



Persconferentie Fevia Jaarvergadering 2021

29.11.2021

29 november 2021

Fevia



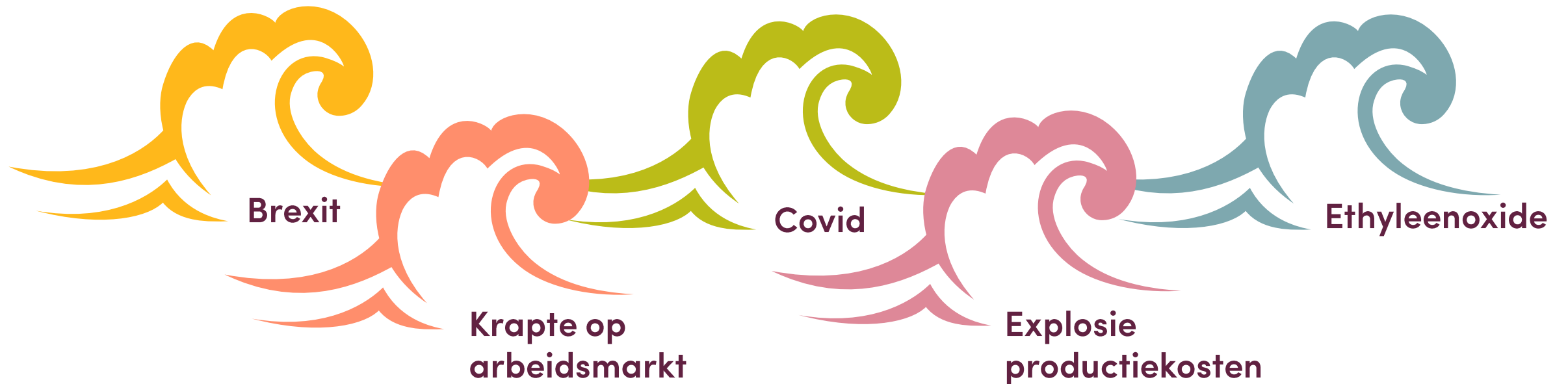
food.be Small country. Great food.



Nieuwe voorzitter van Fevia



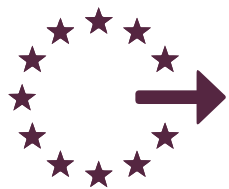
De voedingsindustrie vaart door woelige wateren en krijgt te maken met een opeenvolging van golven





1ste golf: Brexit

Brexit treft onze bedrijven niet in één klap, maar in meerdere klappen



DECEMBER 2020
Brexit akkoord



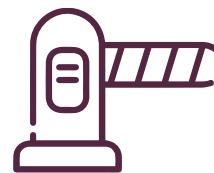
VANAF JANUARI 2022
Pre-notificatie voor sanitaire en fytosanitaire goederen



LANGE TERMIJN
Uiteenlopende
regels, normen en
standaarden



VANAF JANUARI 2021
Douaneaangiften en oorsprongsregels

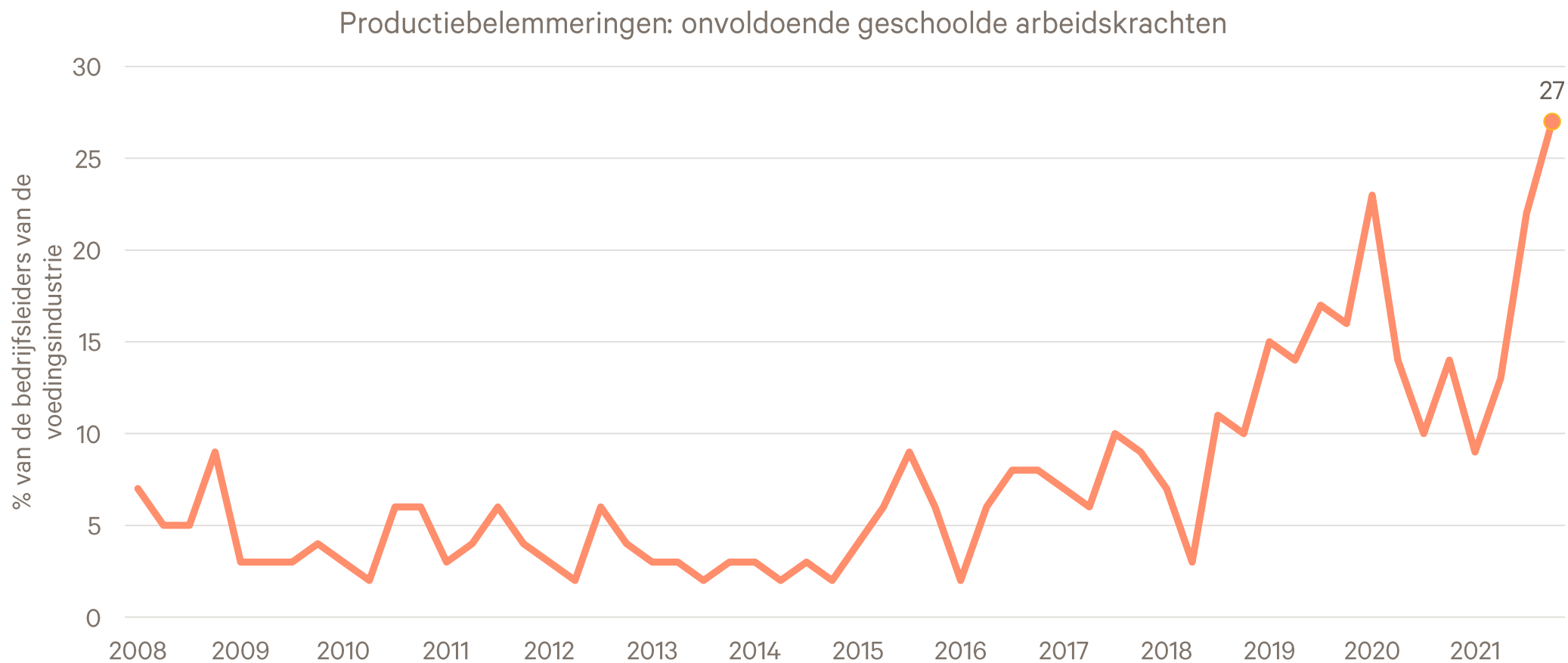


VANAF JULI 2022
Gezondheidscertificaten en fysieke
controles in grenscontroleposten in
het VK



2de golf: Ongeziene krapte op de arbeidsmarkt

Meer dan 1 op de 4 bedrijven voelt belemmering op productie

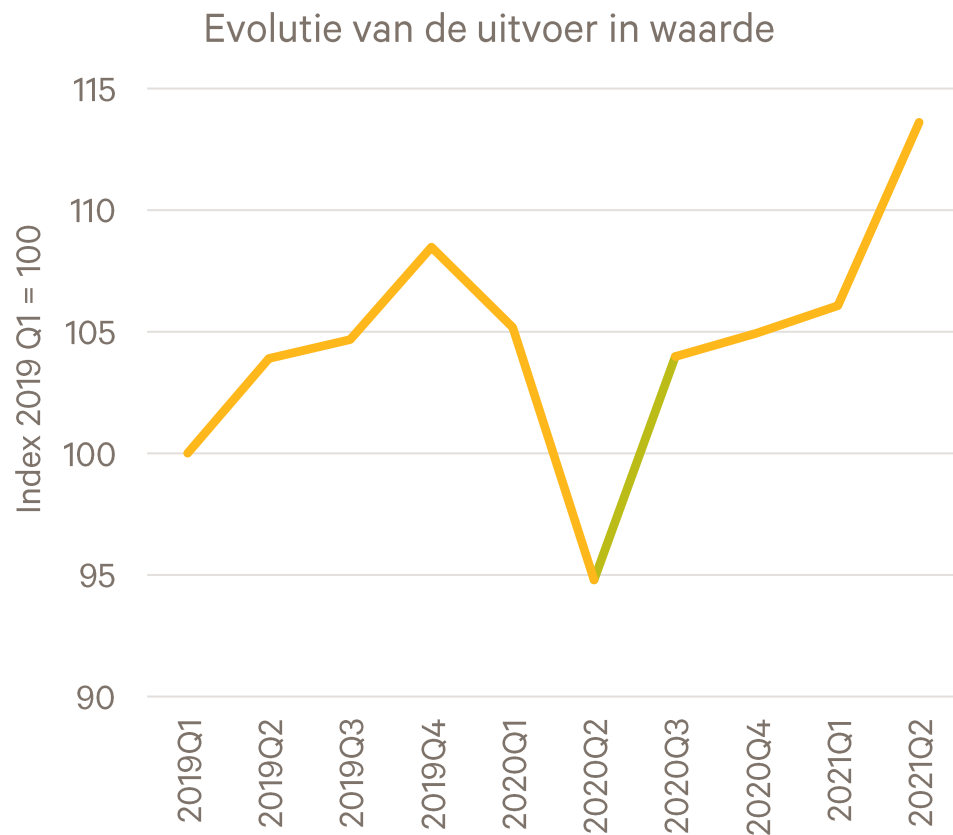


Bron: NBB, driemaandelijke enquêtes

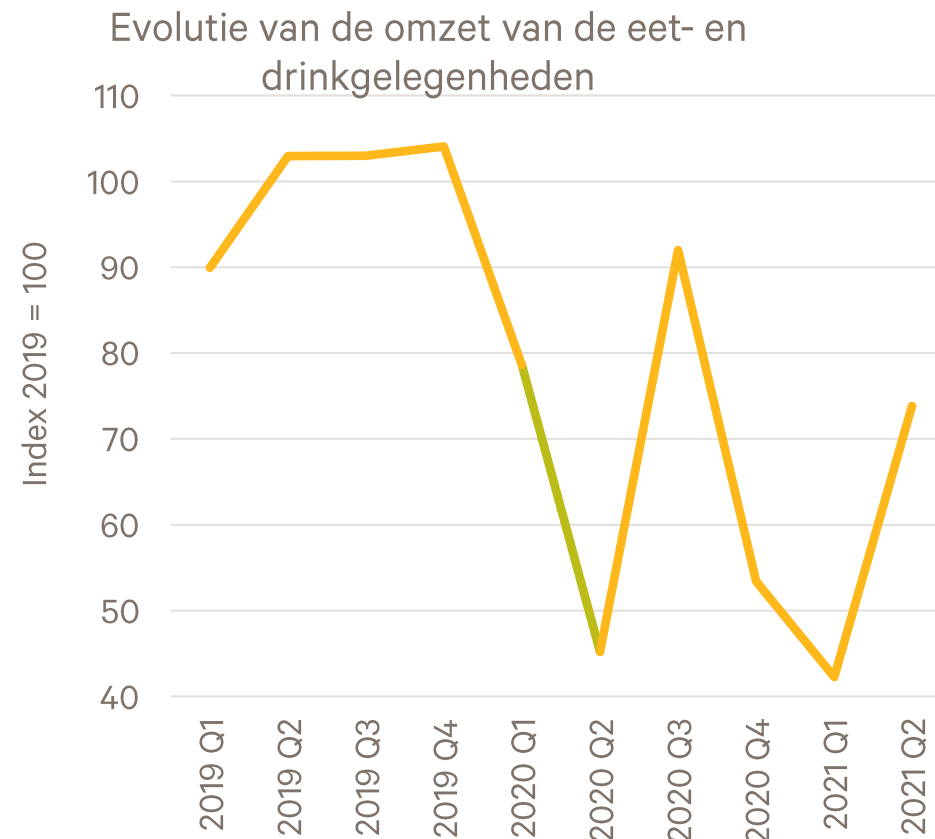


3de golf: Covid

Grote impact op export en horeca doorheen verschillende golven



Bron: NBB

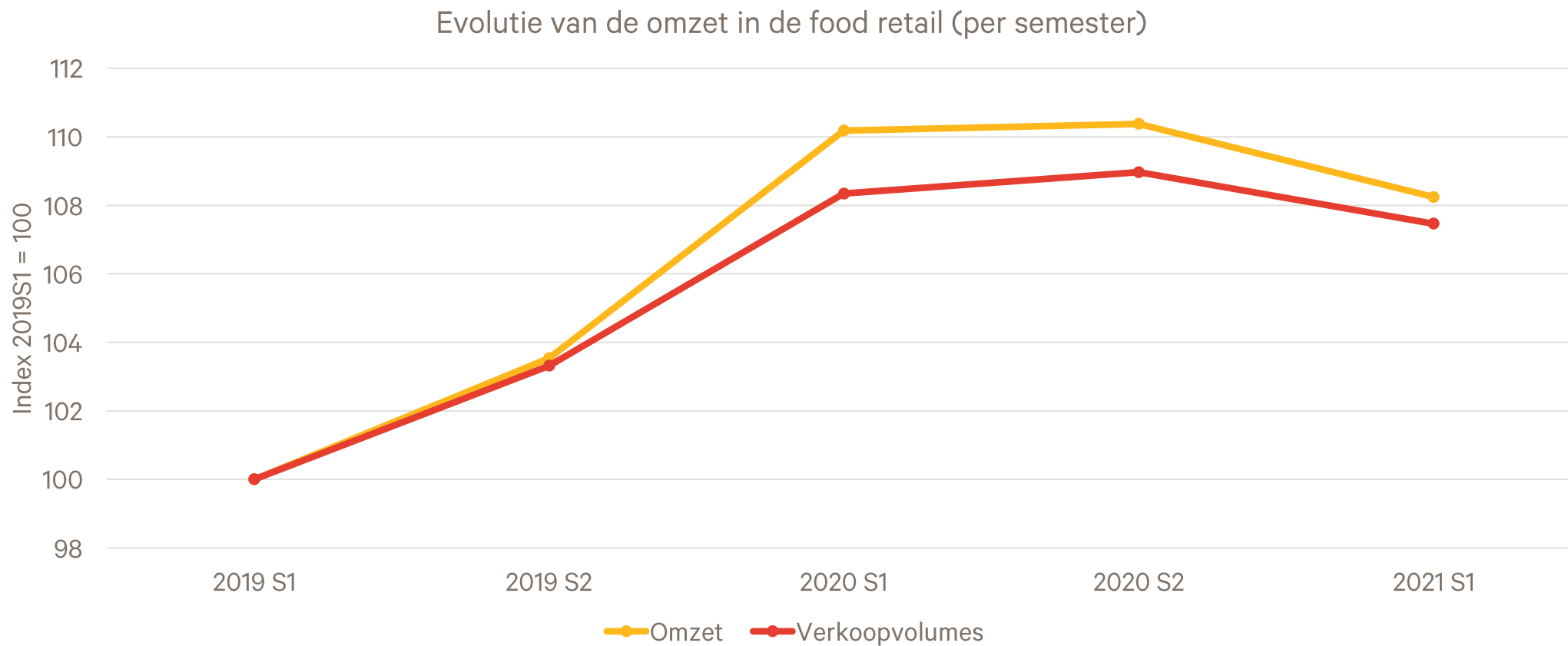


Bron: Statbel



3de golf: Covid

Retailverkoop is gestegen, maar...



Bron: Statbel



4de golf: Explosie van productiekosten

Grondstoffen, transport, energie, verpakkingen en lonen

+32%



**Voedings-
grondstoffen**

Bron: FAO price index

+144%



**Transport
per container**

Bron: World container index

+411%



Aardgas

Bron: FMI, Natural
gas EU

+3,2%



**Automatische
indexering
lonen**

Bron: Statbel

+22%



**Plastic
verpakkingen**

Bron: NBB

+46%



**Aluminium
verpakkingen**

Bron: FMI

+133%



**Houten
paletten**

Bron: NBB

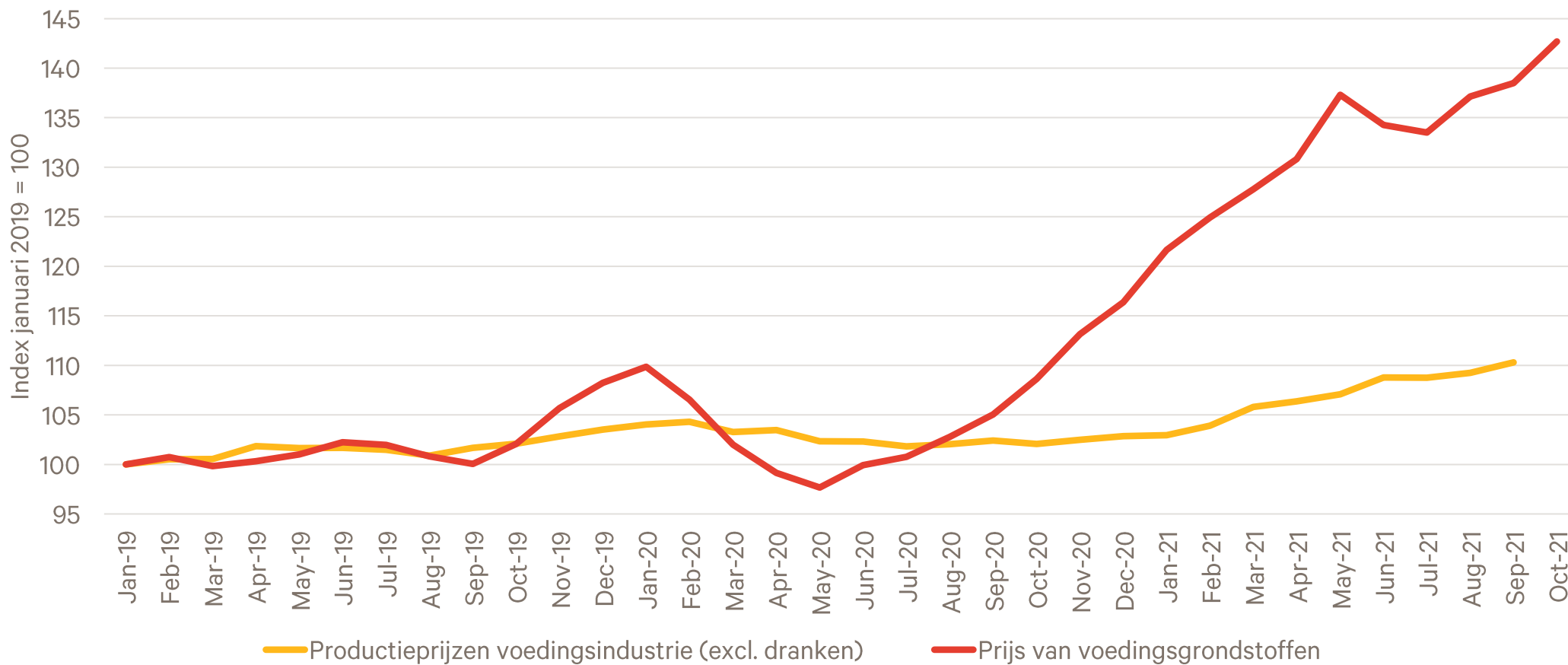
+17%



**Karton
verpakkingen**

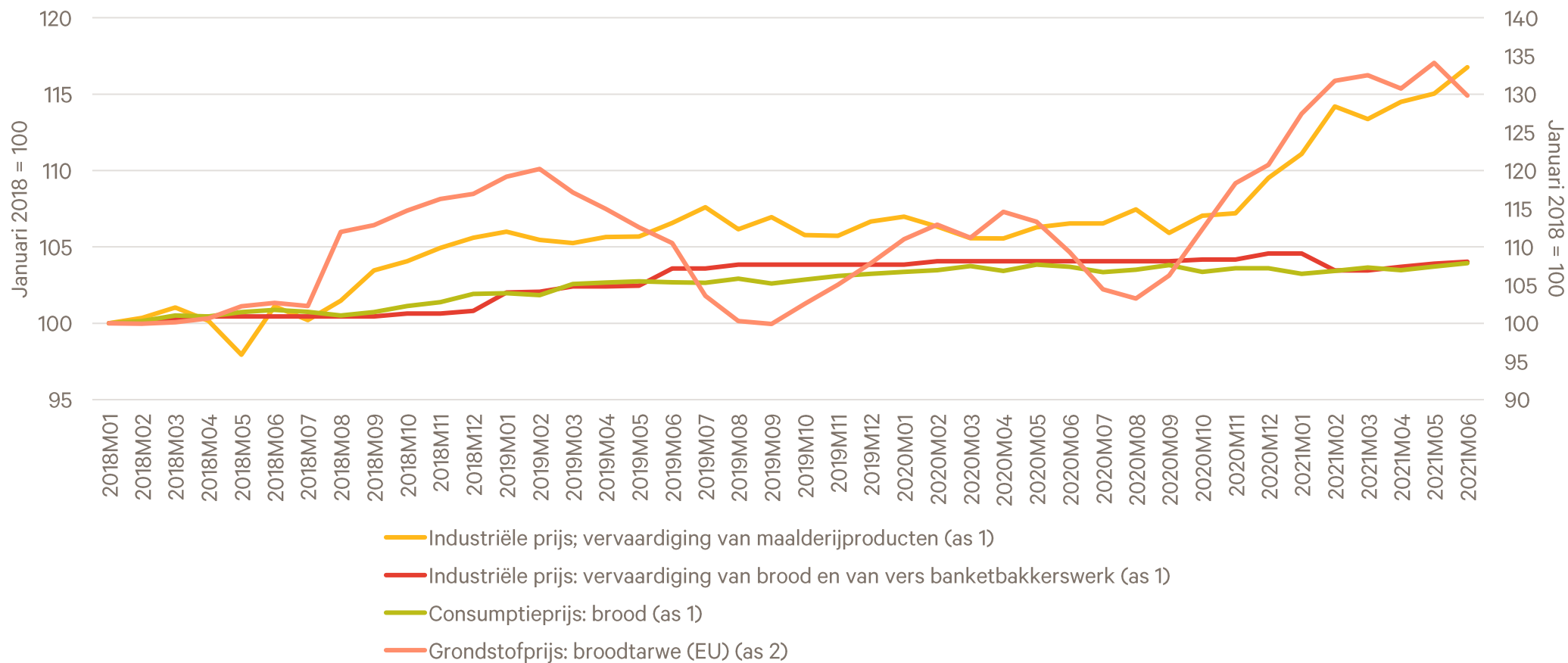
Bron: NBB

Grondstofprijzen exploderen, productieprijzen volgen van ver



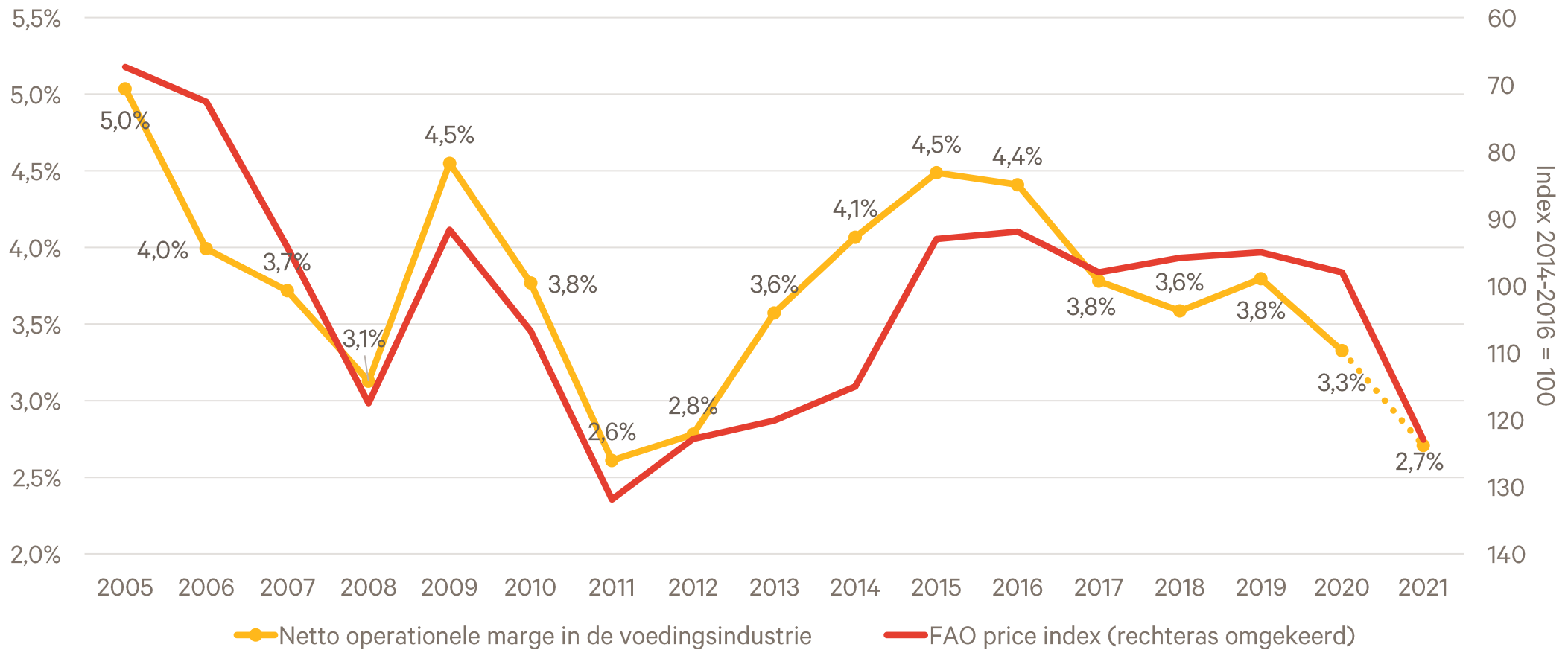
Bron: Statbel, FAO

Belangrijke nuance: prijzen worden doorgerekend volgens positie in de keten



Bron: FOD Economie

Resultaat: een rendabiliteit die haar historisch dieptepunt bereikt en toekomstige investeringen bedreigt



Bron: Statbel, FAO, eigen berekingen



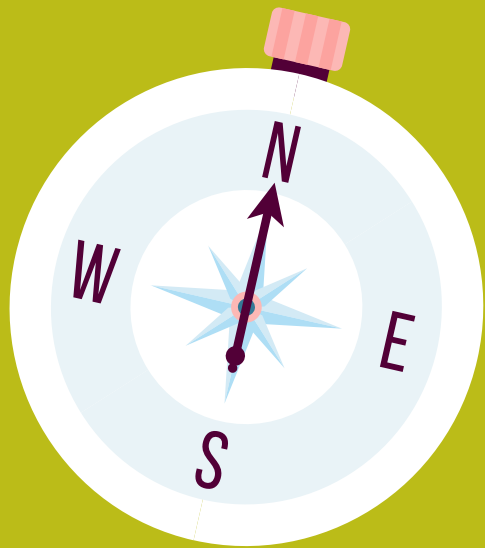
5de golf: Ethyleenoxide

Tevreden met een meer realistische aanpak

- Autocontrole werkt: voedselveiligheid blijft eerste bezorgdheid!
- Te strikte Europese aanpak: onnodige terugroepingen, miljoenen economische schade en voedselverlies
- Fevia ijverde voor een bijsturing en in nauw overleg met het FAVV en Minister Clarinval werd disproportionele aanpak verfijnd voor samengestelde producten
- Voedingsbedrijven blijven hun controles verder versterken.

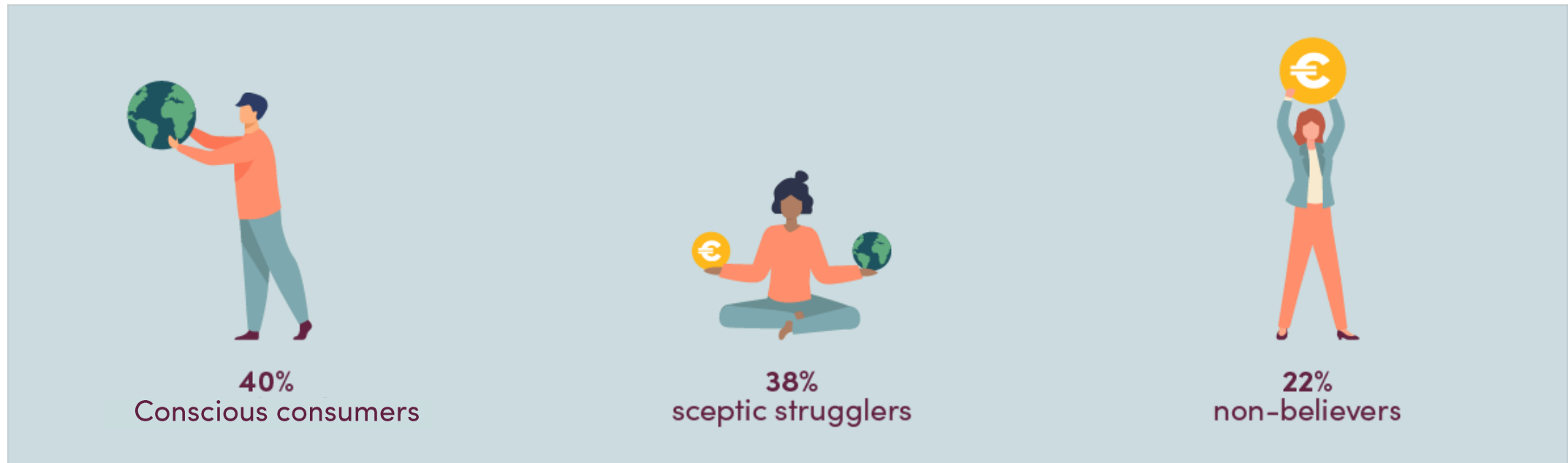


Duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie



Enquête: Hoe kijken Belgische consumenten naar duurzame voeding?

Conclusie 1: Grote verschillen tussen 3 types consumenten



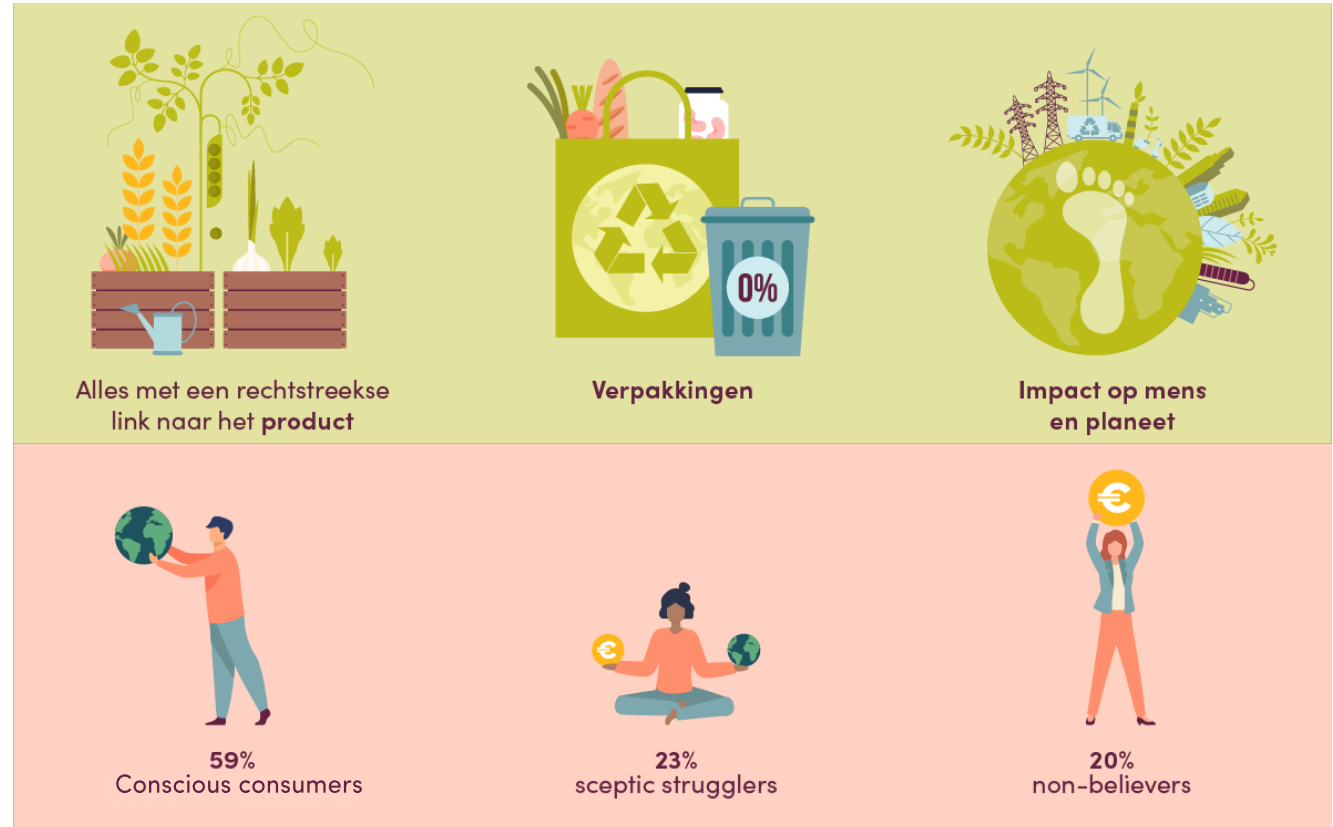
Enquête: Hoe kijken Belgische consumenten naar duurzame voeding?

Conclusie 2: Aankoopgedrag in volle verandering: 5 opvallende trends



Enquête: Hoe kijken Belgische consumenten naar duurzame voeding?

Conclusie 3:
37% van de Belgen wil
meer betalen voor
duurzaam
geproduceerde
voeding



Enquête: Hoe kijken Belgische consumenten naar duurzame voeding?

Conclusie 4:
Meerderheid
wantrouwt
innovatie: uitdaging
voor verduurzaming





Duurzaamheids-
roadmap
van de Belgische
voedingsindustrie

2021 - 2025

1



Het vertrouwen van consumenten verdienen

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



2



De groene transitie omarmen en versnellen

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



3



Futureproof loopbanen stimuleren

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



4



Samen waarde creëren

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



Pijler 1
Het vertrouwen van
consumenten verdienen

A woman with dark hair, wearing a light-colored cardigan and blue jeans, stands in a bright, modern kitchen. She is smiling and holding a large white sign with a black border that says "Wat eten we morgen?". The kitchen features light wood floors, a white countertop with a wooden base, and large windows. In the background, a man and a child are seated at a dining table, eating. On the counter in the foreground, there is a bowl of croissants and a bowl of fruit including bananas and apples.

**Wat eten we
morgen?**

Het vertrouwen van consumenten verdienen

Voedselveiligheid



1. Een maximale voedselveiligheid garanderen dankzij gevalideerde autocontrole
2. Veilige voedingsproductie garanderen

Lekkere voeding voor een gezondere levensstijl



3. Nationale en internationale erkenning voor heerlijke Belgische voeding
4. Gezondere keuzes makkelijker maken
5. Transparant communiceren over voedingswaarden
6. Gegronde klachten over de marketing van voedingsproducten tot nul herleiden
7. Engagements voor een verantwoorde marketing naar kinderen opdrijven
8. De toegang tot betaalbare, evenwichtige voeding verbeteren

Dierenwelzijn



9. Respect voor dierenwelzijn verhogen

Pijler 2
De groene transitie omarmen
en versnellen



De groene transitie omarmen en versnellen

Klimaat en energie



- 10. De CO₂-uitstoot per geproduceerde eenheid voeding verder verminderen
- 11. De CO₂-uitstoot in de keten verminderen

Watervoetafdruk



- 12. Het watergebruik per geproduceerde eenheid voeding verminderen
- 13. Afvalwater zuiveren en hergebruiken

Voedselverlies



- 14. Voedselverlies in de volledige voedingsketen met 30% verminderen

De groene transitie omarmen en versnellen

Verpakkingen



- 15. Meer huishoudelijke plastic verpakkingen recycleren
- 16. Meer dan 90% drankverpakkingen recycleren
- 17. Meer gerecycleerde materialen in PET-drinkverpakkingen

- 18. Enkel circulaire huishoudelijke verpakkingen op de markt brengen
- 19. Nog meer industrieel verpakkingsafval sorteren
- 20. Zwerfvuil helpen verminderen

Circulariteit



- 21. Nog meer circulaire economie in de voedingsketen

Pijler 3
Futureproof loopbanen
stimuleren

**Wat eten we
morgen?**

Futureproof loopbanen stimuleren

Werkbaar werk



22. Zorgen voor een kwalitatieve werkomgeving

Gezondheid en veiligheid op het werk



23. Een veiligere werkplek creëren

Futureproof loopbanen stimuleren

Loopbaanontwikkeling



- 24. Verder investeren in duurzame loopbanen en levenslang leren

Aantrekkelijkheid van werkgevers



- 24. Talenten aantrekken
- 25. De aantrekkelijkheid als werkgever verhogen

Pijler 4
Samen waarde creëren



Samen waarde creëren

Concurrentiekracht om te groeien



- 27. De concurrentiekracht van onze bedrijven versterken
- 28. De internationalisering van de Belgische voedingsindustrie bevorderen
- 29. Investeren in innovatie

Duurzame toeleveringsketen



- 30. Sterke partnerships en eerlijke handelspraktijken in de toeleveringsketen waarborgen
- 31. Voorkeur voor duurzame landbouwgrondstoffen

Lokale bevoorrading



- 32. Meer grondstoffen van lokale herkomst

Meer weten?

Ontdek de volledige duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie, inclusief actieplannen en voorbeelden, op www.watetenwemorgen.be



food.be

Small country. Great food.

'Food.be – Small country. Great food.' is the promotional brand created by Fevia, the Belgian food and drink federation. Discover the quality, diversity and innovation of more than 1.200 Belgian food and drink companies on **food.be**