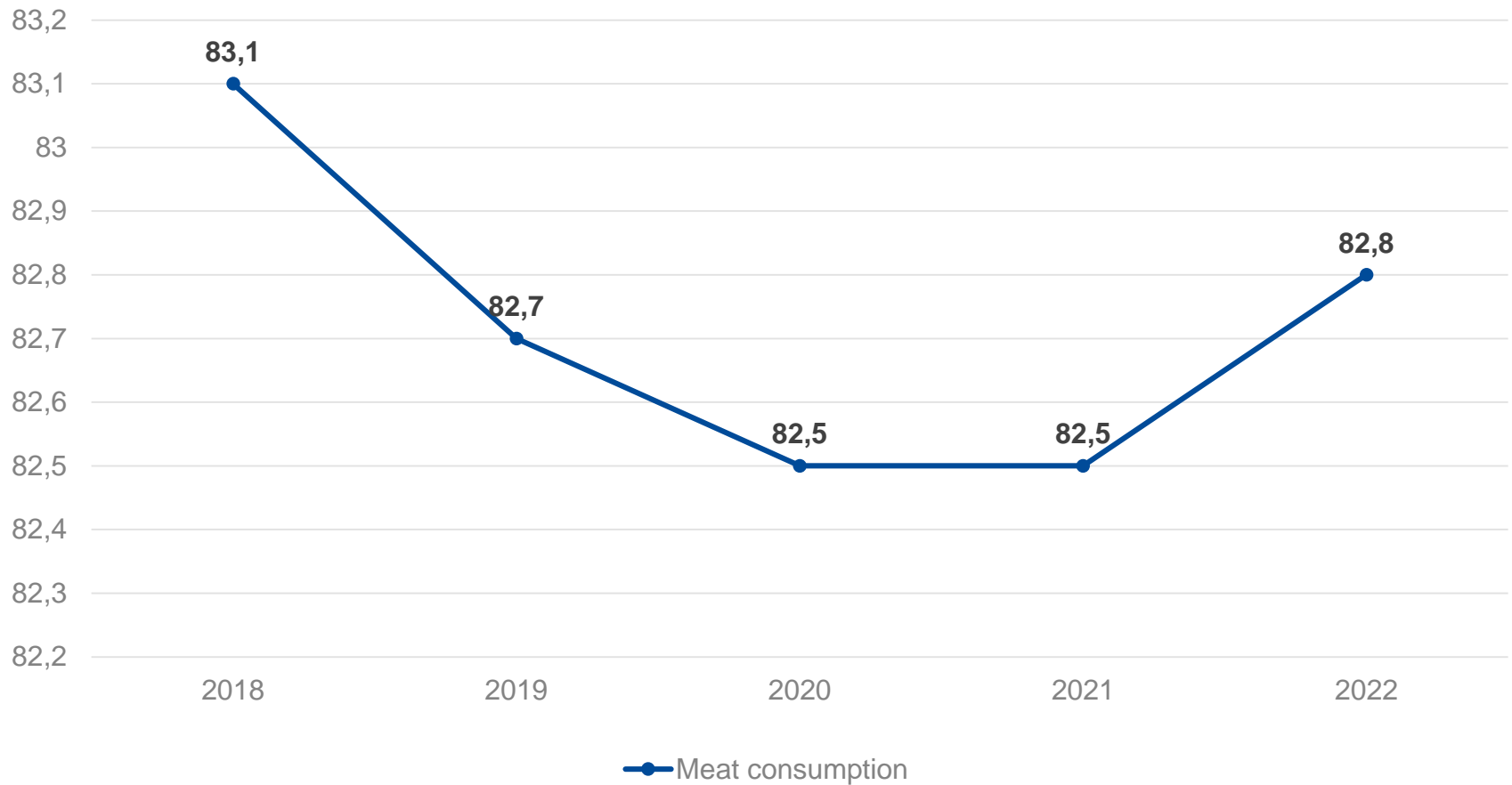
Choice based on sustainability



Source: Osservatorio consumi Ismea-Nielsen – Survey based on a sample amounted to about 3.000 families

Netherlands

Meat consumption pro-capita (kg)



Source: statista

Netherlands

Meat consumption

Meat consumption in corona year 2020 in the Netherlands

Clear drop
in meat
consumption



2020 **75.9 kg** total
based on carcass weight (bone-in weight)

2019 **77.8 kg**

Of which

36.2 kg



22.1 kg



15.1 kg



More fresh
meat sold via
butchers and
supermarkets



2020 **555.7 million kg** total

2019 **531.1 kg**

More meat sold compared to 2019

24.6 million kg, of which

fresh meat

23.3
million kg



meat products

1.3
million kg



More plant-based
meat substitutes
sold in
supermarkets



2020 **€ 200 million**

Market size meat in retail sector

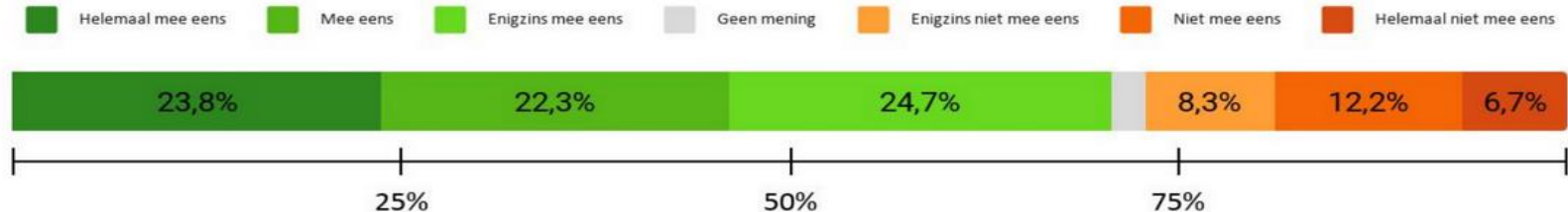


4% plant-based
meat replacements

Dagevos, H., Verhoog, D., van Horne, P. en Hoste, R. (2021). *Vleesconsumptie per hoofd van de bevolking in Nederland, 2005-2020*. Wageningen: Wageningen Economic Research. (in Dutch)

Netherlands

What does the Netherlands think of the Protein transition?



Nearly three-quarters of Dutch people think we should eat fewer animal products

More than four out of five Dutch people feel discomfort at the way in which animals are used in the food industry



Poland

Meat consumption

change in sales in % by
volume

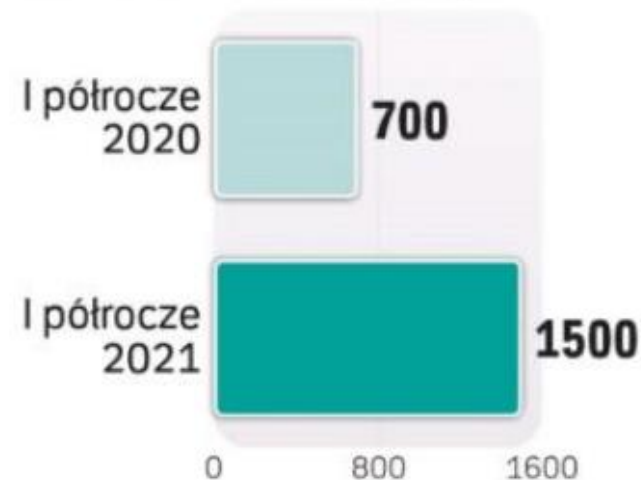
**Zmiana w sprzedaży, w proc.,
ilościowo, VI 2018/VI 2021**



households purchasing vegetal alternatives in
thousands

First half of 2020 & 2021

**Gospodarstwa domowe kupujące
roślinne zamienniki, w tys.**



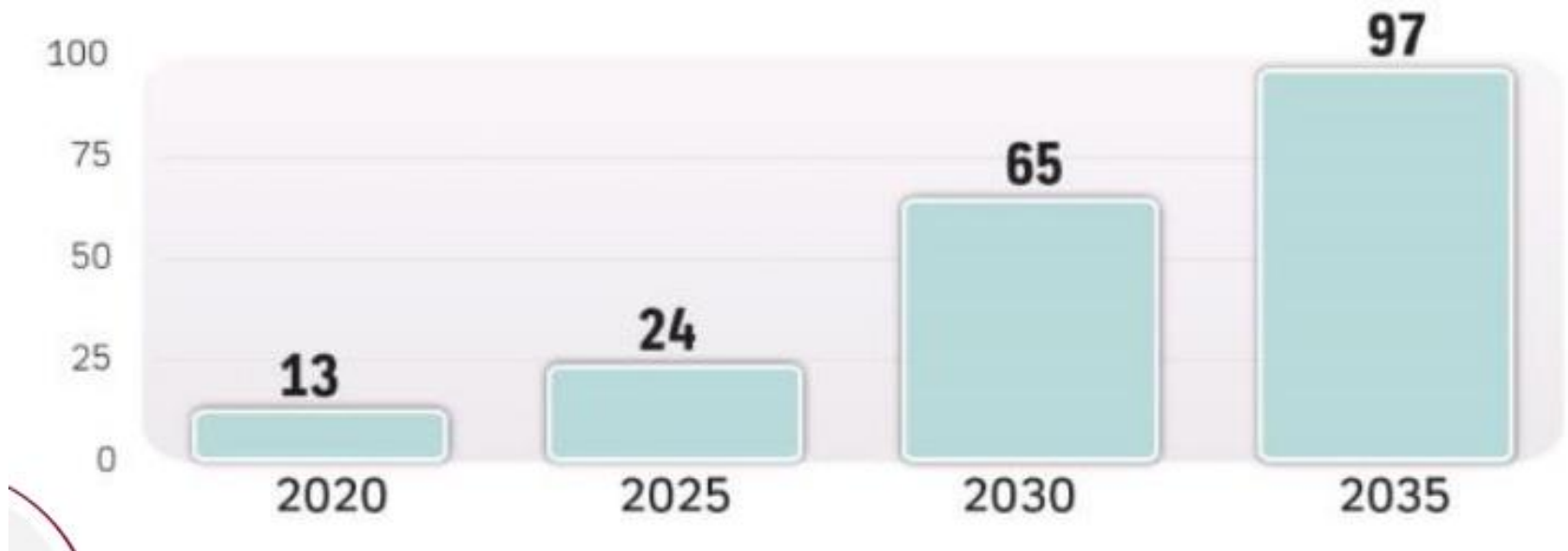
Source : GFK

Poland

Plant-based substitutes in Poland

Consumption of plant-based substitutes

**Konsumpcja zamienników produktów odzwierzęcych,
w mln ton sześciennych**



Source : GFK

Spain

Meat consumption (at home)




M T / 11 months	2019	2020	2021	2021/2020	2021/2019
Total food	28 698	31 574	29 822	-5,5%	3,9%
Total meat	2 090	2 288	2 095	-8,4%	0,2%
Meat Chicken	571	626	566	-9,5%	-0,8%
Meat Pork	446	502	451	-10,1%	1,1%
Beef Beef	226	245	223	-9,1%	-1,4%
Rabbit meat	42	44	37	-14,0%	-10,7%
Sheep meat goat meat	61	65	56	-13,0%	-8,3%
Processed meat	526	569	539	-5,3%	2,5%

M€ / 11 months	2019	2020	2021	2021/2020	2021/2019
Total food	69 401	78 423	75 087	-4,3%	8,2%
Total meat	14 278	15 990	15 001	-6,2%	5,1%
Meat Chicken	2 471	2 739	2 585	-5,6%	4,6%
Meat Pork	2 713	3 169	2 883	-9,0%	6,3%
Beef Beef	2 184	2 403	2 214	-7,9%	1,4%
Rabbit meat	273	292	254	-13,1%	-7,2%
Sheep meat goat meat	669	727	667	-8,3%	-0,4%
Processed meat	4 729	5 298	5 152	-2,8%	8,9%

Source : Ministerio de Agricultura, pesca y alimentacion



Thank You

-  www.eurocommerce.eu
-  [@eurocommerce](https://twitter.com/eurocommerce)
-  linkedin.com/company/eurocommerce

