

De internationalisering van de Belgische voedingsindustrie bevorderen

Export is de groeimotor van de Belgische voedingsindustrie. Als klein land met een open economie moeten we onze blik op de wereld blijven richten. Zo kunnen Belgische voedingsbedrijven duurzaam verankerd blijven in België en bijdragen aan een duurzaam voedingssysteem.



Wat is onze doelstelling richting 2025?

We willen dat onze export per jaar met een gemiddelde van 5% blijft groeien. Hiervoor moeten we de concurrentiepositie van onze bedrijven in het buitenland verbeteren en meer Belgische voedingsbedrijven internationaal actief maken.

Het Europees marktaandeel van de export van Belgische voedings- en drankenbedrijven kent al enkele jaren een neerwaartse trend, zowel naar landen binnen als buiten de Europese Unie. We willen deze negatieve tendens keren en een positieve evolutie bekomen op drie vlakken:

1. Een groter aandeel exporterende voedingsbedrijven
2. Meer omzet uit export
3. Een groter aantal exportbestemmingen

Hoe willen we die doelstelling bereiken?

We zijn ervan overtuigd dat we kunnen bijdragen aan een duurzamer voedingssysteem en tegelijk onze internationalisering kunnen bevorderen. Dat doen we door de milieu-impact van onze producten, gemeten over de totale levenscyclus, steeds lager te maken en zo beter te scoren dan concurrenten in andere landen. We sourcen de grondstoffen bij voorkeur uit hun natuurlijke habitat (waar mogelijk in België, of anders daarbuiten). We streven ernaar om via innovatie zo efficiënt mogelijk onze kwalitatieve producten te produceren en zoeken multimodale transportvormen met een zo laag mogelijke ecologische voetafdruk.

Om de internationalisering van de Belgische voedingsindustrie te bevorderen, slaat Fevia de handen in elkaar met haar partners uit de keten en met de publieke instanties bevoegd voor internationaal ondernemen. Samen ontwikkelden we “Food2025. An export strategy for the Belgian food industry”, een langetermijnstrategie voor internationaal ondernemen met 5 doelstellingen:

1. We vergroten de politieke steun voor de export van Belgische voeding en dranken, door de impact van internationaal ondernemen op omzet, toegevoegde waarde en werkgelegenheid te benadrukken in onze politieke contacten.
2. Samen met de overheidsinstanties bevoegd voor internationaal ondernemen (waaronder de FOD Buitenlandse Zaken, de FOD Economie, Douane, het FAVV, het Agentschap voor Buitenlandse

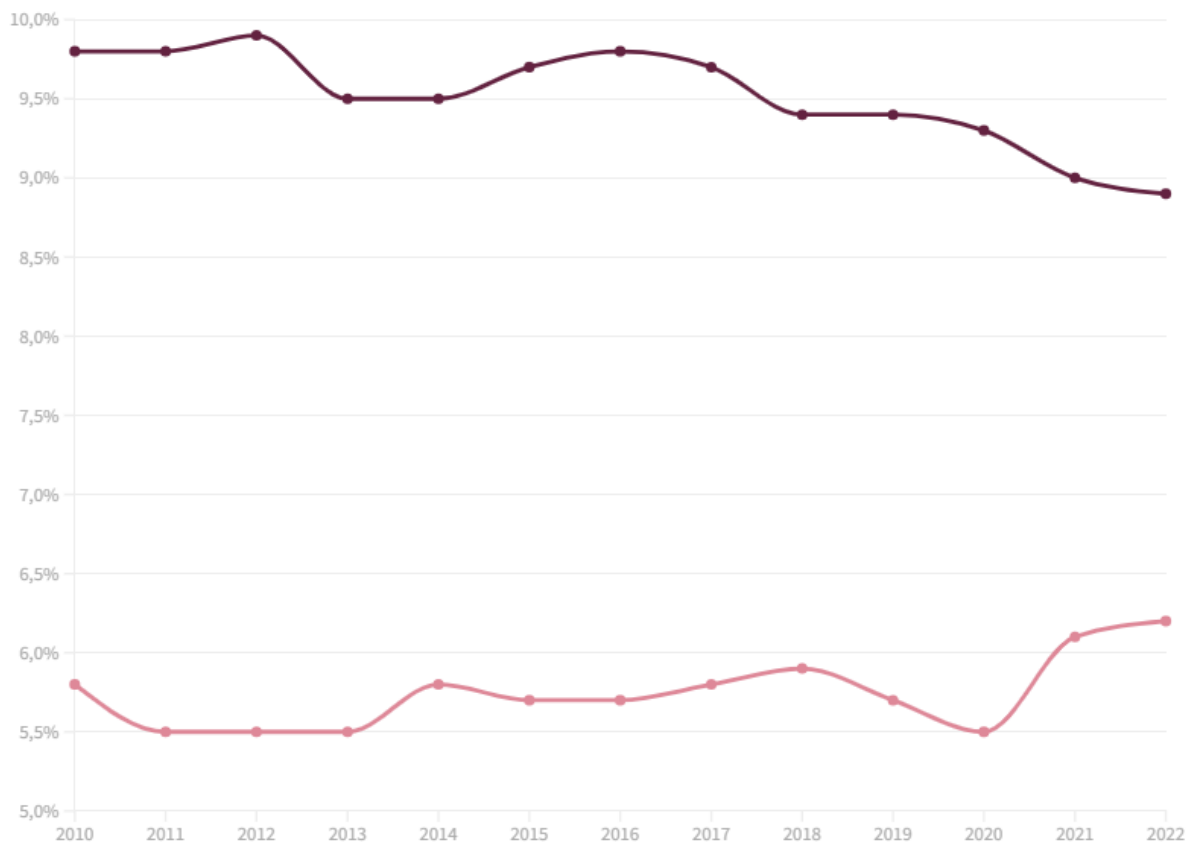
Handel en de regionale exportagentschappen) zorgen we voor de nodige publieke ondersteuning voor Belgische voedingsbedrijven op het internationale toneel.

3. Samen met onze leden en partners versterken we het imago van Belgische voeding en dranken in het buitenland met ons promotiemark "Food.be – Small country. Great food." We zetten onze sterktes in de kijker via online communicatie en promotionele events gericht op buitenlandse retailers, importeurs, distributeurs en voedingsbedrijven in onze belangrijkste afzetmarkten.
4. Samen met de overheden vergroten we de markttoegang voor Belgische producten, door onze belangen te verdedigen in internationale handelsakkoorden en via marktopeningsdossiers op strategische markten.
5. Samen met de agentschappen voor internationaal ondernemen versnellen we de internationalisering van de voedingssector door opleidingen rond zakendoen op buitenlandse markten, door buitenlandse studiereizen, missies en staatsbezoeken, door deelname aan voedingsbeurzen, door nieuwe skills rond e-commerce en online zakendoen en door onze aanwezigheid op online verkoopplatformen te versterken.

Waar staan we vandaag?

Elk jaar publiceert Eurostat cijfers over het aandeel Belgische export ten opzichte van de totale export uit EU-lidstaten. Deze cijfers maken het mogelijk om te zien hoe de positie van Belgische voedings- en drankenbedrijven verandert ten opzichte van hun Europese concurrenten wat betreft intracommunautaire handel en export buiten de Europese Unie.

Aandeel van de Belgische export in de totale Europese export



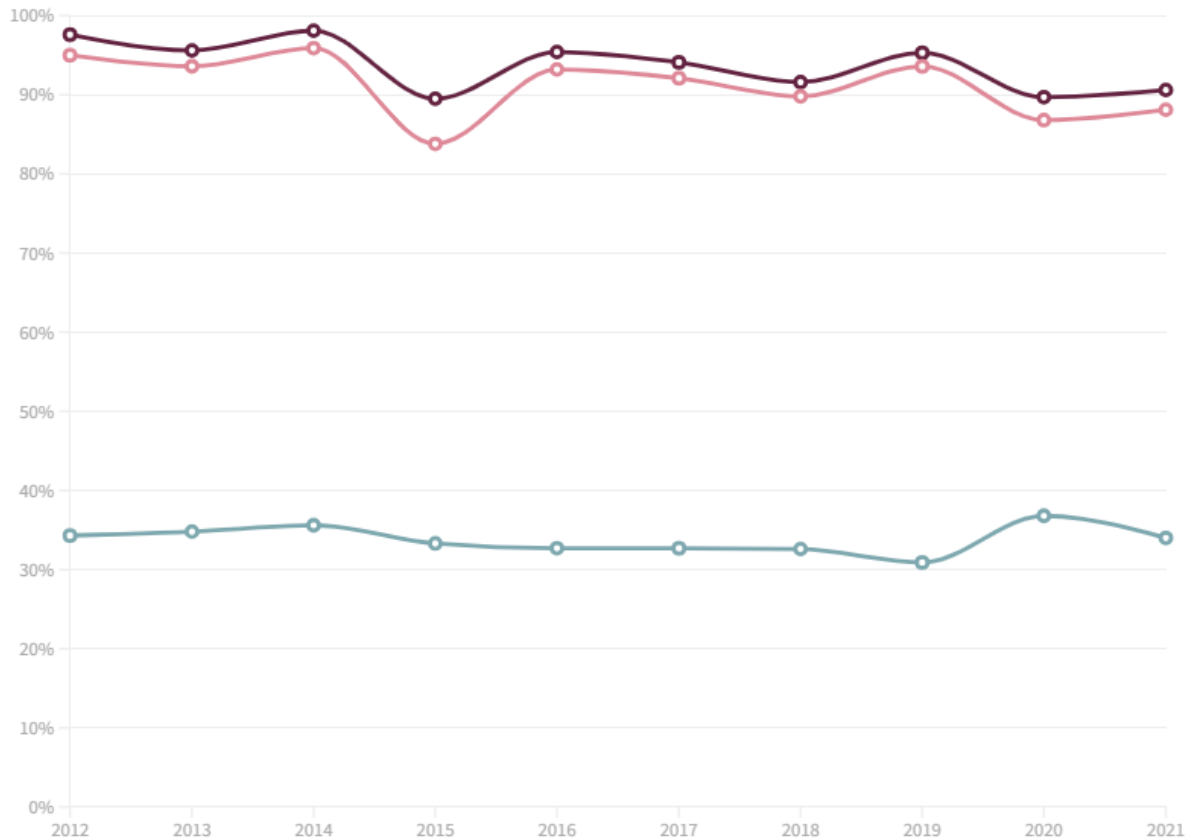
Extra-EU

Intra-EU

Bron: Eurostat

De grafiek toont dat het Belgisch aandeel intracommunautaire handel sinds 2016 daalt. Het Belgisch aandeel in export buiten de Europese Unie kende tussen 2018 en 2020 ook een neerwaartse trend maar is fors gestegen in 2021.

Aandeel bedrijven die exporteren (excl. artisanale bakkerijen)

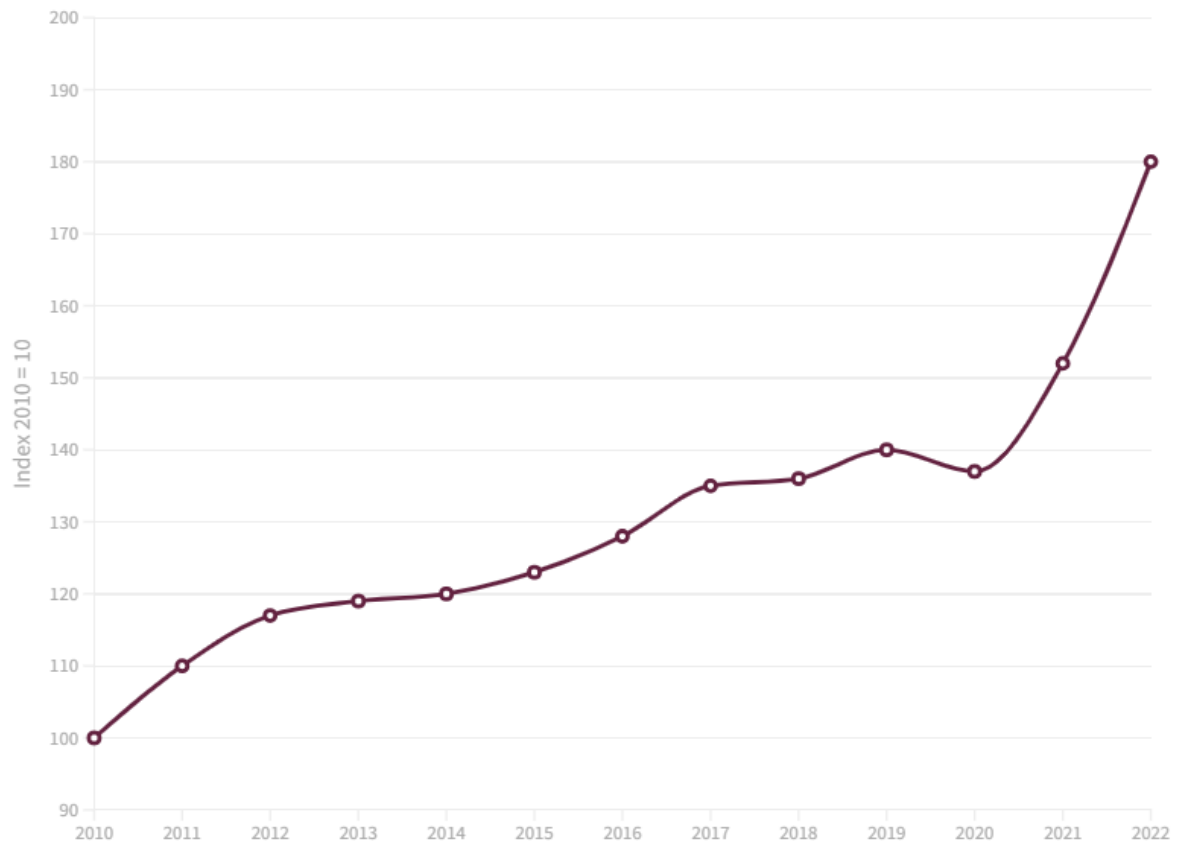


Wereld
 Intra-EU
 Extra-EU

Bron: Eurostat, RSZ, eigen berekeningen

Met uitzondering van het (corona)jaar 2020, zien we een consistente stijging van de totale exportomzet:

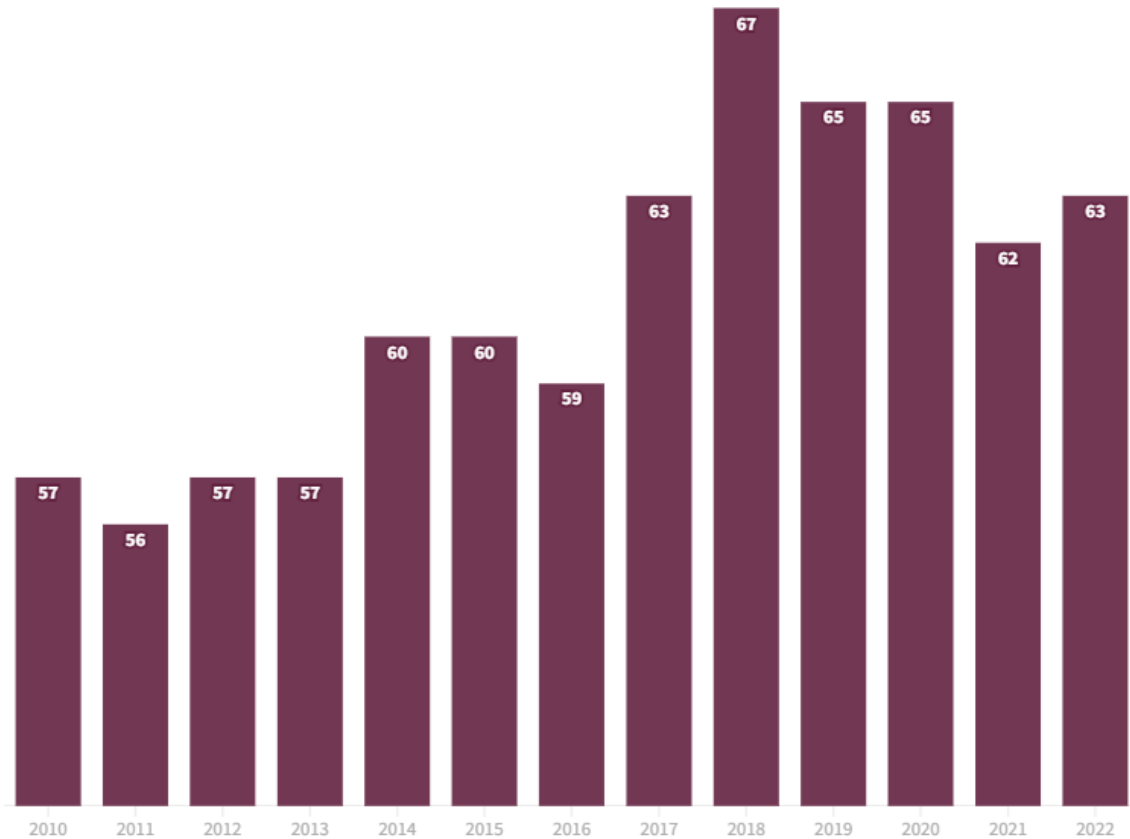
Evolutie van de exportomzet



Bron: NBB

Wanneer we naar het aantal exportbestemmingen kijken, zien we duidelijk een stijgende tendens. Alleen de landen waar onze export meer dan één duizendste van onze wereldwijde export (in waarde) vertegenwoordigt, nemen we in rekening.

Aantal landen



Bron: NBB, eigen berekeningen

Wat doen we concreet als sector?

Fevia realiseert de doelstellingen van onze Food2025 exportstrategie aan de hand van jaarlijkse actieplannen. Die stellen we op in nauw overleg met onze voedingsbedrijven en met de regionale agentschappen voor internationaal ondernemen. Fevia Vlaanderen werkt samen met Flanders Investment & Trade binnen het kader van een structureel partnerschap. Fevia Wallonie heeft een strategische samenwerking met de agrifood cluster van Agence Wallonne à l'Exportation et aux Investissements Étrangers. Fevia Brussel stemt af met hub.brussels.

- Fevia Wallonie, AWEX en Wagralim ontwikkelden een online Export Wegwijzer die voedingsbedrijven op weg zet bij hun zoektocht naar informatie, contacten en events rond export.
- De voedingsbedrijven bereidden zich voor op en passen zich aan aan de Brexit dankzij seminars en webinars en een online opleiding “Brexit en douane voor de voedingsindustrie”.
- Fevia en honderden van haar leden nemen actief deel aan handelsmissies en staatsbezoeken naar belangrijke exportmarkten. De voedingssector groeide de voorbije jaren uit tot de grootste delegatie onder de deelnemende bedrijven op strategische markten.

- Fevia Vlaanderen organiseert Exportboost trajecten, bestaande uit webinars/seminars en retailstudiereizen, om bedrijven meer inzicht te geven in de potentiële exportmarkten.
- Fevia Wallonie trekt samen met een pilootgroep van voedingsbedrijven volop de kaart van de “e-business”. Een online gids wijst bedrijven naar opleiding, begeleiding en subsidies voor hun initiatieven op dit vlak.
- Belgische voedingsbedrijven vinden aankopers uit via de “Brands from Belgium” showcase pagina op het B2B platform RangeMe.

Wat hebben wij gedaan sinds de lancering van de roadmap?

- In het kader van het contract Ondernemerschap met VLAIO volgden een twintigtal voedingsbedrijven de Food Export Academy van Fevia Vlaanderen, een opleidingstraject rond internationaal ondernemen bestaande uit 4 Masterclasses. Deze gingen steeds door op een locatie waar de deelnemers internationaal ondernemen in de praktijk zagen (havens van Antwerpen en Zeebrugge, brouwerij en e-commerce hub in Liège Airport).
- Fevia bereidde samen met het FAVV en de regionale agentschappen voor internationale handel haar leden voor op de verschillende fasen van de Brexit via webinars, nieuwsberichten en overleg met de Britse Border-Controll Post in Sevington, waarlangs een deel van de Belgische voeding en dranken zal moeten passeren voor documentaire en fysieke controles.
- Tijdens de Belgische Economische Missie naar het VK organiseerde Fevia een workshop en een high-level seminarie rond de Belgisch-Britse handelsrelatie post-Brexit, samen met de Britse sectorvertegenwoordiger. Samen met een 15-tal leden deden we aan marktverkenning tijdens een retail tour langs diverse warenhuizen in Londen.
- Tijdens de Belgische Economische Missie naar de VS ontdekten een 30-tal voedingsbedrijven het potentieel voor de export van Belgische voeding en dranken naar de Oostkust van de VS tijdens een “Food & Innovation” tour in Rhode Island. Een 40-tal voedingsbedrijven nam deel aan het voorbereidende webinar met inzichten over het Amerikaanse retaillandschap en consumentenvoorkeuren.
- Tijdens de Belgische Economische Missie naar Japan bezochten een dertigtal voedingsbedrijven de warenhuizen met het meeste potentieel voor hun producten en bezochten ze verschillende aankopers. Tijdens het kick-off webinar van de missie lichtte Fevia het belang van de Japanse markt voor de Belgische voedingssector toe.
- Tijdens de Belgische Economische Missie naar Australië bespraken een 15-tal voedingsbedrijven hun exportmogelijkheden door gesprekken met Australische experts rond import, distributie, retail, foodservice en voedingsbeurzen.
- Fevia Vlaanderen organiseerde een Exportboost traject rond Denemarken en Zweden met een focus op bio, vegan, free from ... voeding. Tijdens de studiereis naar Kopenhagen en Malmö (november 2022) verkenden 13 Fevia leden het retail landschap en bezochten ze de Nordic Organic Food Fair.
- Fevia Vlaanderen organiseerde een Exportboost traject rond Frankrijk met een focus op regelgeving en foodservice. De deelnemers versterkten hun exportstrategie door bezoeken aan retail, foodservice en de groothandelsmarkt van Rungis.
- Fevia Wallonie, AWEX en Wagralim versterkten de kennis van voedingsbedrijven op vlak van e-business (e-commerce, online buyer-seller matchmaking, digital marketing, ...) en wezen hen de weg naar info, opleiding, begeleiding en steunmaatregelen via een online wegwijzer, infostanden op het Cross Border E-Commerce Forum 2021, 2022 en 2023, Food Connections 2022 en een presentatie op de Export Days by Wallonia.

- Samen met de regionale agentschappen voor internationaal ondernemen lanceerde Fevia een “Brands from Belgium” showcase pagina op het buyer-seller platform RangeMe, waaraan alvast 25 bedrijven deelnemen. Zij kwamen in contact met aankopers uit de VSA, Canada, het VK, Australië, Nieuw-Zeeland, Polen, Nederland en België.
- Met betrekking tot Europese handelsakkoorden steunde Fevia de oproep van het VBO naar de Brusselse en Waalse regeringen om 9 goedgekeurde akkoorden te ratificeren. Fevia informeerde haar leden over het in 2023 goedgekeurde akkoord met Nieuw-Zeeland en besprak tijdens de missie naar Australië de praktische implicaties voor de voedingssector van het op til zijnde handelsakkoord met dit land. Het nam deel aan een VBO-paneldebat rond de voordelen van het handelsakkoord met Japan, aangevuld met een praktijkgetuigenis van Fevia-lid Milcobel. Ook lichtte Fevia de belangen van de voedingsindustrie toe in een Kamerdebat rond een mogelijk Mercosur-akkoord.