



Hoe trekken we de food heroes van morgen aan?

Verlag van een ronde tafel dialoog over futureproof loopbanen

Oktober 2022

Fevia

Beste lezer,

De voedingsindustrie is met meer dan 98.000 directe jobs en enkele honderdduizenden indirecte jobs de grootste industriële werkgever van België. Sinds 2015 steeg de tewerkstelling in onze sector met tien procent. Onze voedingsbedrijven zorgen voor diverse jobs, voor talenten met verschillende profielen, scholingen en competenties.

De cijfers tonen bovendien duidelijk aan dat jaar na jaar de instroom van talenten telkens groter is dan de uitstroom. De sector kent dus meer en meer duurzame loopbanen. Toch blijven we kampen met openstaande vacatures en vormt de arbeidskrachte, zeker op vlak van technische talenten, ook bij ons een belemmering voor de productie.

Met de duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie gaan we ook deze uitdaging van duurzame loopbanen aan. Daarbij omkaderen we onze food heroes en zetten we in op het verhogen van werkbaar werk, op veilige en gezonde werkplekken en op leren, coaching en ontwikkeling tijdens de volledige loopbanen.



We staan ook klaar om nieuwe talenten aan te trekken om in onze lekkere en boeiende sector te komen werken. We bieden aan hen het perspectief om morgen als food hero mee te zorgen voor de lekkere voeding en dranken waarvan we dagdagelijks genieten. Nieuwe talenten: dat zijn jongeren en minder jongeren, van op de schoolbanken en elders.

Dialogoog staat centraal in onze duurzaamheidsroadmap richting 2025. Dat toonden we op 19 oktober in de praktijk met onze tweede Ronde Tafel bij Tiense Suiker. Ruim veertig vertegenwoordigers uit voedingsbedrijven, beleid, competentiecentra, loopbaanfondsen, onderwijsinstellingen, academici en studenten bogen zich deze keer over het thema “talenten aantrekken”.

Na boeiende rondetafelgesprekken leerden we de productie en het verpakkingsatelier van Tiense Suiker kennen. Bovendien zagen we hoe Tiense Suiker in hun opleidingsatelier en in co-creatie met scholen en VDAB dagdagelijks kinderen, jongeren en werkzoekenden warm maakt en opleidt voor een job.

De ronde tafels, de rondleiding en de bespreking achteraf gaven ons inspiratie, inzichten en actiepunten. Het resultaat lees je in deze brochure. We bedanken de deelnemers voor hun inzichten en zijn er rotsvast van overtuigd dat we hiermee onze ambities rond duurzame loopbanen nog beter kunnen waarmaken.

Anke Grooten
Director Social Affairs

Inhoudstabel

Voorwoord	2
Wat eten we morgen?	4
Duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie: een overzicht van de 4 pijlers en 15 thema's	5
Onze doelstellingen om de food heroes van morgen aan te trekken	6
Samenwerken aan duurzaamheid: 10 inzichten uit de Ronde Tafel over talenten aantrekken	8
Duurzaamheid in de praktijk: voorbeelden van onze leden	14
Jongeren ontdekken voedingsbedrijven	15

Wat eten we morgen?

1

We blijven de lekkerste voeding maken, die ook veilig is en onderdeel is van een gezonde levensstijl. Met zorg voor mens en dier. Zo willen we ook morgen **het vertrouwen van elke consument blijven verdienen.**

2

We omarmen en versnellen de groene transitie. We springen steeds slimmer om met water, energie en verpakkingen. Door circulair te denken en voedselverlies te bestrijden, willen we verder bijdragen aan de klimaatdoelstellingen en de bescherming van onze planeet.

3

We zetten verder in op veilige en motiverende werkplekken waarin mensen graag aan de slag gaan én blijven. Door hen groeikansen te geven, willen we het welzijn, de motivatie en het werkgevoel van elke food hero veiligstellen, nu en in de toekomst.

4

We investeren mee in lokale productieketens en steunen onze Belgische voedingsbedrijven om concurrentieel te blijven in een internationale context. Zo willen we de gehele voedingsketen versterken en meerwaarde creëren voor iedereen.

“Wat eten we morgen?” Deze en tal van andere vragen durven stellen, is de eerste stap naar een duurzamer voedingssysteem. Als Belgische voedingsindustrie nemen we het voortouw en formuleren we onze antwoorden in **een ambitieuze duurzaamheidsroadmap.**

Gaan we samen voor een duurzame toekomst? Wij zeggen volmondig **ja.**

Duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie: een overzicht van de 4 pijlers en 15 thema's

Als voedingsindustrie erkennen we onze voortrekkersrol om samen een duurzaam voedingssysteem te creëren, zodat iedereen gezonder kan genieten van het leven. Met deze roadmap geven we als sector invulling aan die visie. Onze missie, als Fevia, is de Belgische voedingsindustrie te begeleiden en ondersteunen bij het creëren van duurzame waarde. Deze roadmap is dan ook bedoeld als hulpmiddel om prioriteiten te identificeren. Zo kunnen onze leden hun eigen roadmap voor duurzaamheid verder ontwikkelen in lijn met de SDG's van de Verenigde Naties.



Het vertrouwen
van consumenten
verdienen

1. Voedselveiligheid
2. Lekker eten voor een gezondere levensstijl
3. Dierenwelzijn



De groene transitie
omarmen en
versnellen

4. Klimaat en energie
5. Watervoetafdruk
6. Voedselverlies
7. Verpakkingen
8. Circulariteit



Futureproof
loopbanen
stimuleren

9. Werkbaar werk
10. Gezondheid en veiligheid op het werk
11. Loopbaanontwikkeling
12. Aantrekkelijkheid van werkgever



Samen waarde
creëren

13. Concurrentiekracht om te groeien
14. Duurzame toeleveringsketen
15. Lokale bevoorrading

Onze doelstellingen om de food heroes van morgen aan te trekken

We willen dat we vandaag en morgen de juiste talenten aantrekken om een boeiende loopbaan in de lekkerste sector uit te bouwen. Daarom zetten we de troeven van de sector in de kijker met Food At Work.

Ontdek in de online duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie ook waar we als sector vandaag staan en welke acties we concreet nemen rond deze doelstelling.



Talenten aantrekken naar onze sector

Onze doelstelling richting 2025

We willen de instroom van talenten naar onze voedingsbedrijven verhogen.

Onze strategie om die doelstelling te bereiken

We zetten verder in op het verhogen van de aantrekkelijkheid van voedingsbedrijven voor toekomstige talenten. Daarbij verhogen we het aantal initiatieven waarmee bedrijven talenten aantrekken en behouden, en zetten we verder in op een kwalitatieve instroom van talenten.

- We blijven inzetten op bestaande acties, awards en events waarmee we de sector promoten bij toekomstige talenten.
- We zetten verder in op duaal leren: kwaliteit, verhogen instroom en uitbouw, uitbouw technische opleidingen, uitbouw hoger onderwijs. Tegen 2025 willen we het aantal duale trajecten uitbreiden naar 150 leerlingen secundair onderwijs en studenten hoger onderwijs. Bovendien willen we ook de studierichtingen verder uitbreiden richting technische opleidingen.

- We zetten in op het versterken van het STEM-onderwijs en de STEM-geletterdheid.
- We versterken de samenwerkingsverbanden met VDAB, Forem, competentiecentra, IFAPME en de private arbeidsmarktbemiddelaars.
- We organiseren verschillende bedrijfsbezoeken en jobdays en breiden die uit.
- We organiseren een nieuw kmo-event over employer branding. In dit event delen we do's en don'ts bij aanwervingen en manieren om nieuwe medewerkers te betrekken en motiveren.
- We promoten de website FoodAtWork.be bij bedrijven en jongeren tijdens de Food Tech Talent-bedrijfsbezoeken, in HR-clubs en via sociale media.

Onze doelstellingen om de food heroes van morgen aan te trekken

We willen dat de voedingsindustrie een aantrekkelijke werkgever is voor (toekomstige) talenten. We nemen het loon- en arbeidsvoorwaardenbeleid in de voedingsbedrijven onder de loep en vergelijken die met andere industriële sectoren.

Ontdek in de online duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie ook waar we als sector vandaag staan en welke acties we concreet nemen rond deze doelstelling.



De aantrekkelijkheid van onze sector als werkgever verhogen

Onze doelstelling richting 2025

In een snel veranderende context, hebben we de juiste mensen nodig om innovatieve antwoorden te bieden op onze uitdagingen. Om de broodnodige talenten aan te trekken en te behouden, willen wij onze aantrekkelijkheid als werkgever versterken.

Onze strategie om die doelstelling te bereiken

We starten een benchmark op met een externe partner op vlak van loon- en arbeidsvoorwaardenbeleid. Daarbij kijken we niet alleen naar het brutoloon en bijhorende premies, maar ook naar aanvullende financiële en de ruime niet-financiële voordelen, zoals de ondersteuning op vlak van loopbaan, werkbaar werk, mobiliteit, telewerk en de combinatie werk-vrije tijd. We nemen ook de voordelen vanuit de sector mee in rekening, zoals ondersteuning in de kosten van kinderopvang, aanvullende vergoeding bij langdurige ziekte en extra opleidingsbudget.

Dankzij de benchmark krijgen we inzicht in de loon- en arbeidsvoorwaardenbeleid van bedrijven onder

paritair comité 118 en 220 (arbeiders en bedienden in de voedingsindustrie). We vergelijken die met wat gangbaar is in andere industriële sectoren waarmee we concurreren op de arbeidsmarkt. We vergelijken de resultaten per regio en delen deze met de bedrijven om zo de bewustwording bij voedingsbedrijven te verhogen. We herhalen de benchmark na twee jaar.

Daarnaast zullen we bedrijven ondersteunen in het verder uitspelen van hun troeven naar (potentiële) werknemers. Bovendien zullen we hen ondersteunen in het omgaan met aandachtspunten die hun aantrekkelijkheid als werkgever kunnen versterken. Ook Fevia zal de troeven van voedingsbedrijven uitspelen in haar acties om talent te helpen aantrekken en de instroom in de sector te verhogen.

Samenwerken aan duurzame loopbanen: 10 inzichten uit de Ronde Tafel over talenten aantrekken

Dialogo staat centraal in onze duurzaamheidsroadmap richting 2025. Daarvoor organiseren we twee keer per jaar Ronde Tafel gesprekken, waarin we met stakeholders op zoek gaan naar manieren om onze doelstellingen te behalen.

Op woensdag 19 oktober vond de tweede editie plaats bij Tiense Suiker.

De stakeholders bogen zich over volgende vragen:

1. Hoe kunnen we jongeren oriënteren om voor studierichtingen te kiezen die naar de voedingsindustrie leiden?
2. Hoe kunnen we zowel jongeren als andere werkzoekenden tot de voedingsindustrie aantrekken?
3. Hoe kunnen we het imago van de sector versterken?

Na boeiende rondetafelgesprekken en een rondleiding in de productie, de verpakkingsafdeling en het opleidingsatelier van Tiense Suiker, bespraken deelnemers samen de belangrijkste bevindingen en mogelijke verdere pistes. We geven hierna de tien voornaamste inzichten mee.



1. De omgeving betrekken

De keuze voor een studierichting maken jongeren niet alleen. Er zijn heel wat andere partijen die hun studiekeuze beïnvloeden: de ouders, de school en in het bijzonder de leerkrachten, loopbaanbegeleiders, het CLB...

Het komt erop aan om niet enkel de leerlingen, maar ook hun omgeving mee te nemen in ons verhaal en hen te informeren en sensibiliseren over de loopbaankansen die de voedingssector te bieden heeft. Bovendien dienen onze voedingsbedrijven zich bewust te zijn van de nood aan pedagogisch inzicht en competenties bij de begeleiding van de jongeren.

“We zien dat tot de leeftijd van 18 jaar, ouders een grote rol spelen in de studiekeuze van hun kinderen. Als we jongeren voor de voeding willen enthousiasmeren, zullen we een stuk campagne moeten voeren naar de ouders toe.”

– Giovanni Pauwels - VDAB

2. Vroeg genoeg prikkelen

Er zijn meerdere momenten in het leven van jongeren waarop we kunnen ingrijpen om hun studiekeuze mee vorm te geven. Een sleutelmoment blijft de afronding van het secundair onderwijs. Maar oriëntering kan al vóór dat moment starten. We kunnen leerlingen doorheen hun schoolloopbaan via diverse initiatieven herhaaldelijk en op een positieve manier in contact brengen met de voedingsindustrie. Door meerdere aanrakingsmomenten te creëren, telkens aangepast aan de leeftijd en de doelgroep, verkleinen we de afstand tussen het onderwijs en de arbeidsmarkt.

“Vandaag worden veel leerlingen zonder eigen motivatie in een richting geplaatst. Het komt erop aan te werken op het vertrouwen van die leerlingen in hun eigen kunnen en toekomst. Maar dan wel voor ze 16-18 jaar zijn. Oriëntering begint al vanaf het begin van het secundair onderwijs.”

– Anne-Cécile Voisin – Jeunes Entreprises de Belgique

3. Duaal leren en lesgeven

Duaal leren, waarbij een leerling kennis en vaardigheden afwisselend opdoet in een onderwijsinstelling en op de werkvloer, bestaat al enige tijd. Toch merken we dat de uitrol ervan naar nieuwe, vaak technologische richtingen, uiterst moeizaam verloopt.

Bovendien is er een groot potentieel om niet alleen duaal leren, maar ook duaal lesgeven te introduceren waarbij professionals voor de klas staan en zo de toepassing van bv. wetenschappelijke vakken concreter maken voor de jongeren en ook een correcter beeld geven van wat werken in een industriële context inhoudt. Die professionals zijn bovendien inspirerende rolmodellen voor de jongeren.

Lokale netwerken spelen een belangrijke rol om beide te bewerkstelligen. Zij kunnen de verschillende lokale actoren activeren.

“Er zijn veel mogelijkheden in de voedingsindustrie en er zijn gemotiveerde leerlingen, maar de matching kan beter. De overheid stimuleert het duaal leren en kijkt naar initiatieven die we kunnen ondersteunen.”

– Annelies Goethals – WSE

4. Verschillende doelgroepen vragen om een verschillende aanpak

Food heroes zijn niet enkel te vinden onder jongeren. Ook andere werkzoekenden komen in aanmerking. Die uiteenlopende doelgroepen hebben verschillende motivaties om te werken. Waar jongeren vooral op zoek zijn naar betekenis in hun toekomstige job, willen werkzoekenden werk vinden dat brood op de tafel brengt en technisch toegankelijk is. Beide groepen vereisen een andere aanpak.

Jongeren kunnen we aantrekken door hen kennis te laten maken met de werkplek zelf via bedrijfsbezoeken en stages. Het is belangrijk om de maatschappelijke betekenis van ons werk te benadrukken. Wij voeden de Belgische bevolking. En nemen

concrete acties op vlak van duurzaamheid. Bij werkzoekenden benadrukken we eerder de toegankelijkheid van het werk en de opleidingen die onze bedrijven bieden.

“Er zijn twee invalshoeken om te rekruteren, gebaseerd op twee doelgroepen: zij die dagelijks moeten nadenken hoe hun familie te voeden en jongeren die zin willen geven aan hun werk.”

– Noémie Henry – Epicuris

5. Jonge werknemers aan het woord

De deelnemers van de Ronde Tafel keken in detail naar wat voedingsbedrijven zelf kunnen doen om de sector meer gekend en aantrekkelijk te maken en zo jongeren aan te sporen om te kiezen voor een relevante studierichting. Verschillende pistes kwamen aan bod.

Jonge werknemers binnen onze bedrijven zijn de meest krachtige spreekbuis om jongeren te overtuigen. Door over hun persoonlijke ervaringen te spreken op vlak van studies en eerste jobs, geven ze concrete invulling aan wat jonge afgestudeerden kunnen doen en hoe ze de voedingssector als werkgever moeten inschatten.

“Bedrijven zijn het best geplaatst om onze industrie te opwaarderen. We hebben getuigenissen nodig. Jongeren binnen bedrijven die net aangenomen zijn, zijn het best geplaatst om met andere jongeren te praten.”

– Véronique Gely – Alimento

6. Initiatieven bundelen voor meer impact

Er bestaan vandaag al heel wat goede initiatieven die jongeren warm maken voor een carrière in de voedingsindustrie: bedrijfsbezoeken, jobbeurzen, gastlessen, Technopolis, enzovoort. Door deze samen te brengen, kunnen we hun impact vergroten.

Als we de verschillende initiatieven gebundeld zouden aanbieden, bijvoorbeeld via een digitaal platform, geven we leerkrachten de mogelijkheid om te kiezen uit een divers aanbod en hun eigen mix te maken van theorie en praktijk. Samenwerking en een gestructureerde aanpak kunnen het draagvlak van alle initiatieven vergroten.

“Ik onthoud vooral het woord ‘synergie’: chemie te creëren tussen de partners en aan het experimenteren gaan met verschillende oplossingen.”

– Koen Prosmans – Tiense Suiker

7. Train de trainer

Tijdens de rondetafelgesprekken werd verder stilgestaan bij de leerkrachten, een belangrijke schakel tussen het onderwijs en de arbeidsmarkt. Concreet schoven deelnemers de idee van levenslang leren naar voren. Via trainingen, opleidingsdagen en andere initiatieven, kunnen we leerkrachten informeren en enthousiasmeren over onze sector.

Door hen toegang te geven tot de voedingsindustrie en inzicht in de laatste ontwikkelingen, krijgen leerkrachten de kans om zelf bij te leren en zo beter uitgerust te zijn om hun versterkende rol op te nemen en jongeren te begeleiden in hun studiekeuze.

“In het verleden hebben we met de retail een soortgelijk initiatief op poten gezet. Na twee dagen theorie en drie dagen op de werkvloer, gingen de leerkrachten met een echt ‘wow’-gevoel naar huis. Ook de voedingsindustrie kan leerkrachten kennis laten opdoen en overdragen. Een win-win voor iedereen.”

– Annick Haesaerts – GO!

8. Vakmanschap op grote schaal

Er heerst een foutieve perceptie van de voedingsindustrie bij het grote publiek. Sommigen denken nog teveel aan het melkmeisje dat in de pot roert... of net aan monotoon bandwerk. De deelnemers van de Ronde Tafel Talenten Aantrekken opperen dan ook om de voedingsindustrie een rebranding te geven.

Concreet willen we tonen dat voedingsproductie nog steeds vakmanschap is, zij het op een grootschaligere, geautomatiseerde en meer hygiënische manier. Zoals men in Frankrijk de technologie en het vakmanschap benadrukt, willen we ook met fierheid de kwaliteiten van de sector in de verf zetten.

“Het huidige imago weerspiegelt niet wat we vandaag in de voedingsbedrijven doen. Er is een kloof tussen de notie ‘industrie’ en onze mooie sector, die iedereen te eten geeft.”

– Benoît Hubin – Materne

9. Inzetten op innovatie en technologie

De voedingsindustrie is de grootste en meest innoverende sector in België. Toch zijn de innovaties en technologieën waarop we inzetten nog grotendeels onbekend bij de Belgische bevolking. Die moeten we meer belichten in onze communicatie.

Via onder meer bedrijfsbezoeken kan onze sector tonen wat ze in haar mars heeft en hoe ze inzet op innovaties en voedingstrends. Zo'n toekomstgerichte boodschappen gaan hand in hand met het benadrukken van de maatschappelijke rol van onze bedrijven. Het gaat verder dan het product.

“Iedereen moet eten, dus de voedingssector moet blijven groeien en innoveren. Dit doen we al, maar moeten we meer communiceren naar jongeren toe. Voedingsbedrijven mogen zeker tonen wat ze doen op vlak van innovatie en technologie.”

– Barbara Hendrickx – voormalig deelneemster Ecotrophelia Awards en R&D professional in food industry.

10. Anders spreken over onze sector?

Het woord “voedingsindustrie” roept vandaag niet bij iedereen positieve connotaties op. Sommigen denken spontaan aan een oubollige nijverheid met jobs die technisch te moeilijk zijn of onaangenaam luid en vuil. Dat staat haaks op het innovatieve karakter, het vakmanschap en de duurzame initiatieven van onze sector.

We moeten dus een andere invulling geven aan de term “voedingsindustrie”. Of misschien zelf meer spreken over bijvoorbeeld “voedingstechnologie” om de toekomstbestendigheid van onze sector in de verf te zetten? Ook aan onze vacatures kunnen we sleutelen om concrete rollen in een aantrekkelijke werkomgeving met veel groeikansen te promoten.

“Termen als ‘levensmiddelen-nijverheid’ en ‘agro-industrie’ klinken niet zo aantrekkelijk. Door meer te spreken over de innovatie in de sector, bijvoorbeeld met de term “voedingstechnologie”, kan de voedingssector een ander imago creëren naar de toekomst toe.”

– Anouk Gulix, master student Bioscience Engineering KU Leuven.

Duurzaamheid in de praktijk: voorbeelden van onze leden

We willen dat we vandaag en morgen de juiste talenten aantrekken om een boeiende loopbaan in de lekkerste sector uit te bouwen. Daarvoor nemen onze voedingsbedrijven verschillende initiatieven.

Coca-Cola België ondersteunt jong, vrouwelijk talent in hun weg naar de top



Colac laat studenten proeven van het bedrijfsleven via duaal leren



50 asielzoekers gaan aan de slag bij Westvlees



Danone investeert in de food heroes van de fabriek van de toekomst



Ontdek deze en andere **food.be snacks** vol inspirerende voorbeelden in de online **duurzaamheidsroadmap** van de Belgische voedingsindustrie.



Jongeren ontdekken voedingsbedrijven

Via de employer brand Food At Work maken we samen met sectorfonds Alimento de sector bekender bij jongeren. We organiseren daarvoor een reeks acties, waaronder de Food Tech Talent bedrijfsbezoeken.





Ontdek de volledige duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie, inclusief concrete actieplannen en praktijkvoorbeelden van onze bedrijven en sectoren, online op **www.watetenwemorgen.be**

Fevia vzw
Wetenschapsstraat 14 – 1040 Brussel
www.fevia.be

Volg ons op LinkedIn en Twitter

Fevia