

## **Export is de drijvende kracht voor 187.000 jobs in België**

### **Nieuw rapport over de economische ontwikkeling van de Belgische voedingsindustrie**

*Brussel, 23 april 2015 - In 2014 was de voedingsindustrie de sterkhoudster van de Belgische industrie: de investeringen kenden een recordgroei van 11,9% en de werkgelegenheid hield goed stand, wat in sterk contrast staat met de rest van de industrie. "De reden van ons economisch succes is duidelijk te zoeken in de export, en voornamelijk de verre export die een groei van 12,5% kende. Door die export kunnen we investeren en jobs in ons land houden," aldus Bernard Deryckere, voorzitter van FEVIA, de federatie van de voedingsindustrie. "Maar tegelijk worden voedingsbedrijven geconfronteerd met drie remmen op de groei: het gebrek aan bepaalde technische profielen, onze loonkostenhandicap ten opzichte van buurlanden en de energiekosten."*

#### **Recordinvesteringen en een lichte groei van de werkgelegenheid**

Met een stijging van 0,1% tot 73.219 voltijdsequivalenten noteert de werkgelegenheid in de voedingsindustrie een lichte groei. Rekening houdend met directe en indirecte jobs, is de voedingsindustrie in België in totaal goed voor 186.707 voltijdsequivalenten. Dat staat in schril contrast met de verwerkende industrie waar vorig jaar 9.177 voltijdsequivalenten wegvielen. De voedingsindustrie vergroot zo zijn aandeel in de totale industriële tewerkstelling (in arbeidsvolume) tot 17,7%.

De bedrijven die actief zijn in de voedingsindustrie hebben sterk geïnvesteerd en tekenen een stijging van 11,9% op tegenover 2013. De investeringen bereikten hiermee een recordhoogte van 1,3 miljard euro.

#### **Verre export groeit 12,5%**

In 2014 bleef de export van de voedingsindustrie stijgen met 2,1%. Dit resulteerde in een positieve handelsbalans voor voeding en dranken van 3,9 miljard euro, ofwel een mooie groei van 11,8%. Frankrijk, Nederland en Duitsland vertegenwoordigen 57,1% van de export, maar de belangrijkste groei doet zich voor in de nieuwe EU-lidstaten (+5%) en in de verre export (+12,5%). De export naar de Verenigde Staten steeg opnieuw fors (+17,4%) tot 452 miljoen, waardoor het de onbetwiste verre exportkampioen wordt. Andere sterke groeiers waren Brazilië (+31,9%) en China (+23,6%).

De vijf productcategorieën die het beste scoren in het buitenland zijn vlees (13%), zuivel (13%), groenten en vruchtenbereidingen (10%), bereidingen van graan (10%) en dranken (10%).

De voedingsindustrie heeft deze goede resultaten te danken aan verschillende factoren, zoals de kwaliteit en productveiligheid van de voedingsmiddelen die in België worden geproduceerd en de proces- en productinnovatie. Bovendien is de Belgische voedingsindustrie zeer sterk op het vlak van organisatie- en marketinginnovatie.

#### **Perspectieven voor 2015**

*"Een interne studie onder de leden van FEVIA toont aan dat de groei op buitenlandse markten de belangrijkste reden is om mensen aan te werven," aldus Chris Moris, directeur-generaal van FEVIA. "Het gebrek aan bepaalde profielen zoals machineoperatoren, technici en mechanici blijft wel een enorme uitdaging voor Belgische voedingsbedrijven."*

Uit de interne studie komen de volgende factoren naar boven als belangrijkste rem op de groei in 2015:

1. Gebrek aan geschikte profielen zoals machineoperatoren, techniekers en mekaniekers.
2. Een loonkostenhandicap die 21,8% hoger ligt dan in de drie buurlanden
3. De meerkosten op energie exploderen voor kleine verbruikersprofielen.
4. Indien de regering niet de nodige aanpassingen doet aan de kilometerheffing, zal dit de sector 456 jobs kosten.

#### **Het merk 'Belgische voeding' internationaal op de kaart zetten.**

Om deze redenen, en omwille van het belang van de export, doet FEVIA een aantal concrete aanbevelingen waaronder een verlaging van de loonkostenhandicap, het afstemmen van het onderwijs op de noden van de industrie door de uitbouw van duaal leren, en vooral een blijvende inzet op export.

De Wereldtentoonstelling die op 1 mei 2015 van start gaat in Milaan, met als thema « Feeding the world, energy for life », biedt hiervoor een unieke mogelijkheid. *“We moeten het merk ‘Belgische voeding’ internationaal nog sterker op de kaart zetten als de referentie voor kwaliteit, diversiteit en innovatie. Met het concept « Food.be – Small country. Great food » gaan we in het Belgisch Paviljoen exact dat doen en onze export zo een extra duw in de rug geven. Zo kunnen we blijven investeren en jobs in ons land behouden,”* besluit Bernard Deryckere.

\* \* \*

#### **Contactpersoon:**

Nicholas Courant

Communication manager

Tel: +32 (0)2 432 32 53

GSM: +32 (0)478 24 31 49

E-mail: [nc@fevia.be](mailto:nc@fevia.be)