



Hoe garanderen we een correcte prijs voor iedereen?

Verslag van een rondetafel dialoog over hoe we samen waarde kunnen creëren

November 2023

Fevia

Beste lezer,

We staan voor verschillende maatschappelijke uitdagingen. Het brengen van kwalitatieve en betaalbare producten op de markt, is daar één van. De Belgische voedingsindustrie wil daarom werken aan een duurzamer voedingssysteem, maar dat kan ze uiteraard niet alleen. Want sterke partnerships en eerlijke handelspraktijken zijn een voorwaarde om antwoorden te bieden op deze uitdaging. Met de duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie hebben we daarom de ambitie om de hele voedingsketen te versterken. Zo creëren we meerwaarde voor iedereen.



De ronde tafel over een correcte prijs ging door in november 2023 en vond plaats bij l'Union Wallonne des Entreprises in Louvain-la-Neuve. Voedingsbedrijven, landbouworganisaties, actoren uit de retail, academici, vertegenwoordigers van de overheid en middenveldorganisaties bespraken onder meer welke factoren een rol spelen om een correcte prijs te definiëren.

Het resultaat van dat gesprek vind je verder in deze brochure. We bedanken de deelnemers voor hun inzichten en zijn er rotsvast van overtuigd dat we vanuit die samenwerking onze ambities om het voedingssysteem te verduurzamen, kunnen waarmaken.

Carole Dembour
Senior Economic Advisor



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 samen waarde te creëren	6
Samenwerken aan duurzaamheid: 10 inzichten uit een dialoog over de “correcte” prijs	7
Duurzaamheid in de praktijk: voorbeelden van onze leden	13

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. Lekkere voeding 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 samen waarde te creëren

Om ervoor te zorgen dat we in België op een duurzame manier kunnen blijven investeren, innoveren, waarde en tewerkstelling creëren, moeten we zorgen dat de gemiddelde winstgevendheid van onze bedrijven op een aanvaardbaar niveau komt en blijft.

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 concurrentiekracht van onze bedrijven versterken

Onze doelstelling richting 2025

We willen waken over de concurrentiekracht van onze bedrijven en dus minimaal een gelijk speelveld met onze buurlanden bekomen. Daarvoor moeten we de loonkostenhandicap, de energiekostenhandicap en de lasagne aan taksen wegwerken.

Onze strategie om die doelstelling te bereiken

Via de verschillende organen waarin wij vertegenwoordigd zijn en in partnerschap met de sectoren zullen wij de nadruk leggen op de noodzaak om drie handicaps aan te pakken waarmee onze voedingsbedrijven te kampen hebben:

- **Loonkosten:** interprofessioneel via het VBO en sectorale onderhandelingen.
- **Energiekosten:** het beperken van de federale meerkosten via het VBO en de regionale meerkosten via VOKA en UWE.
- **Fiscaliteit en grensoverschrijdende aankopen:** een brede coalitie van werkgeversfederaties die oproepen tot de invoering van een controle op onze fiscale handicap door, als eerste stap, het opzetten van een monitoring door een onafhankelijke overheid (FOD Economie, Planbureau, ...).

Onze doelstellingen om samen waarde te creëren

Eerlijke handelspraktijken zijn een voorwaarde om kwalitatieve en betaalbare producten op de markt te brengen en om antwoorden te bieden op maatschappelijke uitdagingen. Fevia zal daarom haar leden informeren en sensibiliseren over de wetgeving tegen oneerlijke handelspraktijken.

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.



Sterke partnerships en eerlijke handelspraktijken in de toeleveringsketen waarborgen

Onze doelstelling richting 2025

In april 2019 heeft het Belgisch parlement een nieuwe wet aangenomen die oneerlijke marktpraktijken in B2B-relaties, misbruik van economische afhankelijkheid en het gebruik van onrechtmatige bedingen in overeenkomsten verbiedt.

Tegelijk stemde de Europese Unie een richtlijn inzake oneerlijke handelspraktijken in de relaties tussen ondernemingen in de landbouw- en voedselvoorzieningsketen. Deze UTP-richtlijn (Unfair Trading Practices) stelt dwingende regels vast die bepaalde oneerlijke handelspraktijken verbieden en landbouwers en kleinere leveranciers zo beter beschermen.

Onze sector staat volledig achter deze wetgeving, maar betreurt het dat ze alleen van toepassing is op de grootste leveranciers en dat bepaalde oneerlijke praktijken die op het terrein zijn vastgesteld, over het hoofd zijn gezien. In de komende vijf jaar willen we daarom deze wetgeving versterken, maar ook de kennis en het bewustzijn van de wetgeving over oneerlijke handelspraktijken verbeteren.

Onze strategie om die doelstelling te bereiken

We willen onze bedrijven bewust maken van en doen inzetten op eerlijke handelsrelaties.

- Fevia faciliteert de toegang tot juridisch advies en ondersteuning van experts voor de leden die daar nood aan hebben.
- Fevia helpt haar leden om hun rechten beter te bewaken door juridische versterking en bevattelijke informatie (vooral gericht op kmo's) te voorzien rond eerlijke handelspraktijken.
- Fevia informeert haar leden goed over wat zij al dan niet in hun contracten en handelsrelaties moeten aanvaarden en over de juridische en andere actiemiddelen die ter beschikking staan.

Samenwerken aan duurzaamheid: 10 inzichten uit een dialoog over de “correcte” prijs

Dialoog staat centraal in de duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie richting 2025. Daarvoor organiseert Fevia twee keer per jaar rondetafelgesprekken, waarin we met stakeholders op zoek gaan naar manieren om onze doelstellingen te behalen.

Op woensdag 22 november streken we voor de vierde ronde tafel neer bij l'Union Wallonne des Entreprises in Louvain-la-Neuve. Het accent lag deze keer op de 4de pijler van de duurzaamheidsroadmap “Samen waarde creëren”, en meer specifiek op de “correcte” prijs.

Uit deze ronde tafel distilleerden we tien inzichten.



1. Het is 5 voor 12

We maken deel uit van een Europees voedingssysteem, met een heel eigen dynamiek. Iedereen staat momenteel voor een enorme transitie die grote investeringen vereist, terwijl de opbrengsten in elke schakel van de voedingsketen dalen. Deze zeer zorgwekkende situatie stelt uitdagingen in verband met het behoud van onze maatschappelijke en economische rol in het land. Onze concurrentiepositie ten opzichte van buitenlandse concurrenten zou namelijk kunnen verslechteren. De tijd dringt om vandaag te reageren om de toekomst van morgen te bepalen.

“Staat het huidige voedingssysteem onder druk? Zeker wel. We hebben veel kmo's die niet de onderhandelingskracht hebben om in te gaan tegen economisch onrealistische eisen van de retail. We zitten met een situatie die op termijn niet gezond is. De industrie en ook de landbouw staan voor een enorme transitie. De druk op de prijzen gaat nog toenemen. Als er niets verandert, zal het nog erger worden.”

– Carole Dembour,
Fevia

2. Er is nood aan een langetermijnvisie en -aanpak

We kunnen nu al actie ondernemen, maar de ontwikkeling van bedrijfsactiviteiten, investeringen o.m. in duurzaamheid, sensibilisering van consumenten en politieke beslissingen op verschillende niveaus, vragen om een heldere en coherente langetermijnvisie en -aanpak. De uitbouw van samenwerkingen, tussen schakels in de ketens en met de politiek, gebaseerd op een gedeelde visie, moet de context voor de langere termijn helpen bepalen.

“Hoe kunnen we consumenten begeleiden naar bewuster consumeren, zodat we samen zorgen voor een positieve impact op gezondheid en milieu? Dat is de vraag die we moeten beantwoorden.”

– Geoffroy Gersdorff,
Carrefour

3. De “juiste” prijs in elke stap

De “correcte” of “juiste” prijs is een complex gegeven met veel verschillende facetten, waaronder verrichte of geplande investeringen (bv. in duurzaamheid), eerlijke handelspraktijken, billijke vergoeding van elke speler en belastingen. Het communiceren van het verschil tussen die “correcte” prijs en de prijs die consumenten moeten betalen, zou volgens de deelnemers, het koopgedrag weinig beïnvloeden. Voor de consument blijft voornamelijk de prijs-kwaliteitsverhouding doorslaggevend. Daarom is het zo belangrijk om met deze aspecten rekening te houden in elk stadium van het product, van boer tot bord.

“De echte prijsinformatie geven, is geen oplossing. Dat brengt niks bij. De investeringskosten blijven voor de bedrijven die in transitie moeten.”

– Pieter Verhelst,
Boerenbond

4. Meer fierheid voor onze kwaliteitsproducten

Eerder dan prijzen te willen verantwoordelijk of te drukken, moeten we onze “lokale” producten (her)opwaarderen, zodat consumenten er een eerlijke prijs voor willen betalen. Naast de bestaande kleinere, regionale initiatieven die Belgische kwaliteitsproducten promoten, is dus zeker nog nood aan bredere sensibiliseringscampagnes om de consument meer fierheid bij te brengen.

“We moeten de consument beter informeren over de herkomst van producten. Op die manier kan hij of zij, indien gewenst, de voorkeur geven aan lokale producten.”

– Julie Frère,
Testaankoop

5. Lokale producten, maar vooral lokale relaties

Het begrip “lokale” producten dekt de lading niet, want de aanvoer van grondstoffen kan van nature geografisch ver weg liggen. “Lokaal” is in onze context trouwens eerder “Europees”. De “korte keten” is een andere aanpak die een ander voordeel biedt: het creëert transparantie op kwaliteit en (betere) prijs. We zijn gehecht aan onze Belgische verankering. Maar we moeten als klein land met een open economie onze blik op de wereld blijven richten. Er moet ruimte blijven voor zowel import als voor export. Bovendien moeten sommige producten, om competitief te blijven, op een zekere schaal grootte geproduceerd worden.

We moeten de verschillende concepten dus niet tegen elkaar uitspelen, maar eerder de relaties tussen lokale/Europese spelers aanmoedigen en waar mogelijk versterken.

“Moet onze basisvoeding, zoals we die vandaag kennen, niet vanuit onze regio blijven komen om een gezonde Belgische agrovoedingsketen te behouden als onderdeel van een gezond economisch weefsel? En dat naast een exporteconomie die verankerd is in het Belgische DNA?”

– Ingrid Boom,
Colruyt

6. Herwaardering van het ketenoverleg

Er bestaan interventiemechanismes en overlegstructuren voor prijsbepaling, maar die zijn beperkt tot enkele producten. In een poldermodel kan het ketenoverleg een nieuwe faciliterende rol spelen. Een deel van de grote discussies kunnen voorbereid worden. Er kan verder gewerkt worden op methodieken voor prijsbepaling op ketenniveau, dat als kader kan fungeren binnen branches. Duurzame samenwerkingen leveren nog andere voordelen op zoals veerkracht, meer vertrouwen, langetermijnrelaties met afnemers, stabiliteit en transparantie.

“Het ketenoverleg kan een kader creëren voor initiatieven op verticaal niveau binnen de keten. Ook vanuit de politiek wordt het nog altijd gezien als valabel instrument in tijden van crisis. De aandacht op niveau van de ketenpartners is hier de afgelopen jaren wel gedaald. Het wordt tijd dat we het instrument terug naar waarde schatten en opwaarderen.”

– Michael Gore,
FEBEV

7. Transparantie schept vertrouwen

Iedereen is zich bewust van zijn rol, probeert zijn impact te beperken en maakt positieve evoluties door. De consument moet nog beter geïnformeerd worden. Duidelijke en transparante communicatie leidt niet alleen tot meer vertrouwen, maar ook tot betere samenwerkingen, correcte prijzen, heldere afspraken en spelregels.

“Met meer rechtstreekse contacten kan de sector transparanter en leefbaarder zijn.”

– Nathalie De Greve,
Comeos

8. Werken per voedingsketen

Gezondere voedingskeuzes aanleren en stimuleren is geen eenvoudige opdracht. Integendeel: het is een complexe materie die een mix van maatregelen en strategieën vraagt. Er is een nauwere samenwerking met alle partijen nodig om de consument op de correcte manier aan te sporen. Iedereen moet mee zijn: voedingsbedrijven, leveranciers, retail en handelaars, cateraars en horeca, de overheid...

“We moeten per voedingsketen werken, in partnerships, niet in silo’s. De legitimiteit moet komen van de actoren in elke voedingsketen.”

– Donatienne van Houtryve,
Farm for Good

9. Gedeeld leiderschap door overheid en sectoren

De verschillende overheden hebben een belangrijke rol, onder meer om een langetermijnvisie te ontwikkelen, regels en afsprakenkaders vast te leggen, controles uit te voeren, een level-playing field op fiscaal en regelgevend vlak te creëren. Zij hoeven hierin echter niet altijd de trekker te zijn. De industrie kan zeker het voortouw nemen, bijvoorbeeld voor sensibiliseringscampagnes, initiatieven rond regeneratieve landbouw en visieontwikkeling.

“De agrovoedingssector werkt momenteel op internationaal niveau aan de definitie van een regeneratieve landbouw. De vraag wie het voortouw neemt, de industrie of de overheid, is niet relevant. Het belangrijkste is om de stakeholders bij deze oefening te betrekken.”

– Nathalie Guillaume,
Danone

10. De consument meekrijgen

De consument blijft een sleutelpositie innemen. Enerzijds zijn er zo'n elf miljoen Belgen die we de toegang tot gezonde voeding moeten blijven garanderen. Anderzijds is het aan de consumenten om voor onze kwaliteitsproducten te kiezen en te betalen. Zij liggen echter niet altijd wakker van zaken als duurzaamheid en correcte prijzen voor iedereen. De agrovoedingssector en de overheid moeten op een toegankelijke en transparante manier informeren en sensibiliseren over deze thema's.

“De correcte prijs bepalen? Dat is een samenspel van alle actoren: de consument, de producent en retail, de overheid maar ook kennisinstellingen. Met elkaar en in volledige transparantie.”

– Els Breugelmans,
KU Leuven

Duurzaamheid in de praktijk: voorbeelden van onze leden

We willen de concurrentiekracht van onze bedrijven versterken en sterke partnerships en eerlijke handelspraktijken in de toeleveringsketen waarborgen. Daarvoor nemen onze voedingsbedrijven verschillende initiatieven. Ontdek deze en andere food.be snacks vol inspirerende voorbeelden in de online duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie.

Hoe Danone samen
waarde creëert



Mondelez investeert
in koekjesfabriek in
Herentals



Op naar een duurzame
chocoladesector met
Beyond Chocolate



Mozzarella Experience
Center versterkt
Milcobels positie als
mozzarella expert



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





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 X

Fevia