

**Communiqué de presse**

**10/08/2016**

## **Les achats alimentaires transfrontaliers en France ont doublé depuis 2010**

**Une étude prévoit 150 millions d'euros de pertes supplémentaires pour l'économie belge.**

**L'industrie alimentaire demande le holà aux taxes pour garder l'emploi en Belgique.**

**Bruxelles, le 10 août 2016** – *Selon une récente étude réalisée par l'institut d'étude GfK auprès de 5000 ménages, les achats alimentaires des Belges sont toujours plus fréquents dans nos pays voisins. Des nouveaux chiffres montrent que ces dernières années c'est surtout la France qui profite de la hausse des achats belges. FEVIA, la fédération de l'industrie alimentaire belge, met en garde contre l'effet négatif sur l'emploi et demande de mettre un terme aux taxes sur les produits alimentaires au sein du marché belge.*

### **Rien qu'en France, les Belges achètent pour 100 millions d'euros en alimentation et boissons**

L'étude de GfK s'est penchée sur 5000 ménages qui ont transmis sur une base continue leurs achats en alimentation générale. Munis d'un scanner, les familles participantes ont indiqué ce qu'elles ont acheté et où. L'enquête a démontré qu'en 2015, les Belges ont acheté des aliments et des boissons pour 723 millions d'euros dans nos pays voisins. Les achats transfrontaliers sont en outre en nette augmentation : depuis 2008, les Belges ont acheté 40% de plus au-delà de la frontière. Les nouvelles données présentent des informations plus détaillées : « *Ce sont surtout les supermarchés français qui voient passer des Belges par leurs caisses : depuis 2010, les achats transfrontaliers en France ont doublé. Aujourd'hui, nous perdons environ 100 millions d'achats rien que chez nos voisins du Sud, sans compter les Pays-Bas, le Luxembourg et l'Allemagne. Ce sont des chiffres inquiétants car chaque euro dépensé dans les pays voisins est une perte pour l'économie belge. Ce phénomène menace les effets du tax-shift et la force de nos exportations et mènera inévitablement à des pertes d'emplois dans l'industrie alimentaire belge* », prévient Chris Moris, directeur général chez FEVIA.

### **1 Belge sur 3 est un acheteur transfrontalier**

La nouvelle étude présente un profil clair de l'acheteur belge transfrontalier : un consommateur qui n'est pas fidèle à un magasin ou à une marque et qui est sensible au prix. En moyenne, l'acheteur belge transfrontalier habite à 18 km d'un des pays voisins. Le fait que la plupart des Belges correspondent à ce profil se reflète dans les chiffres : aujourd'hui, 1 Belge sur 3 se rend au moins une fois au-delà de la frontière pour acheter de la nourriture et des boissons. Et 22,7% le font même deux fois ou plus par an. L'âge et le revenu ne semblent en revanche pas avoir d'impact sur le comportement d'achat au-delà de la frontière.

### **Holà aux taxes nécessaire pour maintenir l'emploi en Belgique**

Il ressort également de l'étude GfK que prochainement, un quart des Belges achèteront 2 fois ou plus leur alimentation et leurs boissons au-delà des frontières et que cette catégorie le fera de plus en plus souvent. Les Belges qui ont goûté à l'achat transfrontalier une première fois, se laisseront tenter toujours plus souvent pour acheter leur alimentation et leurs boissons au-delà des frontières. C'est pour cette raison que l'économie belge risque de perdre automatiquement 150 millions d'euros supplémentaires. « *Si nous n'agissons pas pour renforcer la compétitivité de nos produits sur le marché belge, nous prenons le risque d'un effet boule de neige à cause de l'accumulation des taxes et des cotisations. Nous avons effectivement des taux de TVA plus élevés que nos pays voisins, une cotisation d'emballage, des accises plus élevées, le Point Vert, les taxes dites de « santé », etc.* », déclare Jean Eylenbosch, président de FEVIA. « *Il est donc grand temps de mettre un holà à cette évolution : nous devons prendre conscience que la Belgique est une petite économie ouverte. Nous proposons d'agir sur deux fronts. Nous plaidons d'abord pour*



Federatie Voedingsindustrie  
Fédération de l'Industrie Alimentaire



*mettre un terme aux taxes : des taxes et des cotisations supplémentaires sur l'alimentation et les boissons sont inadmissibles si nous voulons garder l'emploi dans notre pays. Ensuite, notre priorité est toujours de supprimer le handicap salarial et le handicap énergétique qui pèsent sur nos entreprises ».*

\* \* \*

**Personne de contact :**

Nicholas Courant  
Communication manager  
Tél : +32 (0)2 432 32 53  
GSM : +32 (0)478 24 31 49  
E-mail : [nc@fevia.be](mailto:nc@fevia.be)

**A propos de FEVIA:**

FEVIA, la Fédération de l'industrie alimentaire belge, représente 28 sous-secteurs et 637 entreprises qui produisent des produits alimentaires et des boissons de haute qualité en Belgique. Le secteur alimentaire est le leader incontesté dans l'industrie belge en termes d'emploi et de chiffre d'affaires. Elle emploie 88.439 personnes directement et 137.080 personnes indirectement et génère un chiffre d'affaires de 48,1 milliards d'euros. L'industrie alimentaire exporte pour 23,9 milliards d'euros et de plus en plus en dehors de l'Europe. FEVIA s'engage à une croissance durable de l'industrie alimentaire belge en concertation avec toutes les parties prenantes. Avec la marque « Food.be – Small country. Great food. » le secteur met la qualité, la diversité et l'innovation de l'alimentation belge sur le devant de la scène dans le monde entier.

**Plus d'informations:**

[www.fevia.be](http://www.fevia.be) - Twitter: @FEVIA\_be

[www.food.be](http://www.food.be) - Twitter: @Food\_be