



Economische ontwikkeling van de Belgische voedingsindustrie

Economisch Jaarverslag 2016 - 2017

03	Voorwoord	20	Werkgevers	42	Terugvloei naar de overheid
04	SWOT-analyse	24	Buitenlandse handel	44	Conjunctuurprognose
06	Omzet	28	Verre uitvoer	48	Opleidingen
10	Toegevoegde waarde	32	Marge en lonen	52	Innovatie
12	Investeringen	34	Distributiekkanalen	56	Nawoord
16	Werkgelegenheid	38	Prijzen	57	Kerncijfers 2016
		58	Small country. Great food.		

Beste lezer,

Om met de deur in huis te vallen: de Belgische voedingsindustrie creëerde in 2016 netto meer jobs en investeerde 11% meer dan in 2015. Op dat vlak kunnen we spreken van een goed jaar.

Onder meer dankzij de lastenverlagingen zijn jobs, jobs, jobs geen loze woorden maar een realiteit. Toch is het werk nog lang niet af. De loonkostenhandicap van de Belgische voedingsindustrie blijft in 2016 op 17,5% steken. Zonder extra maatregelen dreigt de loonkostenhandicap zelfs opnieuw toe te nemen. De regering heeft dus een belangrijke verantwoordelijkheid om verder te gaan op de ingeslagen weg.

Wat we de regering echter uitdrukkelijk vragen, is om de noodzakelijke lastenverlagingen niet te financieren met bijkomende heffingen en belastingen op voeding en dranken. De Belgische markt staat immers voor enkele ongekende uitdagingen. Wat velen voorspelden is in 2016 helaas uitgekomen: de omzet van de voedingsindustrie op de Belgische markt daalt. Zowel de verkoopvolumes als de prijzen gaan in het rood. De omzet van de Belgische voedingsindustrie op haar thuismarkt is in 2016 met niet minder dan 1,7% afgenomen.

Grensaankopen en de toegenomen concentratie van de retail zijn de boosdoeners. Door een opeenstapeling van taksen

en heffingen stijgen de grensaankopen in 2016 met 7,8%. Sinds 2008 zijn de grensaankopen met meer dan 50% toegenomen. De consument stemt met zijn voeten en koopt waar de prijzen het laagst zijn. Tegelijk wordt de Belgische retail meer en meer geconcentreerd en minder en minder Belgisch. Het klassieke Belgisch model, gekenmerkt door een divers aanbod van producten met een hoge toegevoerde waarde, lijkt te verdwijnen. Een grondige reflectie dringt zich op. Eén zaak is duidelijk: in deze context extra belastingen of een statiegeldsysteem invoeren, is onverantwoord!

In 2016 was de export meer dan ooit de motor van de groei van de Belgische voedingsindustrie. We exporteren niet alleen meer, we exporteren ook naar steeds meer landen een steeds diverser aanbod. De kwalitatieve, diverse en innovatieve producten die onze bedrijven voor de Belgische markt ontwikkelen, liggen aan de basis van ons succesverhaal in het buitenland.

Toch ook hier een belangrijke waarschuwing. Indien de protectionistische golf die de wereld lijkt te overspoelen zich doorzet, zal de voedingsindustrie hier het eerste slachtoffer van zijn.

Het experiment met verplichte oorsprongsetikettering in Frankrijk en in andere Europese landen zet de Europese interne markt voor een existentiële crisis. De Europese Commissie mag deze proefprojecten niet langer door de vingers zien. Ook het aanhoudende Ruslandembargo, de Brexit en de verkiezing van President Trump zijn een bedreiging voor onze export en dus voor onze groei op korte en langere termijn.

Als klein land zijn wij slechts een confettistipje op de wereldkaart en zijn wij verplicht om met een open blik naar buiten te kijken. Samen met het promotiemark "Food.be - Small country. Great food." en met alle stakeholders geloven wij rotsvast in een mooie toekomst voor de Belgische voedingsindustrie. We scharen ons dan ook achter de imagocampagne 'België. Eigenzinnig fenomenaal' van de federale overheid, die de trots op Belgische voeding internationaal mee uitdraagt.

Laten we de handen in elkaar slaan en nu doen wat nodig is om duurzaam te blijven groeien, vandaag en in de toekomst.



Baron Jean F. Eylenbosch
Voorzitter FEVIA



Chris Moris
Directeur-generaal FEVIA

FEVIA

Federatie Voedingsindustrie
Fédération de l'Industrie Alimentaire



Strengths

Exportgroei buiten de EU-15

Sterkste groei naar Oost-Europese lidstaten en verre markten (VS, China)

Werkgelegenheid neemt toe

Een industriële sector die werkgelegenheid in België houdt (+ 1% VTE in 2016)

Stijgende investeringen en productie

Absoluut recordbedrag investeringen in 2016 en relatief gezien meer dan de rest van de Belgische industrie

Innovatie en O&O

Absolute koploper op vlak van procesinnovatie in vergelijking met onze buurlanden

Opleidingen en kwaliteit arbeidskrachten

1,6% van personeelskosten gaat naar vorming van personeel tegenover 1,4% bij rest industrie

Kwaliteit en reputatie

Kwaliteit Belgische voeding en dranken krijgt wereldwijd erkenning



Weaknesses

Verkopen op de binnenlandse markt

Omzet daalt in 2016 met 1,7% door grensaankopen en druk op de prijzen vanuit de handel

Valorisatie innovaties

Hinkt achterop op het vlak van omzet uit nieuwe producten in vergelijking met buurlanden

Loonkosten- en energiekostenhandicap

Loonkosthandicap van 17,5% met buurlanden en meerkosten elektriciteit tot 420% duurder op 8 jaar tijd

Hoge en veelvuldige belastingen en heffingen

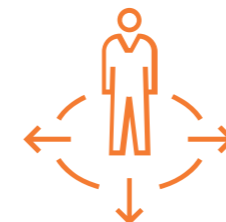
Bovenop BTW komen accijnzen, heffingen en bijdragen die in onze buurlanden vaak niet bestaan!

Mobiliteit en logistiek

Dure kilometerheffing helpt mobiliteit niet vooruit en steeds moeilijkere bevoorrading winkels

E-commerce

België hinkt achterop ten opzichte van Nederland



Opportunities

Conjunctuuropleving

Producenten- en consumentvertrouwen opnieuw positief

Betere samenwerking in de keten

Vanuit dialoog en samenwerking de Belgische markt versterken

Beter valoriseren innovaties

Valorisatie van koppositie op vlak van proces- en productinnovatie

Food.be uitspelen op de interne markt en bij export

Met het promotiemark Food.be de Belgische voeding in de kijker zetten, wereldwijd en in België

Flexibilisering arbeidsmarkt

Productieproces afstellen op marktevoluties zoals in de buurlanden



Threats

Nog hogere belastingen en heffingen

Gevaar voor nieuwe heffingen op voeding en dranken... zeker niet weg!

Verdere toename grensaankopen

Verdere afkalving van omzet op de binnenlandse markt door stijgende grensaankopen

Concentratie handel en druk op de prijzen

Grotere markt van inkoopconcerns drukken prijzen en dus marges en dus investeringen

Protectionisme en "gastro-nationalisme"

Uitkomst onderhandelingen nieuwe handelsakkoorden en Brexit onzeker. Gevaar voor nieuwe experimenten met verplicht oorsprongsetikettering in Europa

Inflatie en toename loonkostenhandicap

Hoge Belgische inflatie dreigt inspanning wegwerken loonkostenhandicap teniet te doen

Omzet

Groei ondanks krimpen van de binnenlandse markt

De voedingsindustrie is de grootste industriële sector van België

Omzet op de binnenlandse markt daalt met 1,7%

Grensaankopen voeding stijgen in 2016 met 8%



€ 50
MILJARD
OMZET

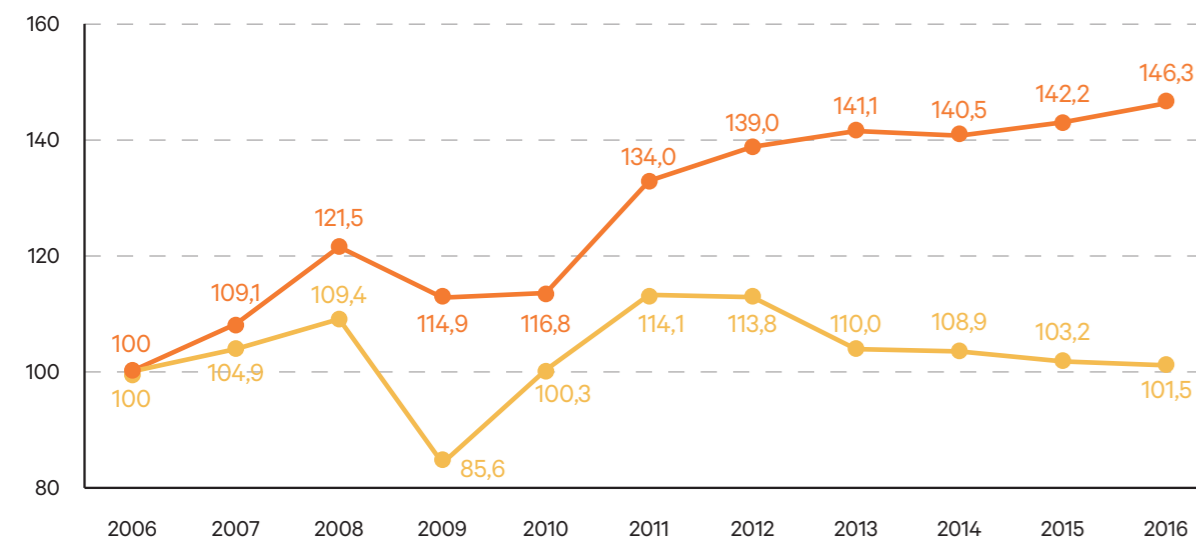


Evolutie omzet

De omzet van de voedingsindustrie groeide in 2016 met 2,9% en bedroeg naar schatting 50 miljard euro. Hiermee trekt de globale groei van de omzet opnieuw aan na een tijdelijke groei dip. De verwerkende industrie doet het in 2016 beter dan in 2015, maar kan de aanhoudende achteruitgang in de laatste 5 jaren niet stoppen. Ten opzichte van 2011 verloor de verwerkende industrie meer dan 11% van haar omzet. De omzet van de voedingsindustrie nam met bijna 10% toe over dezelfde periode.

FIG 1 - JAARLIJKSE EVOLUTIE VAN DE OMZET (INDEX 2006 = 100)

Bron: ADSEI (trimestriële BTW-aangiftes)



- Voedingsindustrie
- Verwerkende industrie

› Binnenlandse markt onder druk

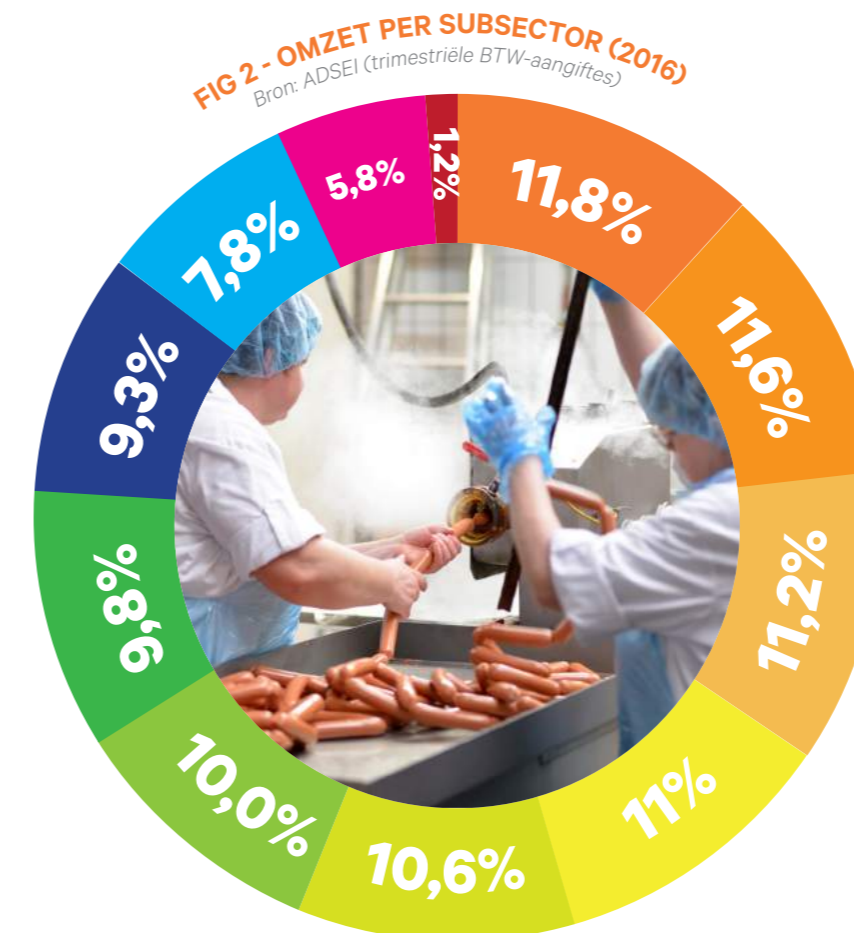
De omzet van de voedingsindustrie op de binnenlandse markt daalt in 2016 wel met 1,7% en bevindt zich nu zelfs onder het niveau van 2013. Dit wijst op een toenemende (prijzen)druk op de Belgische voedingsmarkt. Een andere verklaring zijn de grensaankopen die in 2016 weer met bijna 8% zijn toegenomen.



Verdeling omzet

De omzet is meer en meer gelijkmatig verdeeld tussen de verschillende subsectoren. Er is niet één sector die er bovenuit springt.

Belangrijke sectoren in termen van omzet zijn de vleessector, de dranken (zowel alcoholisch als niet-alcoholisch), de verwerking van groenten en fruit, de oliën en de vetten, de zuivelindustrie en de vervaardiging van chocolade en suikerwerk.



- 10.1 Vleesindustrie
- 10.8 Vervaardiging andere voeding (excl. 10.82)
- 11. Vervaardiging van dranken
- 10.3 Verwerking en conservering van groenten en fruit
- 10.4 Vervaardiging oliën en vetten
- 10.5 Vervaardiging van zuivelproducten
- 10.6 Vervaardiging van diervoeders
- 10.82 Vervaardiging van chocolade, cacao en suikerwerk
- 10.7 Vervaardiging van bakkerijproducten en deegwaren
- 10.9 Vervaardiging van maalderij- en zetmeelproducten
- 10.2 Verwerking vis

› Regionale verdeling

Meer dan viervijfde van de omzet van voedingsproducten (excl. dranken) werd in 2016 gerealiseerd door ondernemingen in Vlaanderen, Wallonië levert 16% van de omzet, het Brussels Hoofdstedelijk Gewest 2%.



Toegevoegde waarde

Gestage groei in 2015

€ 8 MILJARD TOEGEVOEGDE WAARDE

+2,8 2015 TOEGEVOEGDE WAARDE

Meer dan 15% van de toegevoegde waarde in de industrie komt van de voedingsindustrie

De toegevoegde waarde van de Belgische voedingsindustrie steeg op 5 jaar met 17%

Evolutie toegevoegde waarde

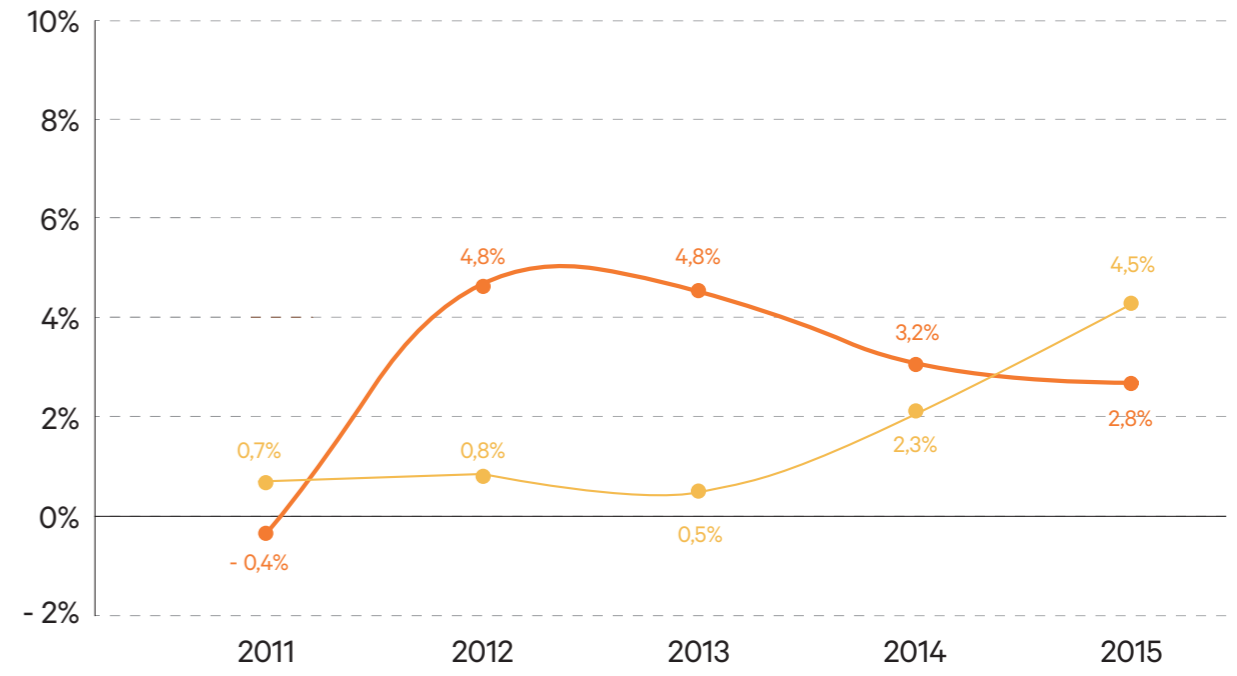
De toegevoegde waarde van de voedings- en genotsmiddelenindustrie steeg in 2015 uit boven 8 miljard euro. Dit is een stijging met 2,8% ten opzichte van 2014. In vergelijking met 2011 nam de toegevoegde waarde van de voedings- en genotsmiddelenindustrie toe met bijna 17%. In de verwerkende industrie steeg de toegevoegde waarde sinds 2011 slechts met 8%. Hierdoor is het aandeel van de voedingsindustrie in de totale toegevoegde waarde van de verwerkende industrie toegenomen van 14,2% in 2011 naar 15,3% in 2015.

Regionale verdeling

Vlaanderen genereert 72,3% van de toegevoegde waarde, Wallonië 22,5% en Brussel 5,3%. Hiermee heeft Vlaanderen in vergelijking met de verdeling bij de omzet een iets minder dominante positie.

FIG 3 - JAARLIJKSE GROEI VAN DE TOEGEVOEGDE WAARDE IN LOPENDE PRIJZEN (2011-2015)

Bron: NBB, bruto toegevoegde waarde in lopende prijzen, NUTS31



● Voedings- en genotsmiddelenindustrie (nace 10-12)
● Verwerkende industrie (nace 10-33)

Investerings voedingsindustrie nemen sneller toe dan in de rest van de industrie

Voedingsindustrie is de 2^{de} grootste industriële investeerder

Investerings in verwerking aardappelen nemen spectaculair toe

Investerings

Absoluut record in 2016



€ 1,63
MILJARD
INVESTERINGEN



+ 11%
INVESTERINGEN
IN 2016

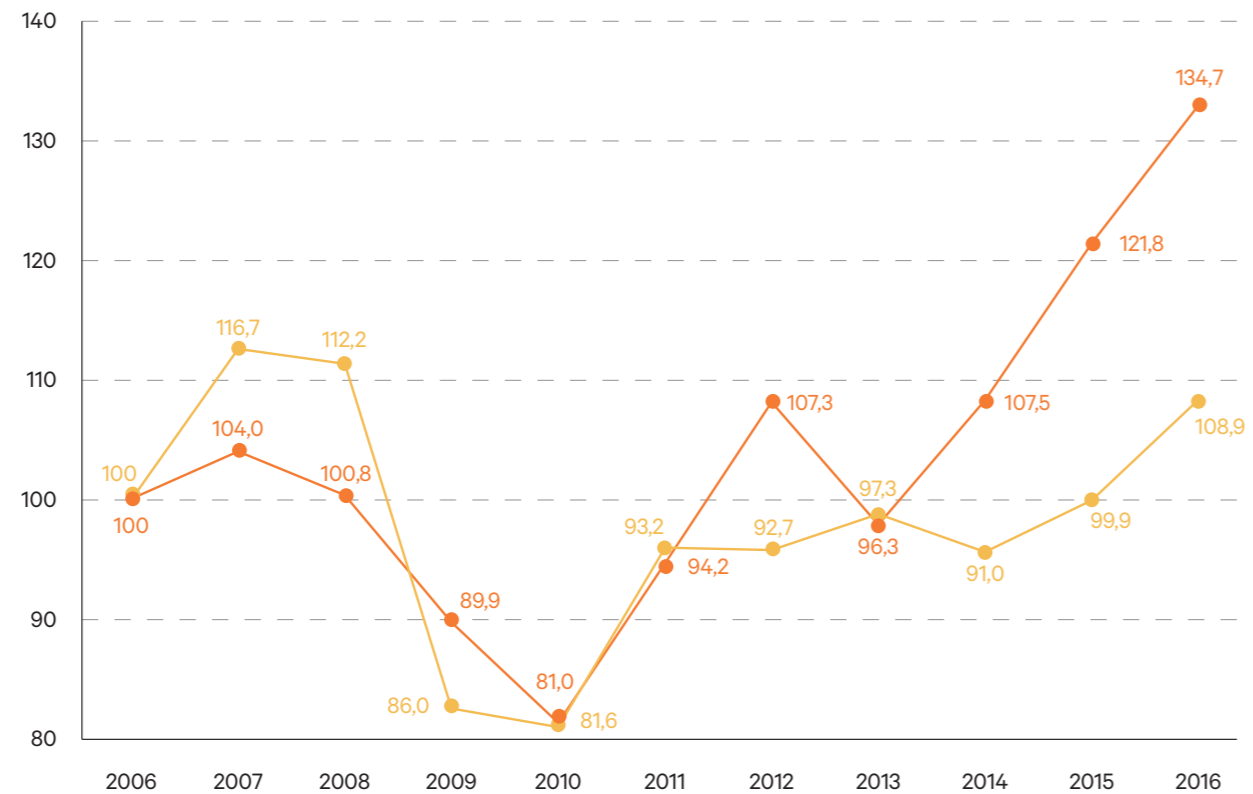
Evolutie investeringen

De voedingsindustrie investeerde in 2016 voor een absoluut recordbedrag van 1,63 miljard euro in materiële vaste activa, goed voor 22,4% van de investeringen in de verwerkende industrie. Ten opzichte van 2012 liggen de investeringen in de voedingsindustrie in 2016 bijna 26% hoger. In de verwerkende industrie zijn de investeringen met 18% gestegen.

In 2016 waren de 3 belangrijkste subsectoren in termen van investeringen de drankenindustrie (408,5 miljoen euro; + 21,4%), de verwerking en conservering van groenten/fruit (337,4 miljoen euro; + 46,6%) en de bakkerij-, koekjes- en deegwarenssector (254 miljoen euro; + 34,2%). Samen waren ze goed voor 61% van alle investeringen in de voedingsindustrie in 2016.

FIG 4 - JAARLIJKSE EVOLUTIE VAN DE INVESTERINGEN (INDEX 2006 = 100)

Bron: ADSEI (BTW-aangiftes)



● Voedingsindustrie
● Verwerkende industrie

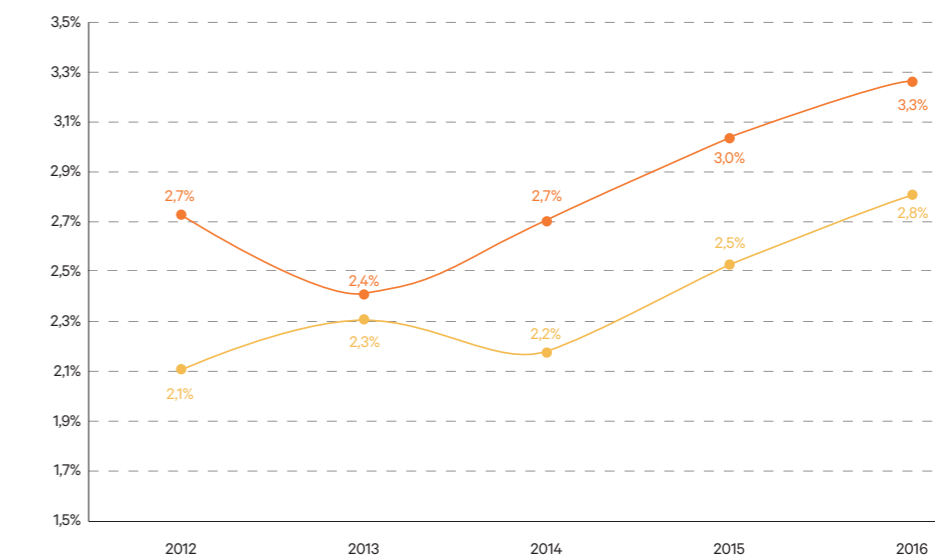
Investeringsintensiteit

Een combinatie van fors hogere investeringen en een licht stijgende omzet in 2016 zorgden ervoor dat de investeringsintensiteit (die de verhouding van de investeringen ten opzichte van de omzet meet) opnieuw sterk gestegen is in 2016.

In de laatste 5 jaar lag deze ratio in de voedingsindustrie op 2,83% ten opzichte van 2,39% in de verwerkende industrie. Gemiddeld investeerde de voedingsindustrie (met een sterke gestegen omzet) in de voorbije 5 jaar dus relatief meer dan de verwerkende industrie (met een dalende omzet).

FIG 5 - INVESTERINGSINTENSITEIT (2012-2016)

Bron: ADSEI (BTW-aangiftes)



● Voedingsindustrie (nace 10-11)
● Verwerkende industrie (nace 10-33)



Werkgelegenheid

Dé industriële jobcreator
in 2016


Voedingsindustrie zorgt voor bijna
kwart miljoen jobs

Voedingsindustrie is grootste
industriële werkgever in België

1 op de 5 jobs in de industrie is er
één in de voedingsindustrie


89.000
WERKNEMERS


138.000
INDIRECTE JOBS


vTE
IN 2016

Evolutie werkgelegenheid

De voedingsindustrie werd in 2016 nog meer uitgesproken de grootste industriële werkgever van België. Er waren in de sector 89.043 arbeidsplaatsen, goed voor 73.884 voltijdsequivalenten (VTE's). Het aantal arbeidsplaatsen is ten opzichte van 2015 met 0,7% gegroeid, de VTE's namen met 1%

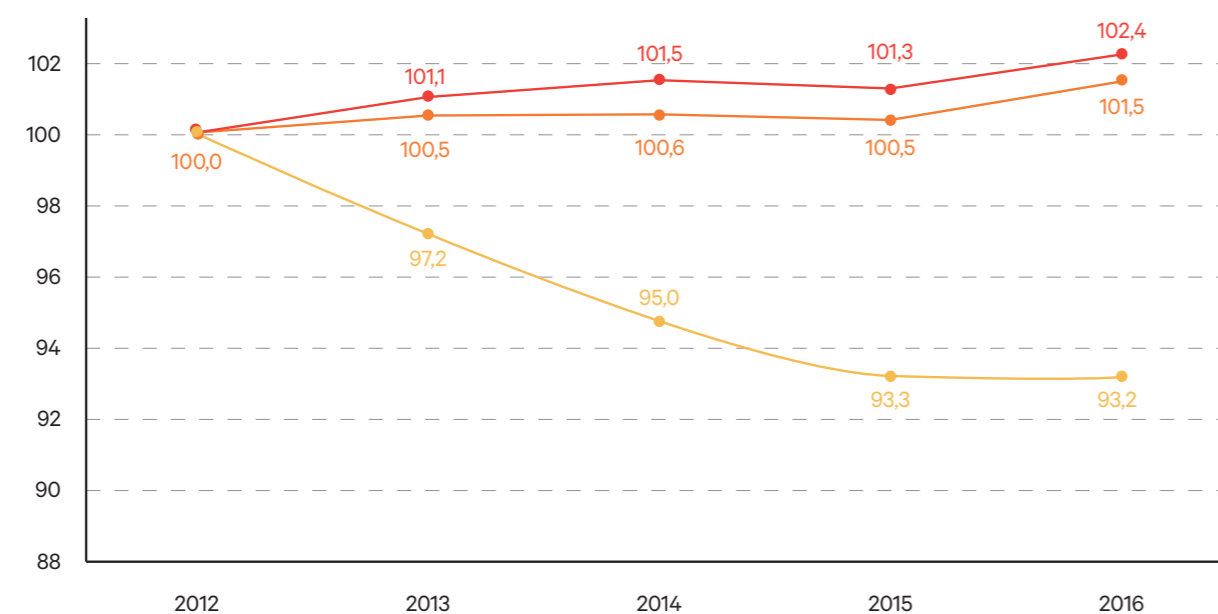
toe. Indirect stelt de voedingsindustrie via haar leveranciers nog eens 138.017 mensen indirect tewerk.

De verwerkende industrie kende in 2016 een lichte daling van de werkgelegenheid (bijna 1.100 VTE's minder dan in 2015). Hierdoor

stijgt het aandeel van de voedingsindustrie in de industriële tewerkstelling verder. Het aandeel in de arbeidsplaatsen groeide van 17,9% in 2012 naar 19,1% in 2016, uitgedrukt in VTE's steeg het aandeel van 16,7% in 2012 naar 18,2% in 2016.

FIG 6 - EVOLUTIE ARBEIDSVOLUME IN VOLTijdSEQUIVALENTEN IN BELGIË (2012 - 2016, 2012 = 100)

Bron: RSZ (gecentraliseerde statistieken), zonder interimkrachten



- VTE voedingsindustrie (excl. kleine bakkers)
- VTE voedingsindustrie (incl. kleine bakkers)
- VTE verwerkende industrie

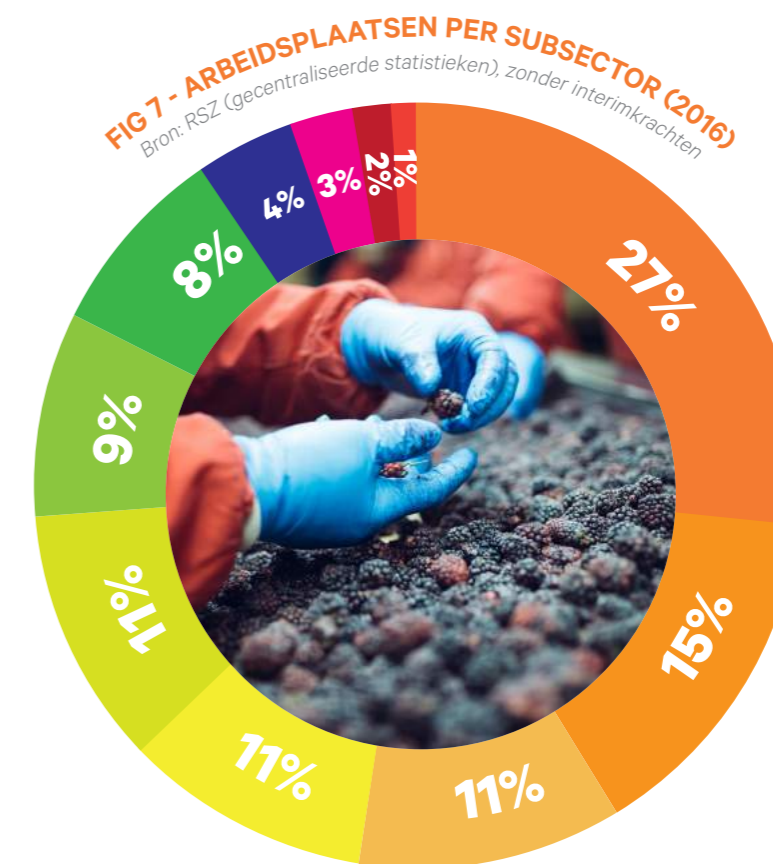
Verdeling tewerkstelling

De 3 grootste subsectoren in termen van aantal arbeidsplaatsen zijn de bakkerijsector, de vleesindustrie en de drankenindustrie, samen goed voor 52% van de totale tewerkstelling.

Ten opzichte van 2005 is de tewerkstelling bij de ondernemingen tot 49 werknemers afgenomen ten voordele van vooral middelgrote ondernemingen van 100 tot 499 werknemers. De terugval bij de kleinste ondernemingen is vooral het gevolg van het verdwijnen van kleine bakkerijen. De voedingsindustrie kent een duidelijke schaalvergroting.

Regionale verdeling

Vlaanderen telt 72% van het aantal arbeidsplaatsen, Wallonië 24% en het Brussels Gewest 4%. Vlaanderen neemt dus in vergelijking met de omzet een iets minder dominante positie in.



- 10.7 Vervaardiging van bakkerijproducten en deegwaren
- 10.1 Vleesindustrie
- 11 Vervaardiging van dranken
- 10.3 Verwerking en conservering van groenten en fruit
- 10.8 Vervaardiging andere voeding (excl. 10.82)
- 10.82 Cacao, chocolade en suikerwerk
- 10.5 Vervaardiging van zuivelproducten
- 10.9 Vervaardiging van diervoeders
- 10.6 Vervaardiging van maalderij- en zetmeelproducten
- 10.4 Vervaardiging van oliën en vetten
- 10.2 Verwerking van vis

Werkgevers

Een echte KMO-sector

96% van de werkgevers stelt minder dan 100 werknemers te werk

28% van het aantal werkgevers in de verwerkende industrie is actief in de voedingsindustrie

Schaalvergroting zet zich door



4.359
WERKGEVERS

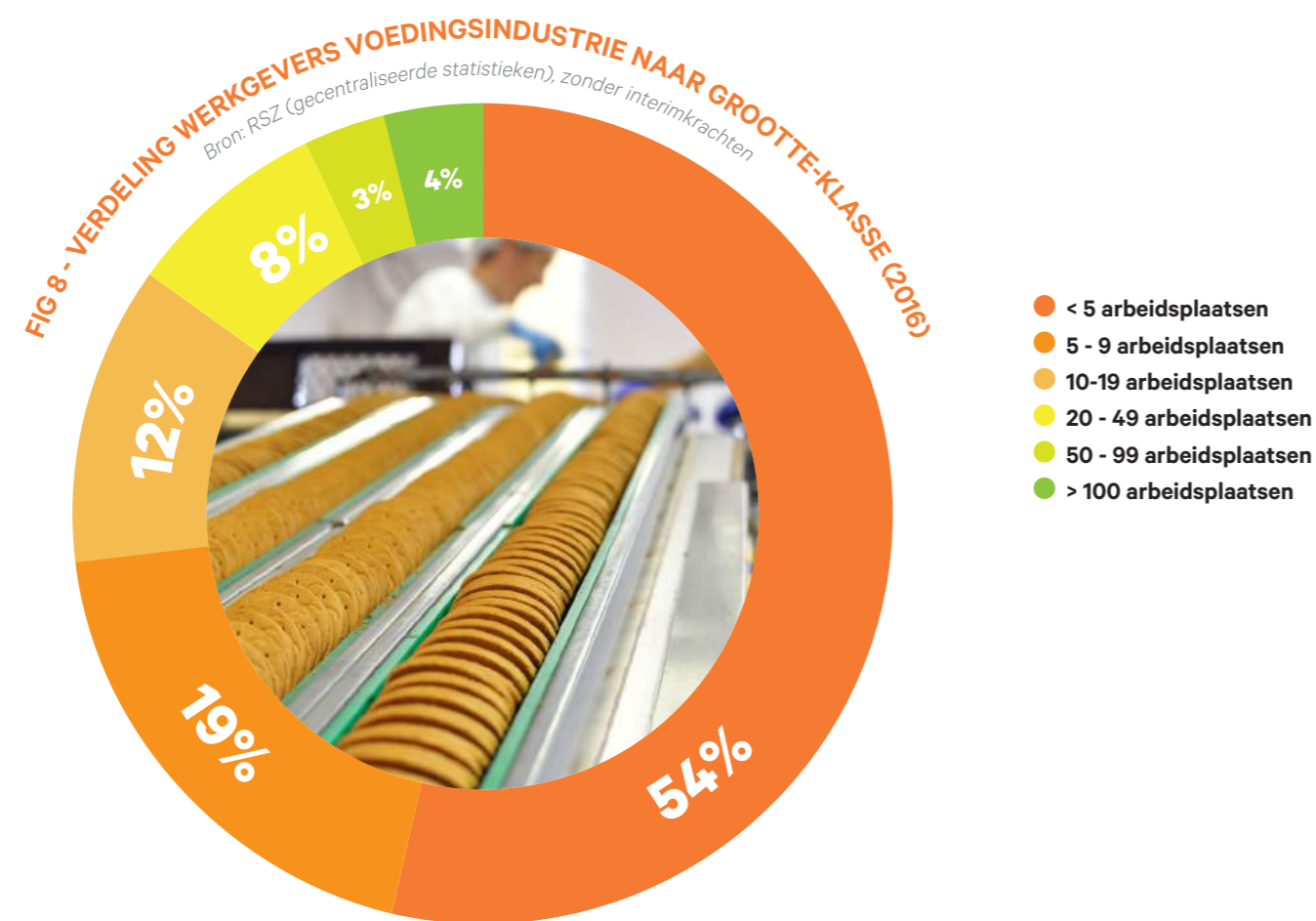


20,4
WERKNEMERS
PER WERKGEVER

Evolutie werkgevers

De voedingsindustrie telde 4.359 werkgevers in 2016, goed voor 28% van de werkgevers in de verwerkende industrie. Dit hoge aandeel volgt uit het feit dat de voedingsindustrie relatief meer KMO's telt dan de gemiddelde industriële sector.

De 3 subsectoren met het meeste aantal werkgevers zijn goed voor liefst 80% van het totale aantal werkgevers, wat vooral het gevolg is van het grote aantal kleine bakkerijen (2.645 in 2016 of 61% van het totale aantal werkgevers in de voedingsindustrie).



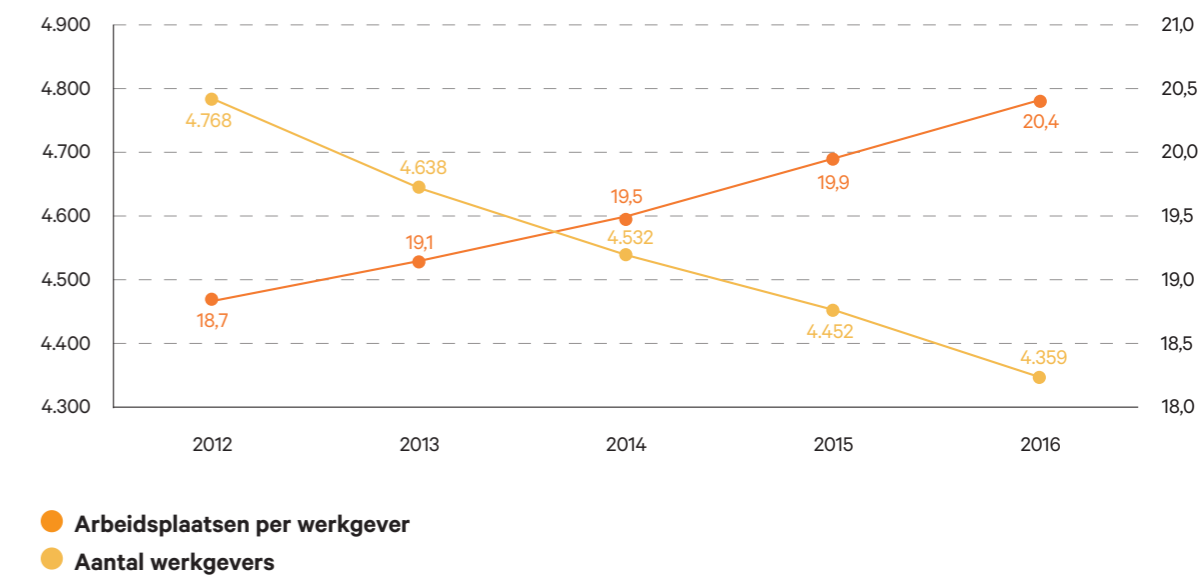
- < 5 arbeidsplaatsen
- 5 - 9 arbeidsplaatsen
- 10-19 arbeidsplaatsen
- 20 - 49 arbeidsplaatsen
- 50 - 99 arbeidsplaatsen
- > 100 arbeidsplaatsen

Omvang van de ondernemingen

De voorbije jaren is het aantal werkgevers in de voedingsindustrie jaar na jaar afgenomen (- 8,6% in vergelijking met 2012 of - 409 werkgevers). Het aantal arbeidsplaatsen per werkgever neemt jaar na jaar toe (van 18,7 in 2012 naar 20,4 in 2016).

Ondanks het duidelijke KMO-karakter van de sector vindt in de voedingsindustrie dus een gestage schaalvergroting plaats.


FIG 9 - EVOLUTIE VAN HET AANTAL WERKGEVERS EN DE GEMIDDELDE OMVANG VAN DE ONDERNEMINGEN (2012-2016)
Bron: RSZ (gecentraliseerde statistieken), zonder interimkrachten



Buitenlandse handel

Meer en meer motor van de groei

€ 24,4
MILJARD
EXPORT



+ 4,3%
2016
GROEI



56% van de uitvoer gaat naar onze buurlanden

Export in waarde naar VK daalt met 1,7% door Brexit

De uitvoer naar de Oost-Europese lidstaten en de verre export kende de grootste groei

Evolutie buitenlandse handel

De uitvoer van voeding en dranken bedroeg in 2016 naar schatting 24,4 miljard euro. De import van deze producten vertegenwoordigde een waarde van 20,7 miljard euro, waardoor er voor voeding en dranken een handelsbalansoverschot was van ongeveer 3,7 miljard euro.

In 2016 nam de uitvoer van voeding en dranken toe met 4,3%. Ten opzichte van 2012 nam de uitvoer van voeding en dranken toe met 10,6%, terwijl de uitvoer van alle goederen samen slechts een exportgroei van 6,6% lieten optekenen.

Protectionisme

Nieuwe handelsbarrières en “gastro-nationalisme” zijn een bedreiging voor de voedingsindustrie. De Brexit en de daling van het pond laat de export (in waarde) naar het VK met 1,7% dalen. De verplichte Country of Origin Labeling in Frankrijk doet

de export van zuivelproducten (in volume) met 17,1% dalen in de 2de semester van 2016.

FIG 10 - EVOLUTIE VAN DE BUITENLANDSE HANDEL VAN VOEDINGSMIDDELEN (IN MIO EURO - 2012-2016)

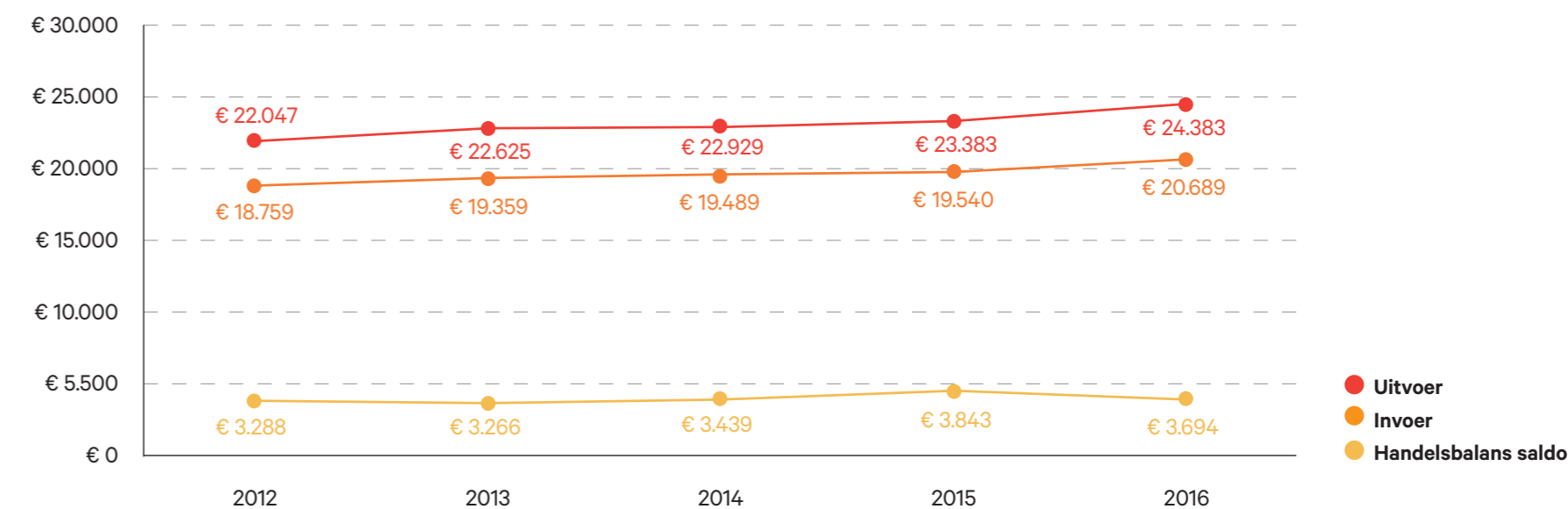
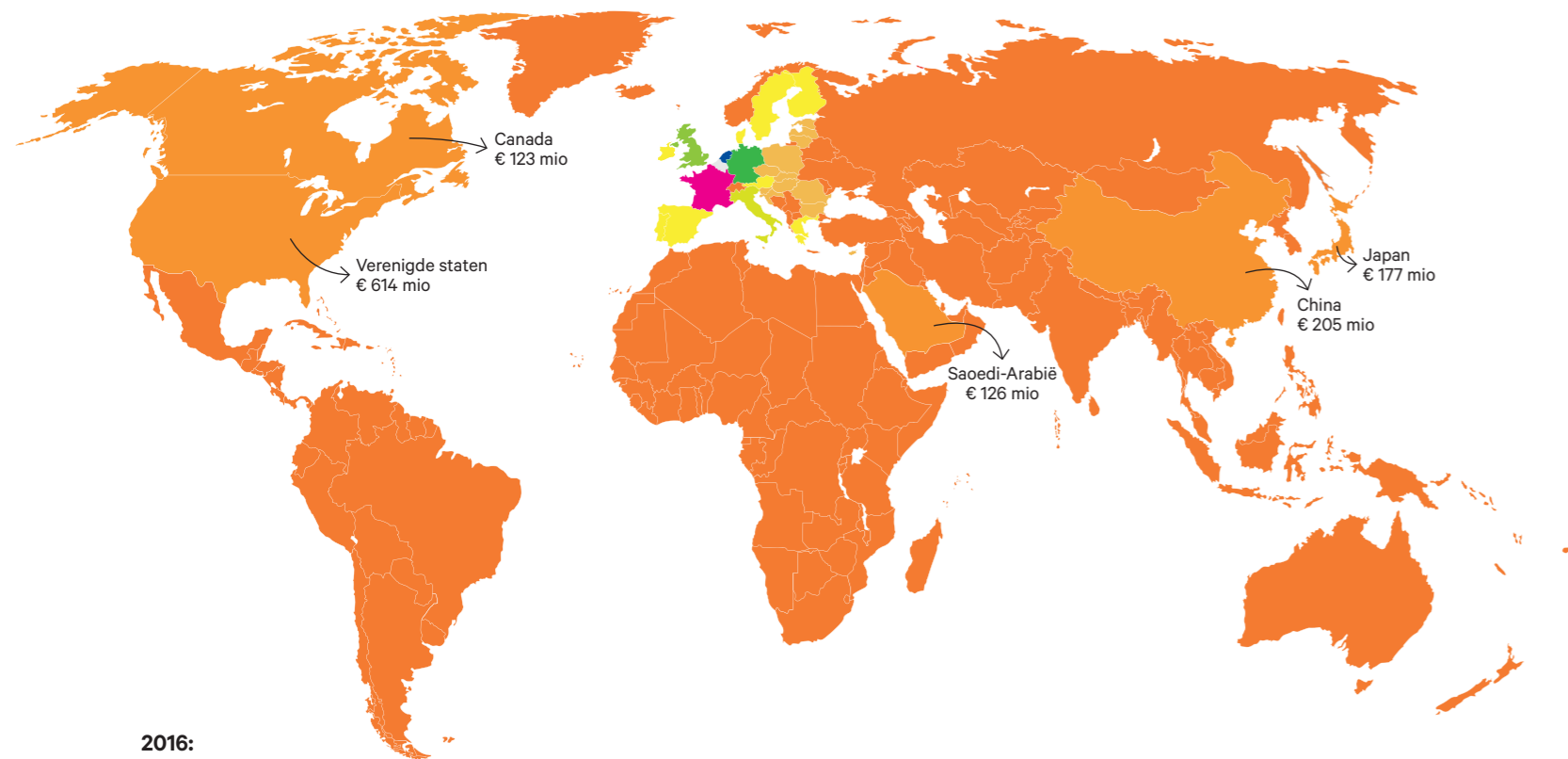


FIG 11 - GEOGRAFISCHE SPREIDING VAN DE UITVOER (2016)

Bron: NBB-INR (nationaal concept), GN Codes 02, 03, 04, 07, 09, 10, 11, 15 t.e.m. 22



2016:

- FR: 21,1%
- NL: 20,9%
- DE: 13,8%
- GB: 9%
- IT: 4%
- Rest EU-15: 12%
- Rest EU-28: 5%
- Rest van de wereld: 15%

Geografische spreiding uitvoer

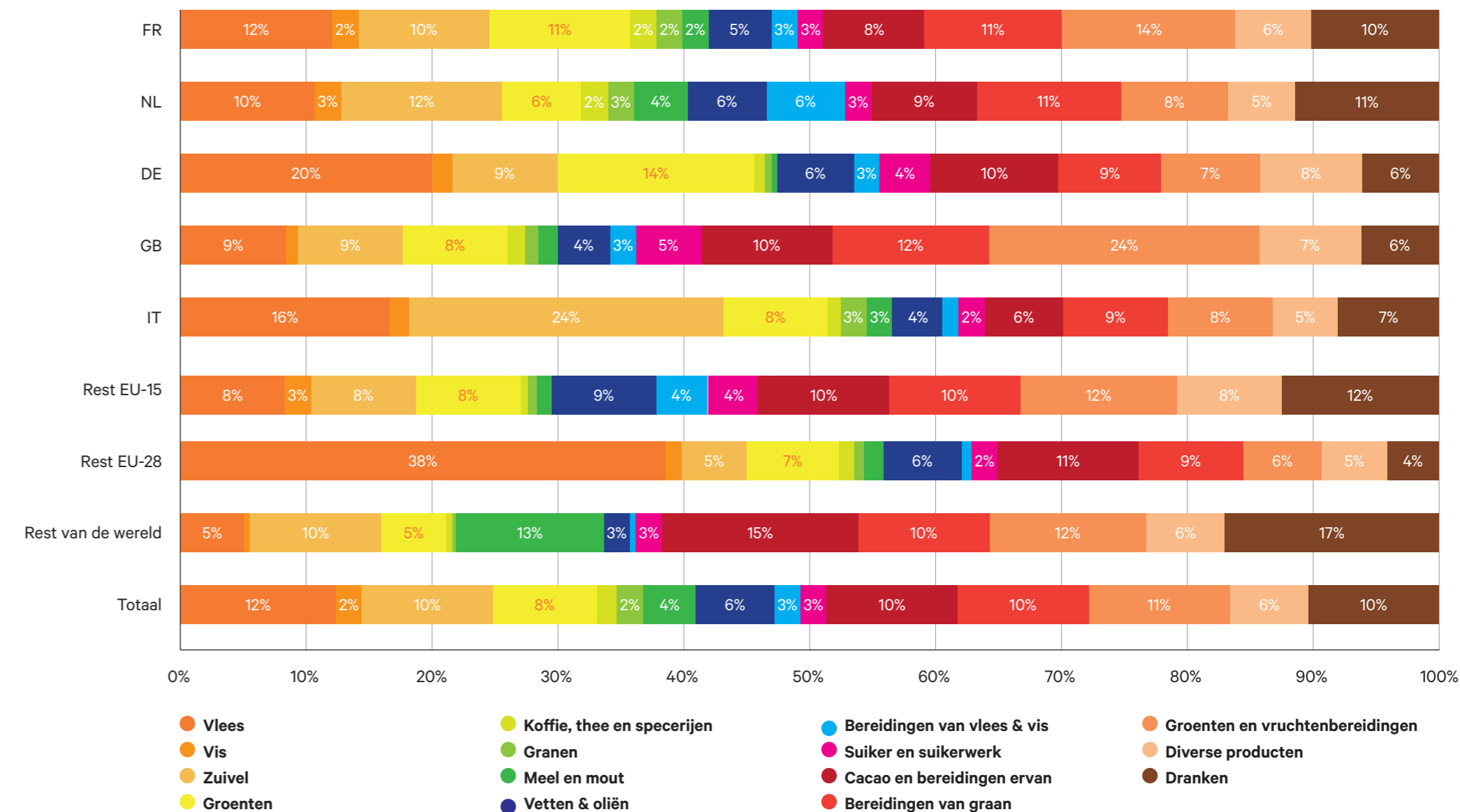
De uitvoer van de Belgische voedingsindustrie blijft in hoofdzaak gericht op de Europese Unie. Het zwaartepunt ligt bij onze directe buurlanden waar 55,8% van onze totale uitvoer naartoe gaat. Ten opzichte van 2015 nam binnen de EU-15-landen de uitvoer naar de meeste landen toe, maar 2 belangrijke uitvoerlanden deden het minder goed dan in 2015: Duitsland (- 0,7%) en het Verenigd Koninkrijk (- 1,7%).

De uitvoer deed het vooral goed naar de nieuwe lidstaten van de EU met een forse groei van 12% in 2016 ten opzichte van 2015. Onder de sterkste stijgers rekenen we Kroatië (+ 33,7%) en Bulgarije (+ 25,6%). De uitvoer naar Letland (- 27,2%) en Malta (- 9,7%) kreeg daarentegen een knauw.

De verre uitvoer kende in 2016 een groei van 5,3% tegenover 2015. In totaal gaat 15,1% van de uitvoer naar buiten de EU28.


FIG 12 - VERDELING UITVOER PER PRODUCTGROEP EN PER UITVOERMARKT (2016)

Bron: NBB-IBR (nationaal concept), GN Codes 02, 03, 04, 07, 09, 10, 11, 15 t.e.m. 22





Verre uitvoer

Geeft groeiboost
aan sector

+5,3%
2016
GROEI



€ 3,7
MILJARD
VERRE UITVOER

Export naar de Verenigde Staten
stijgt met 14,5%

Export naar China stijgt
met 26% en wordt de
2^{de} belangrijkste verre
exportmarkt van de Belgische
voedingsindustrie

Dranken, chocoladeproducten
en diepvriesaardappelproducten
belangrijkste exportproducten
buiten de EU

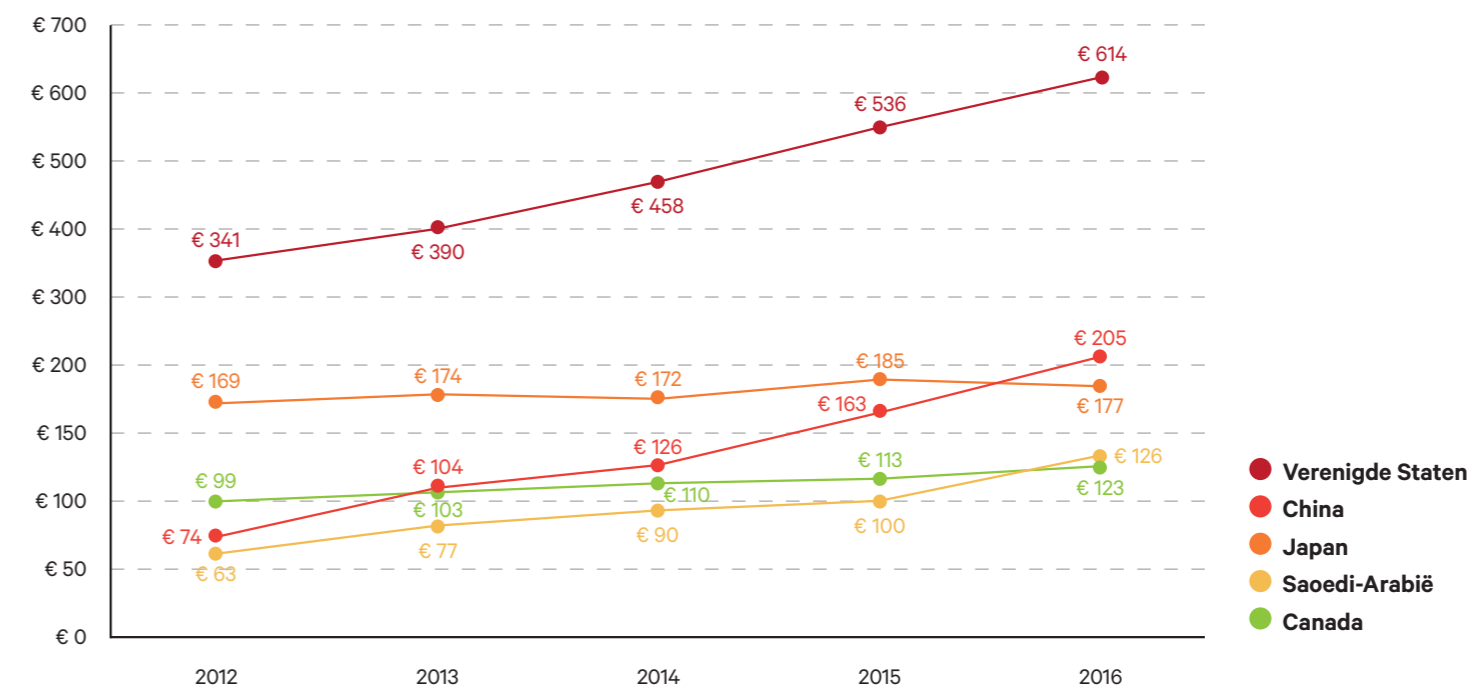
Verre uitvoer

De Verenigde Staten zet zijn steile en continue klim voort (+ 80,1% ten opzichte van 2012 en + 14,5% in 2016 ten opzichte van 2015). Het is echter vooral de export naar China die in het oog springt met een groei van + 26% in 2016 en een groei van + 177,3% ten opzichte van 2012. Hiermee wordt China de tweede belangrijkste verre exportmarkt en steekt het Japan voorbij. Ook Saoedi-Arabië is een sterke groeier met een toename van + 100,6% ten opzichte van 2012. Vooral de groei van diepvriesgroenten zijn hiervoor verantwoordelijk.

Bijna 40% van de uitvoer buiten de Europese Unie gaat naar Azië dat vooral in de laatste jaren een sterke toename in haar aandeel kende. Ook Noord-Amerika kon haar aandeel doen toenemen. Het relatieve aandeel van Afrika en de Europese landen buiten de EU (bv. Rusland, Oekraïne en Wit-Rusland) gaat er op achteruit.

FIG 13 - EVOLUTIE VERRE UITVOER IN MIO € (2016)

Bron: NBB-INR (nationaal concept), GN Codes 02, 03, 04, 07, 09, 10, 11, 15 t.e.m. 22



Verre uitvoer per product

Naar product toe zijn het de gekende Belgische exportproducten bier en chocolade die het goed doen op de verre exportmarkten. Maar ook meel en mout en diepvriesgroenten (vooral diepvries aardappelbereidingen) scoren sterk.

Naar onze belangrijkste verre uitvoermarkten de Verenigde Staten, Japan en Canada, zijn het vooral chocoladeproducten en dranken (bieren) die een belangrijk aandeel innemen in de uitvoer van Belgische voedingsproducten. Voor de Verenigde Staten en Canada zijn bereidingen van graan (vooral koekjes) en voor Japan groenten-bereidingen (vooral diepvriesaardappel bereidingen) eveneens belangrijke uitvoerproducten van ons land.

De uitvoer naar China kent een vrij evenwichtige verdeling tussen de productgroepen, al springen dranken (bieren), chocoladeproducten en vlees eruit. De uitvoer naar Saoedi-Arabië wordt vooral gedomineerd door groenten- en vruchtbereidingen (vooral diepvries aardappelbereidingen).

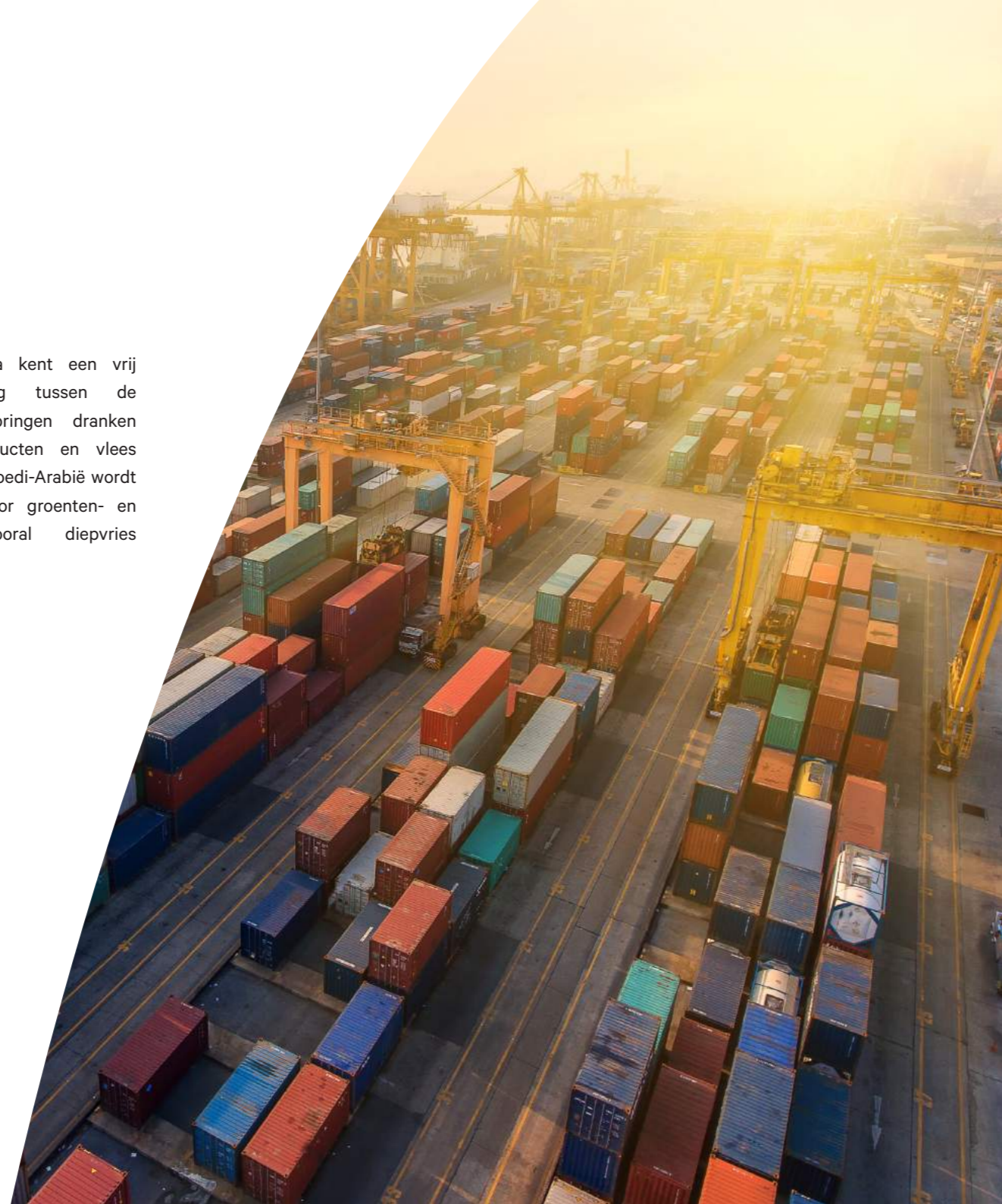
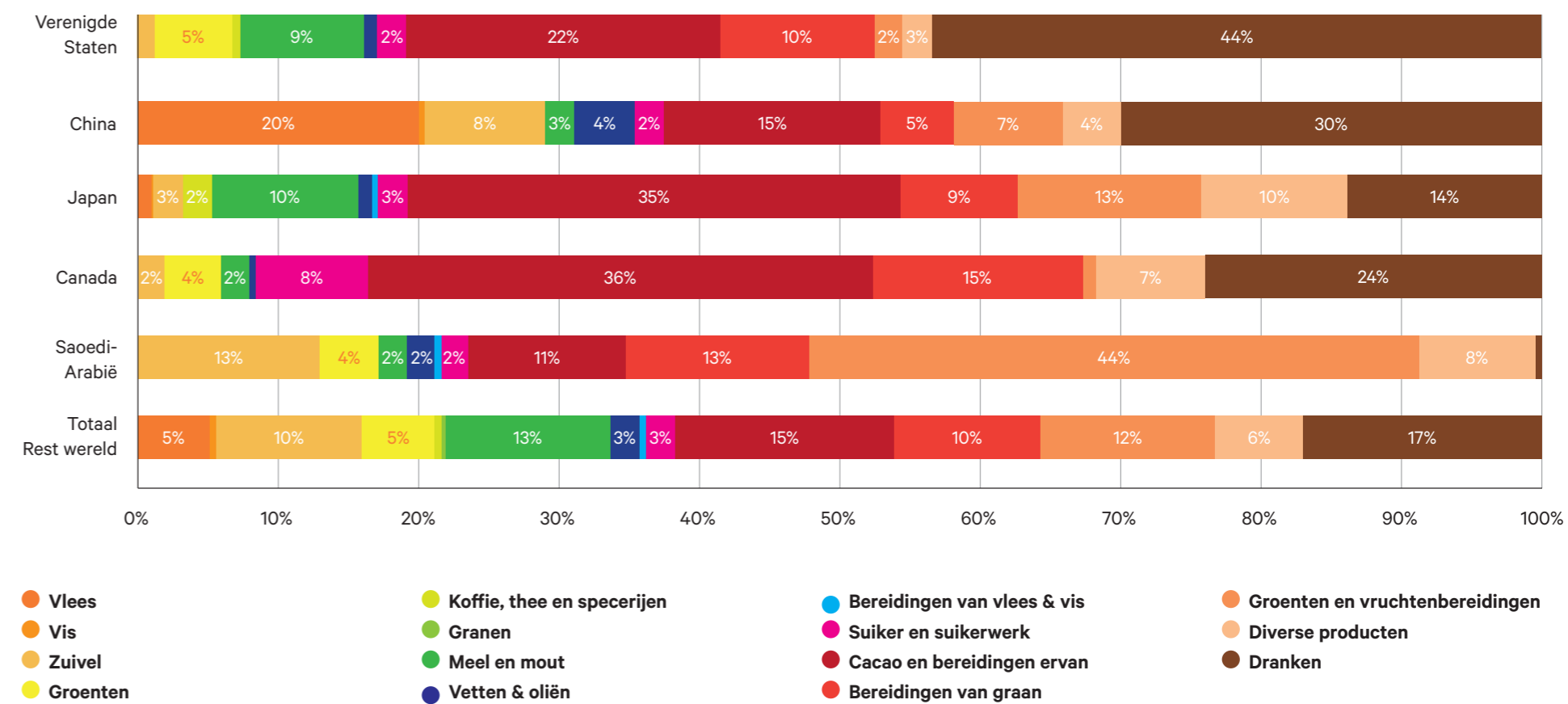


FIG 14 - VERDELING UITVOER PER PRODUCTGROEP 5 BELANGRIJKSTE VERRE UITVOERMARKTEN (2016)

Bron: NBB-INR (nationaal concept), GN Codes 02, 03, 04, 07, 09, 10, 11, 15 t.e.m. 22



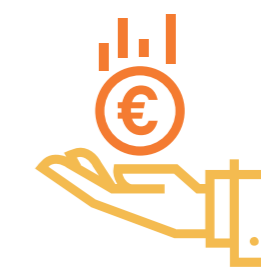
Marge en lonen

Loonkostenhandicap daalt,
jobs stijgen!

58% van de toegevoegde waarde
gaat naar loonkosten

Loonkostenhandicap daalt dankzij
regeringsmaatregelen maar blijft
onaanvaardbaar hoog

Meer acties nodig
om loonkostenhandicap
verder af te bouwen



4,5%
NETTO
MARGE



17,5%
LOONKOSTEN-
HANDICAP

Netto-operationele marge

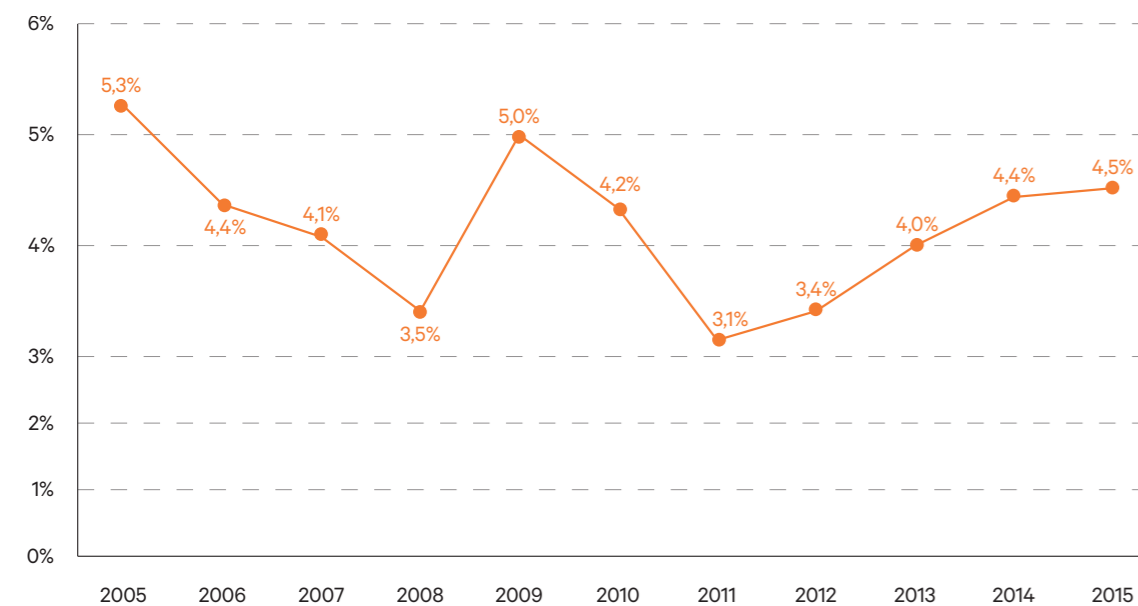
De netto-operationele marge van de voedingsindustrie evolueert de laatste jaren terug naar het niveau van 2005-2009, na een felle daling in 2010 en 2011. De stijging in 2015 is wel slechts heel beperkt.

Het voorzichtige herstel van de marges stelt de voedingsbedrijven in staat om –zoals we eerder zagen- (record)investeringen te doen en om ook de werkgelegenheid te laten toenemen. Op deze manier neemt de voedingsindustrie een optie om ook in de toekomst de sterkhouder te blijven van de Belgische industrie.

De lange termijn analyse van welke productiefactor inkomen verwerft uit de toegevoegde waarde, leert dat het aandeel van de loonkosten de laatste jaren licht afneemt maar zich nog steeds boven het niveau bevindt van 2005. Het aandeel van het verbruik van vaste activa (afschrijvingen) stabiliseert zich rond 20,5%. Het netto exploitatieoverschot herstelt tot 21,8% in 2015 maar is nog steeds lager dan in 2005 toen het nog 22,1% bedroeg.

FIG 15 - EVOLUTIE NETTO OPERATIONELE MARGE IN % (2005-2015)

Bron: INR-NBB Nationale rekeningen inkomensvorming A38-indeling



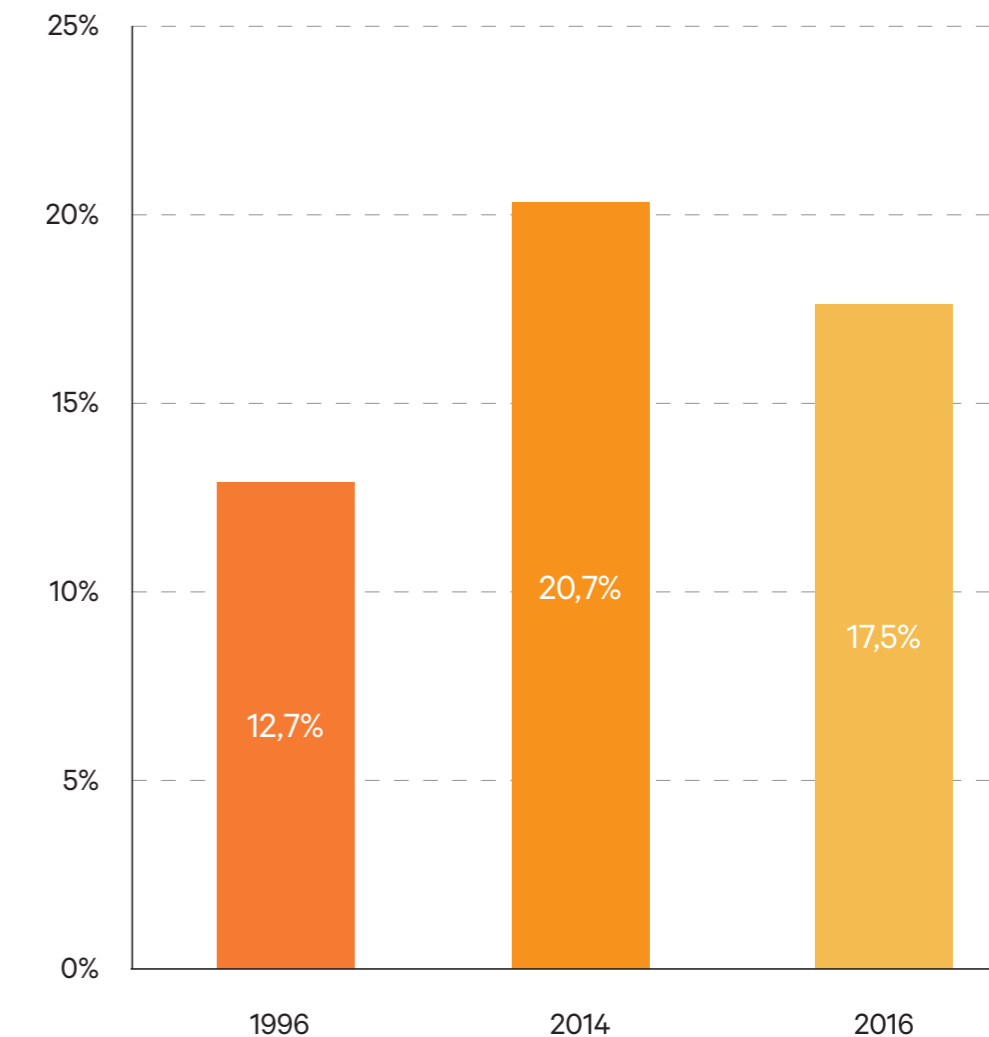
Loonkostenhandicap

Op basis van de nationale rekeningen bleek dat de gemiddelde loonkost per gewerkt uur in de Belgische voedingsindustrie in 2015 de op één na hoogste in de hele Eurozone was (na Denemarken). In vergelijking met onze buurlanden scoort België veruit het slechtst. Op basis van eigen berekeningen van FEVIA was de loonkostenhandicap van de Belgische voedingsindustrie tegenover het gewogen gemiddelde van de drie buurlanden eind 2014 opgelopen tot bijna 21%. Een onhoudbaar hoog niveau voor de concurrentiepositie van de sector.

Vanaf 2013-14 is er onder invloed van verschillende regeringsmaatregelen wel een kleine vertraging in de stijging opgetreden om in 2015 te resulteren in een effectieve daling van de loonkostenhandicap. Op basis van de berekeningen van FEVIA zal de loonkostenhandicap eind 2016 nog 17,5% bedragen. De daling van de loonkostenhandicap gaat gepaard met een duidelijke toename van het aantal arbeidsplaatsen in de voedingsindustrie.

FIG 16 - EVOLUTIE LOONKOSTENHANDICAP BELGISCHE VOEDINGSINDUSTRIE

Bron: Eigen berekeningen FEVIA op basis van Eurostat, CRB, FPB en VBO



Distributiekanaal

Aantal winkels daalt verder in 2016



7.161
WINKELS



- 0,6%
WINKELS IN
2016

Middelgrote supermarkten worden steeds belangrijker

Toenemende concentratie in het retaillandschap

Aantal winkels per distributiekanaal

In 2015 daalde het aantal winkels waar voedingsproducten worden verkocht opnieuw met 0,6% ten opzichte van 2014 tot 7.161 winkels. Enkel de middelgrote F2-distributeurs (type Okay, Spar, AD Delhaize, ...) namen toe in aantal waarmee ze de groei, die ingezet was in 2008, jaar na jaar blijven volhouden.

Vooraf kleinere (niet-georganiseerde) F3-supermarkten zijn hiervan het slachtoffer. De groei van het aantal hard discounters is sinds 2010 zo goed als volledig stilgevallen. De 2 laatste jaren is het aantal harddiscounters telkens met 2 afgenomen.

De fusie tussen Ahold (Albert Heijn) en Delhaize die in 2015 werd doorgevoerd speelde geen factor in deze daling van het aantal winkels, maar kan dit wel in de toekomst doen.

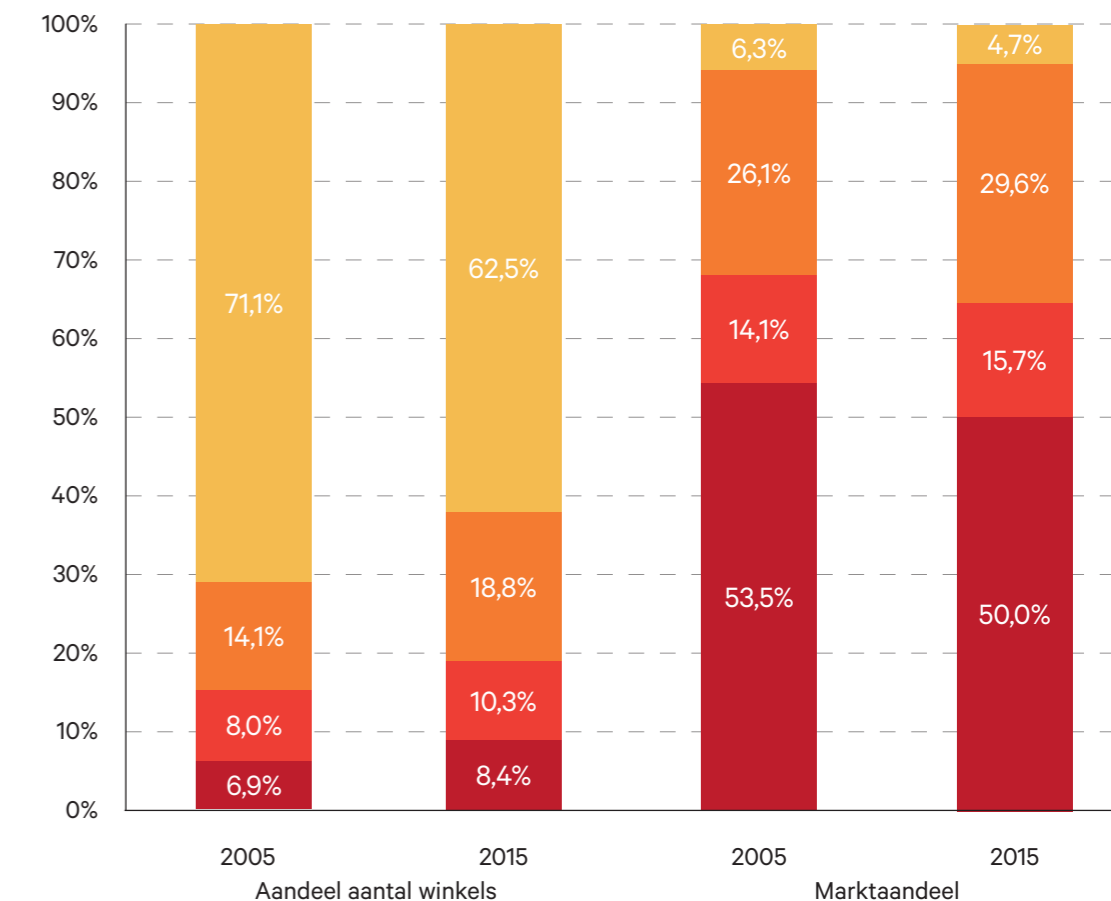
Marktaandeel per distributiekanaal

Het grotere aantal F2-winkels in 2015 resulteert ook in een stijging van hun marktaandeel ten nadele van alle andere type winkels. Ten opzichte van 2005 is hun marktaandeel met 3,5%-punt toegenomen, vooral ten nadele van de grote F1-distributeurs. Toch blijven ze samen met de F2-winkels goed voor bijna 80% van de omzet van voedingsproducten. Het aandeel van de kleine F3-supermarkten is jaar na jaar afgenomen en bedroeg in 2015 nog slechts 4,7%.

Ook de F1-winkels moesten sinds 2012 jaar na jaar marktaandeel prijsgeven aan de hard discounters en vooral de F2-middelgrote distributeurs. In 2014 was het verlies een stuk groter dan de voorgaande jaren, maar het verlies verkleinde opnieuw in 2015.

FIG 17 - PROCENTUELE VERDELING AFZETKANALEN VOEDINGSPRODUCTEN (2005-2015)

Bron: Nielsen Grocery Universe 2015



- F3 kleindistributie
- F2 middelgrote distributie
- Hard discounters
- F1 grootdistributie

Prijzen

Kloof consumenten-
productenprijzen stijgt

Consumentenprijzen voeding stijgen
opvallend sterker dan prijzen
voedingsindustrie

Inputprijzen (grondstof, loon en
energie) stijgen sterk eind 2016

Beleidskeuzes maken meerkosten
op de elektriciteitsfactuur
tot 420% duurder in 8 jaar tijd

ELEKTRICITEIT

45%
DUURDER
DAN IN
NEDERLAND


+ 3,6%
CONSUMENTENPRIJZEN

Prijzen in de voedingsketen

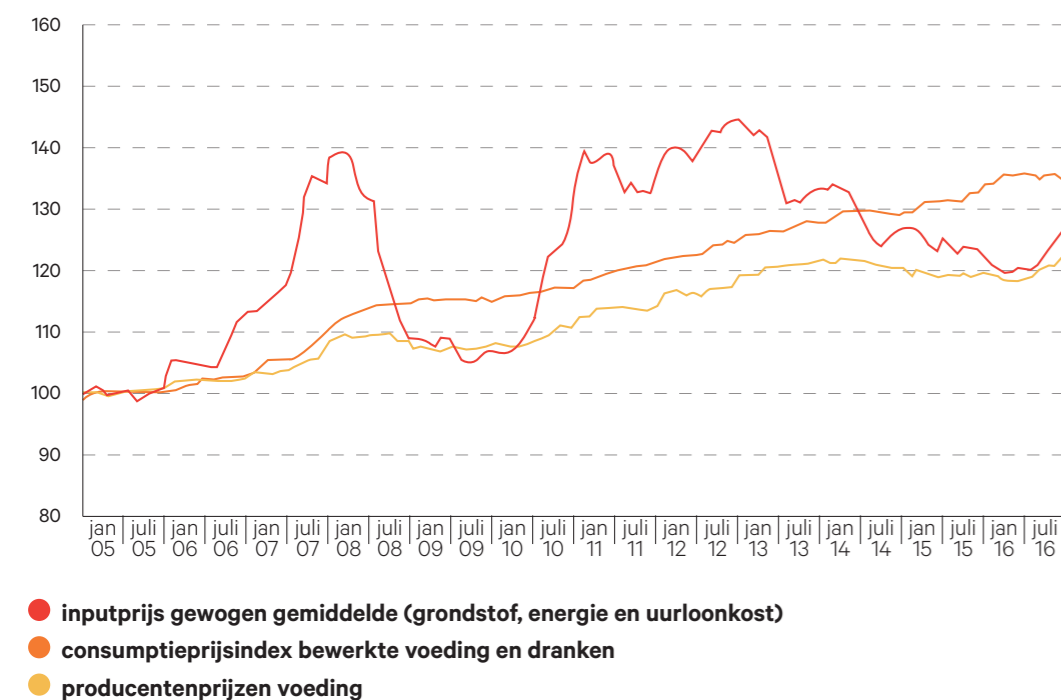
Sinds 2006 kampt de agro-voedingsketen met een fors toegenomen volatiliteit van de prijzen. Deze toegenomen volatiliteit zorgt voor spanningen tussen de verschillende schakels van de voedingsketen.

De (producenten)prijzen van de voedingsindustrie daalden tot de zomer van 2016 maar anticipeerden op

nakende stijgingen van grondstofprijzen vanaf de zomer. Op jaarbasis stegen de prijzen van de voedingsindustrie niet of nauwelijks. De consumptieprijzen van voeding en dranken daarentegen, lagen in 2016 3,6% hoger dan in 2015.

FIG 18 - EVOLUTIE PRIJZEN IN VOEDSELKETEN (01/2005-12/2016; 2005=100)

Bron: Prijzenobservatorium (grondstofprijzen, producentenprijzen en consumptieprijzen), Eurostat (energieprijzen, uurloonkosten)



Kostprijs van elektriciteit

Kleine Belgische elektro-intensieve voedingsbedrijven betalen hun elektriciteit tussen de 18 en 45% duurder dan in de buurlanden Frankrijk, Nederland en Duitsland. Enkel in het Verenigd Koninkrijk zou een gelijkaardig bedrijf haar verbruik iets duurder betalen. Dit blijkt uit een recente studie van de Commissie voor de Regulering van de Elektriciteit en het Gas (CREG).

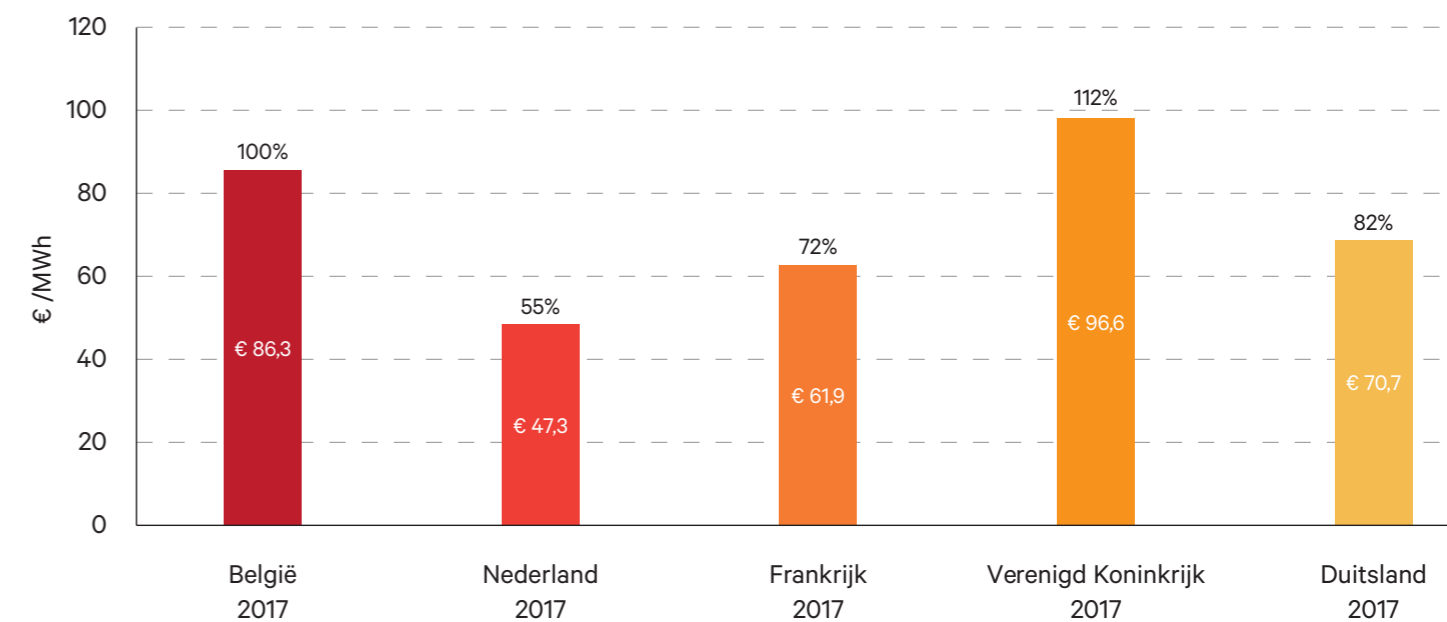
De stijging van de meerkosten (de kosten die voortvloeien uit het beleid en waarvan de financiering gebeurt door de elektriciteitsverbruikers) ligt hieraan de basis. Volgens berekeningen

van FEVIA zag een gemiddeld Waals voedingsbedrijf de meerkosten op zijn elektriciteitsfactuur in een periode van 8 jaar met bijna 337% toenemen. Een gemiddeld Vlaamse bedrijf zelfs met bijna 420%.

Deze grote toename van de meerkosten op de elektriciteitsfactuur geldt voor bedrijven die deelnemen aan een Energiebeleids-overeenkomst (Vlaanderen) of een accord de branche (Wallonië). In ruil voor verregaande energie-inspanningen ontvangen deze bedrijven bepaalde financiële compensaties. Zonder deze compensaties zou de stijging van de meerkosten nog groter zijn.

FIG 19 - ELEKTRICITEITSKOST VOOR EEN KLEIN ELEKTRO-INTENSIEF BEDRIJF (10GWH)

Bron: CREG



Terugvloeï naar de overheid

Neemt verder toe in 2015



€ 2,25
MILJARD
TERUGVLOEI

+1,9
2015
TERUGVLOEI

1,68 miljard euro
RSZ-bijdragen van
werkgevers en
werknemers

Winstbelasting stijgt
met 7% in 2015

Op 5 jaar tijd stijgt
de terugvloeï naar de
overheid met 15%

Bijdrage sociale zekerheid en fiscus

De directe werkgelegenheid in de voedingsindustrie leverde in 2015 1,29 miljard euro werkgeversbijdragen aan de sociale zekerheid op, een stijging van 1,2% ten opzichte van 2014. Hiermee is de voedingsindustrie goed voor 20,1% van de RSZ- werkgeversbijdragen in de industrie. Ten opzichte van 2011 namen de werkgeversbijdragen van de voedingsindustrie toe met 11,1%.

Daarnaast leverde deze tewerkstelling minstens 610 miljoen euro bedrijfsvoorheffing op als fiscale bijdrage.

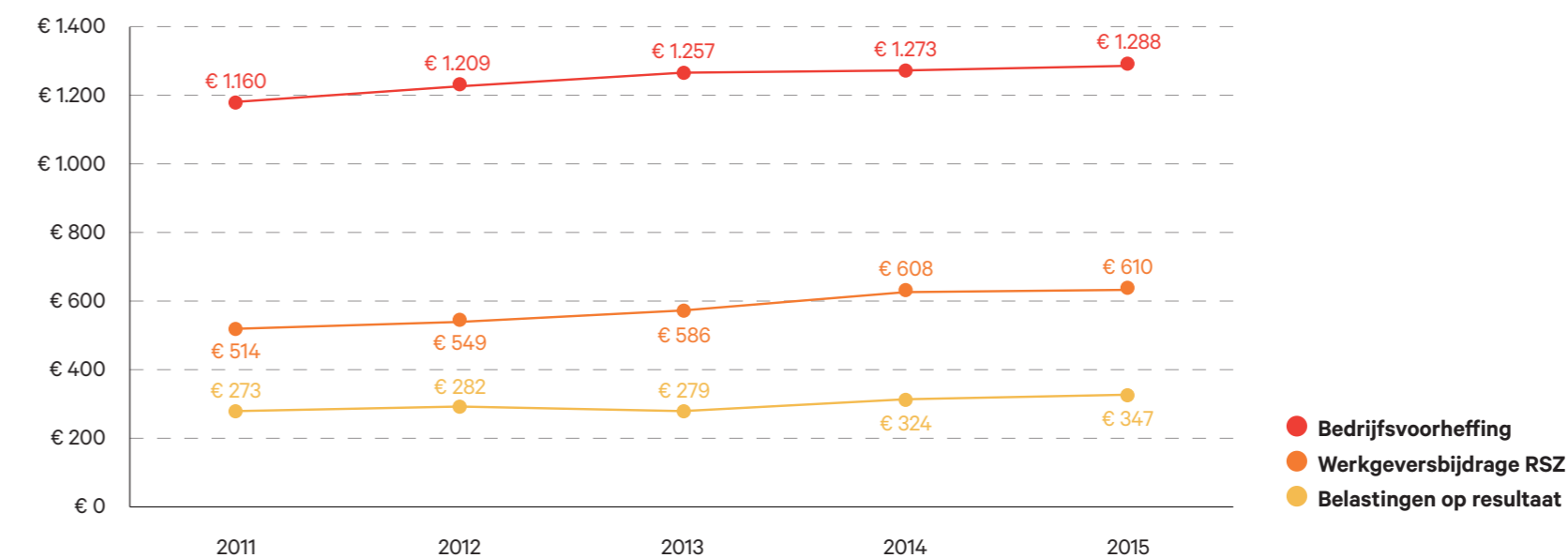
Een stijging van 0,3% in vergelijking met 2014. Ten opzichte van 2011 bedraagt de toename 18,7%.

Daarbovenop droegen de werknemers in de voedingsindustrie in 2015 nog eens additioneel 391 miljoen euro bij aan de sociale zekerheid. Ten opzichte van 2014 is dit een stijging van 1,3%, goed voor 15,9% van de totale RSZ-werknemersbijdragen in de verwerkende industrie. Ten opzichte van 2011 namen de RSZ-werknemersbijdragen in de voedingsindustrie toe met 11,8%.

De ondernemingen van de voedings-industrie betaalden in 2015 347 miljoen euro belastingen op het resultaat, wat een stijging met 7,2% betekent in vergelijking met 2014. In vergelijking met 2011 liggen de belastingen op het resultaat 27,1% hoger.

FIG 20 - BEDRIJFSVOORHEFFING, RSZ EN BELASTINGEN OP HET RESULTAAT (MIO € - 2011 - 2015)

Bron: Belgirst januari 2017, RSZ (werkgevers- en werknemersbijdrage sociale zekerheid)



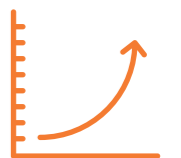
Conjunctuur- prognose

Groeiend vertrouwen bij
bedrijven én consumenten

**Vertrouwen herstelt
in de laatste maanden van 2016**

**Maar flirt nog steeds
met het nulpunt**

**Conjunctuur en vertrouwen
neemt verder toe begin 2017**



**ONDERNEMERS- EN CONSUMENTEN-
VERTROUWEN STIJGT**

Ondernemersvertrouwen

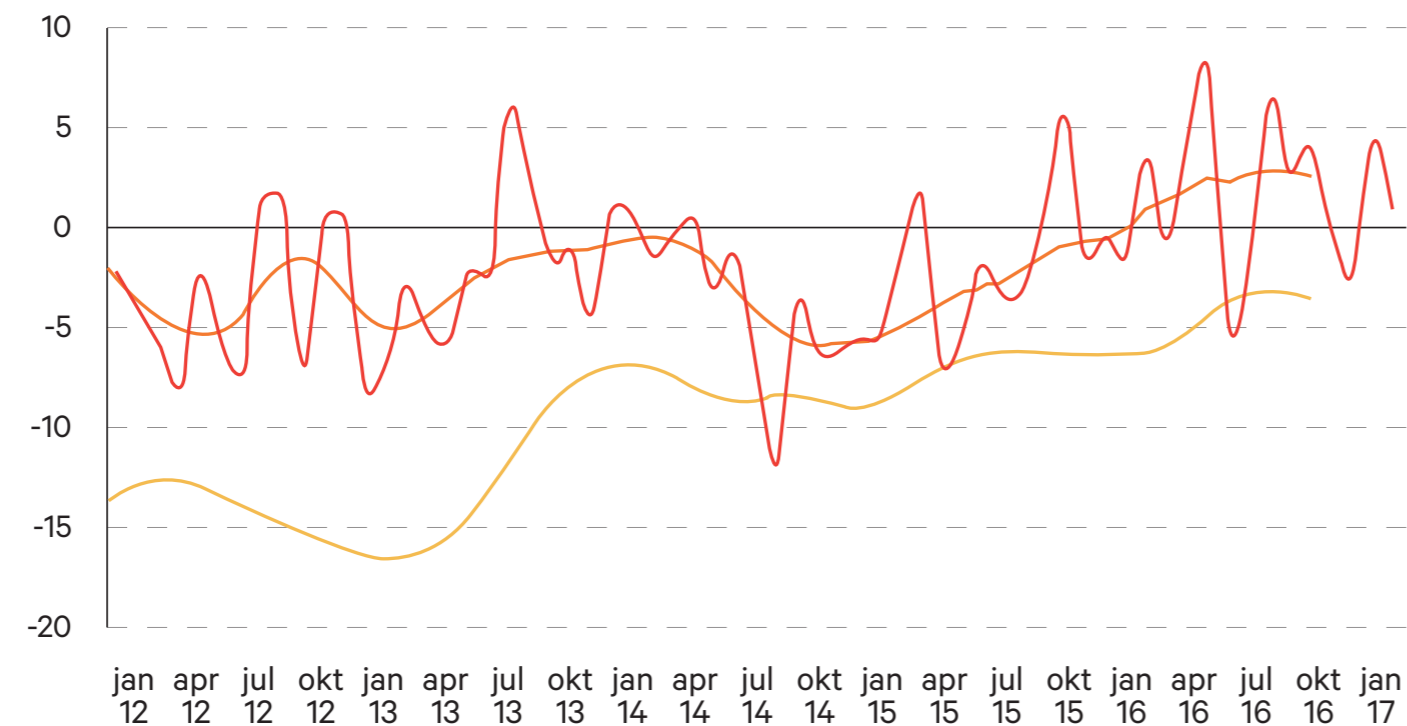
Het ondernemersvertrouwen in de voedingsindustrie, is na een periode van 5 jaar onder het nulpunt in februari 2016 eindelijk licht positief geworden. In november 2016 bereikte het zelfs een niveau van + 2,5.

De niet-afgevlakte seizoensgezuiverde bruto reeks in de voedingsindustrie fluctueert nogal wat begin 2017 en kwam in maart 2017 uit op + 1. Door het grillig verloop van deze reeks is voorzichtigheid geboden bij de interpretatie van evoluties van deze bruto reeks.

Ook in de verwerkende industrie zette het herstel zich verder voort en werden korte periodes van herstel afgewisseld met langere periodes van stabiel negatief ondernemersvertrouwen. De ondernemers in de verwerkende industrie blijven wel duidelijk pessimistischer dan de ondernemers binnen de voedingsindustrie.

FIG 21 - CONJUNCTUURBAROMETER VOEDINGSINDUSTRIE EN TOTALE VERWERKENDE INDUSTRIE (01/2012-03/2017)

Bron: NBB (Conjunctuurenquête)



- Seizoengezuiverde bruto reeks voeding en dranken
- Seizoengezuiverde en afgevlakte reeks voeding en dranken
- Seizoengezuiverde en afgevlakte reeks verwerkende industrie

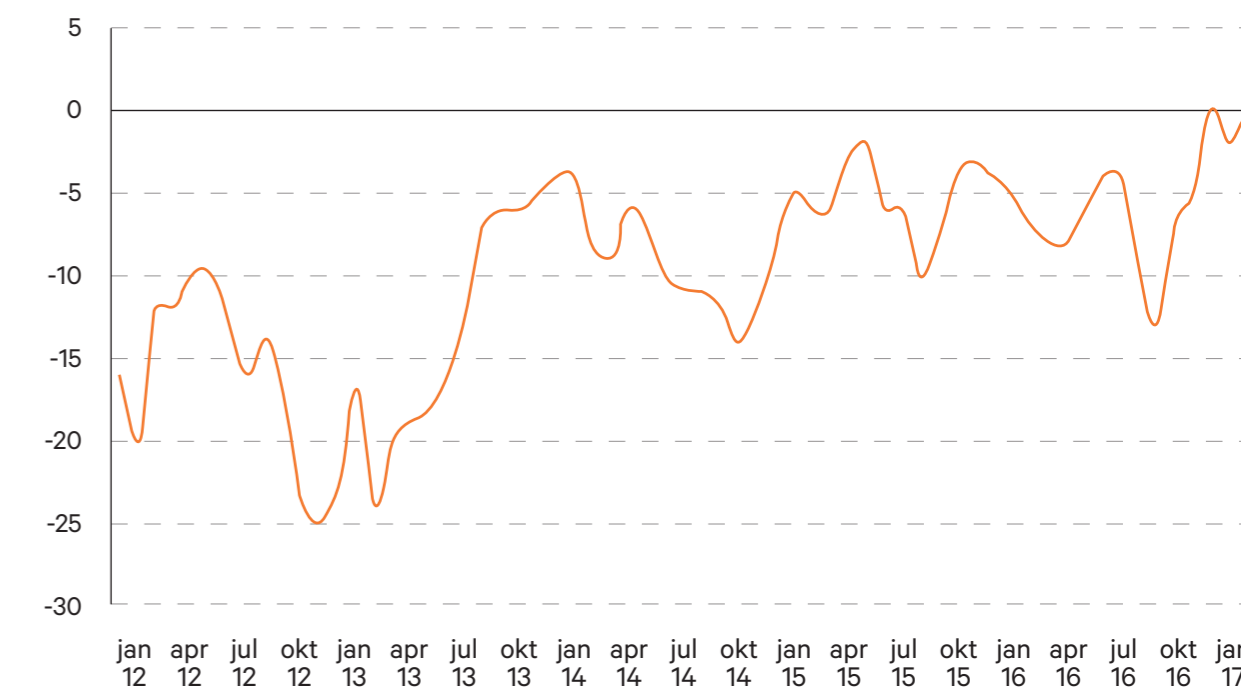
Consumentenvertrouwen

Sinds de economische en financiële crisis is ook het consumentenvertrouwen quasi continu onder nul. Na een zwaar dieptepunt eind 2012 (- 25) herstelde het consumentenvertrouwen fors in de loop van 2013, maar bleef negatief. Van 2014 tot en met 2016

werden periodes van herstel afgewisseld met evenveel periodes van plotse terugval. In de laatste maanden van 2016 herstelde het consumentenvertrouwen fors om uiteindelijk uit te komen op het nulpunt in maart 2017.

FIG 22 - CONSUMENTENVERTROUWEN (01/2012-03/2017)

Bron: NBB (indicator consumentenvertrouwen)



Opleidingen

Investerings nemen toe

1,22% van arbeidstijd wordt
geïnvesteed in opleidingen

De voedingsindustrie investeert meer in
opleiding dan de rest van de industrie

Duidelijke stijging van aantal
opleidingen in de afgelopen 5 jaar



1,62%

PERSONEELSKOSTEN
NAAR VORMING

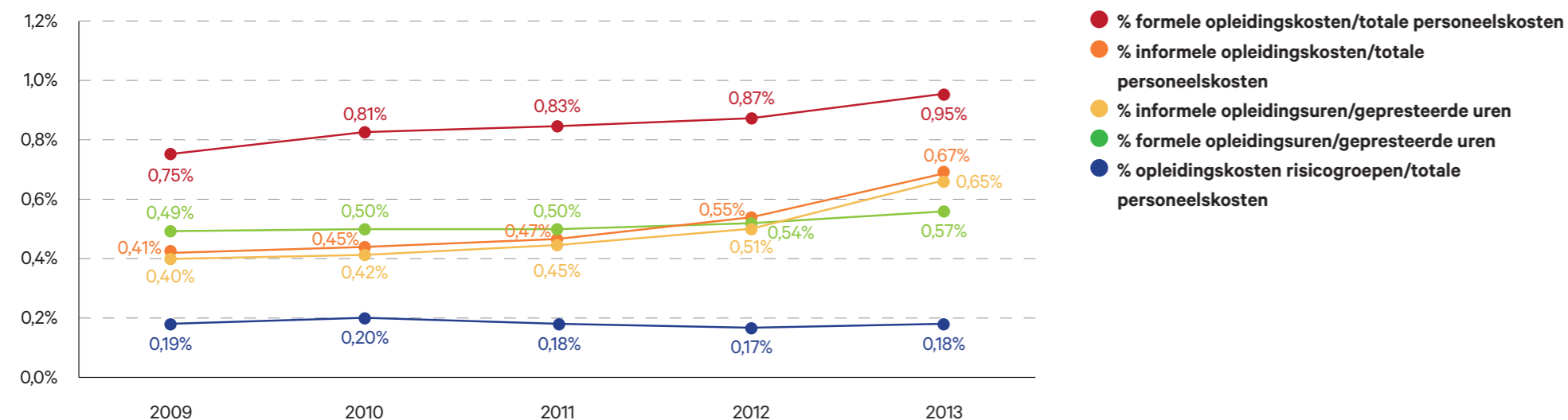
Opleidingsinspanningen

De opleidingsinspanningen in de voedingsindustrie nemen toe. Uit een analyse van de sociale balansen door de Centrale Raad voor het Bedrijfsleven blijkt dat in 2013 0,57% van de arbeidstijd werd geïnvesteerd in formele opleidingen. Indien ook niet-formele opleidingen worden meegeteld werd in 2013 in totaal 1,22% van de arbeidstijd geïnvesteerd in opleidingen. In de industrie in haar geheel wordt 1,17% van de arbeidstijd geïnvesteerd in formele en informele opleidingen.

In financiële termen gaat het voor de formele opleidingen om een investering van 0,95% van de personeelskosten, tegenover 0,76% in de industrie. Als we hier de informele opleidingskosten bijtellen komt de voedingsindustrie uit op 1,62% van de personeelskosten en de industrie op 1,42%.

FIG 23 - OPLEIDINGSINSPANNINGEN IN VOEDINGSSECTOR (2009-2013)

Bron: IPV



Opleidingen bij IPV

(Initiatieven voor Professionele Vorming van de Voedingsnijverheid)

In 2015 volgden 17.515 verschillende werknemers van paritair comité PC 118 en PC 220 één of meerdere IPV-opleidingen, een stijging van 7,1% tegenover 2011. Dit is 19,7% van alle werknemers uit de sector. Sectorspecifieke opleidingen (voedselveiligheid en kwaliteit, voedingstechnologie, ...) scoorden opnieuw het best, zeker bij kleine bedrijven.

Gemiddeld lag het bereik van IPV in 2015 2,7%-punt hoger dan in 2011. Ondernemingen met minder dan 10 werknemers zijn structureel het moeilijkst te bereiken voor opleidingen. Kleine bakkerijen geven vooral informele opleidingen. Bij de grote ondernemingen ligt het bereik van formele IPV-opleidingen dan ook aanzienlijk hoger.

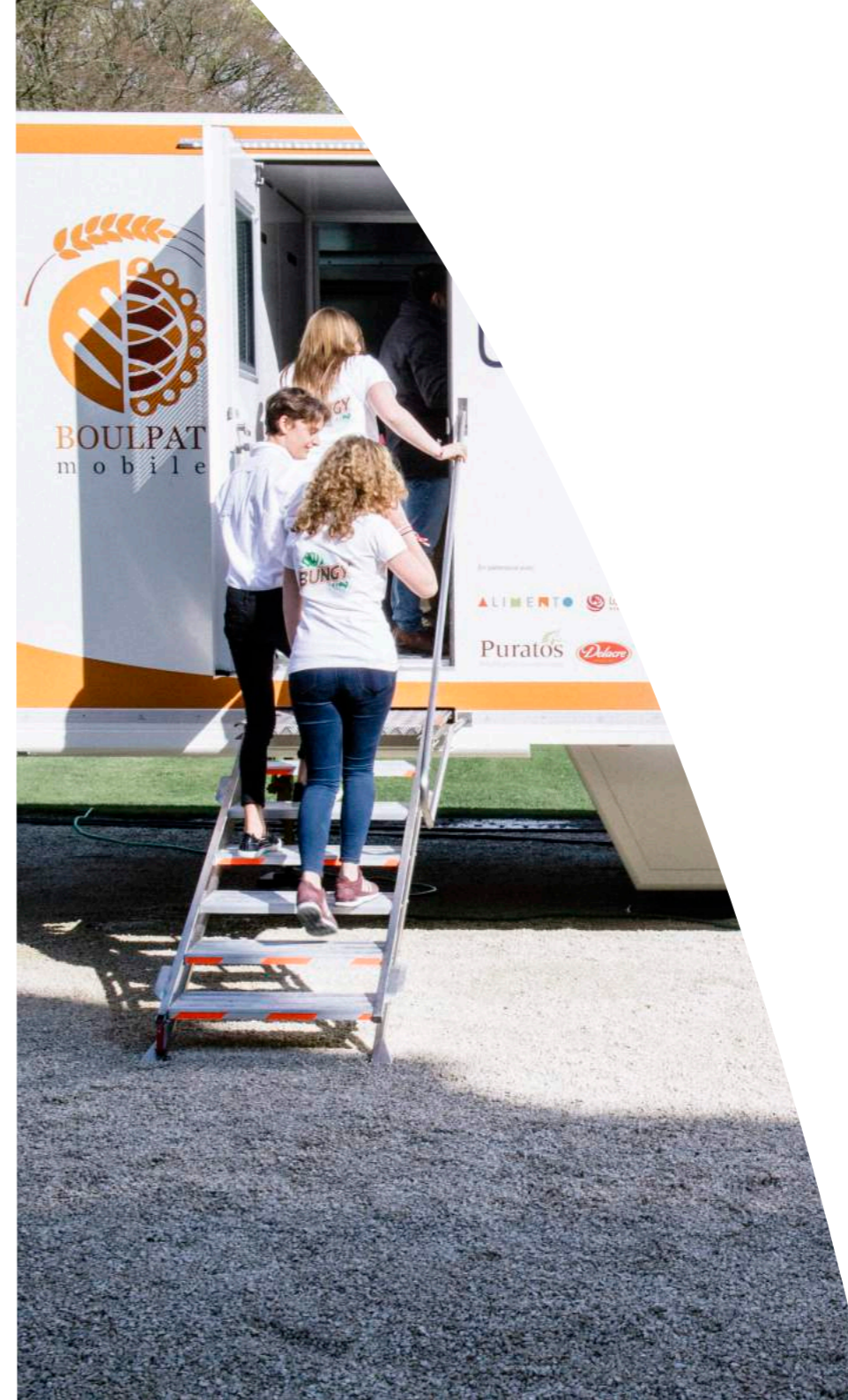
FIG 24 - BEREIK WERKGEVERS PER BEDRIJFSGROOTTE

Bron: IPV

WERKNEMERS	WERKNEMERS	WERKNEMERS	WERKNEMERS	GEMIDDELD
1 - 9	10 - 49	50 - 99	≥ 100	
2011: 7,6%	2011: 34,1%	2011: 64,5%	2011: 100%	2011: 19,0%
2015: 9,4%	2015: 40,5%	2015: 80,1%	2015: 92,3%	2015: 21,7%

Innovatiewedstrijden

Om jongeren kennis te laten maken met de voedingsindustrie organiseert FEVIA elk jaar de innovatiewedstrijden. Zo wordt een nieuwe generatie jongen klaargestoomd om later te gaan werken in de voedingsindustrie.



Innovatie

Koploper in vergelijking met buurlanden

Belgische voedingsindustrie is met voorsprong koploper op het vlak van procesinnovatie

Maar slaagt er minder in omzet te genereren uit nieuwe producten

Belgische voedingsindustrie spendeert jaarlijks 162 miljoen euro aan Onderzoek & Ontwikkeling



31%
PRODUCTINNOVATIE



47%
PROCESINNOVATIE

Innovatiegraad

Uit cijfers van de CIS2014-enquête blijkt dat 31% van de Belgische voedingsproducenten tussen 2012 en 2014 een productinnovatie introduceerden. Hiermee staat België in vergelijking met zijn buurlanden op de tweede plaats na Nederland. Vooral ten opzichte van Frankrijk en Duitsland scoort België aanzienlijk beter.

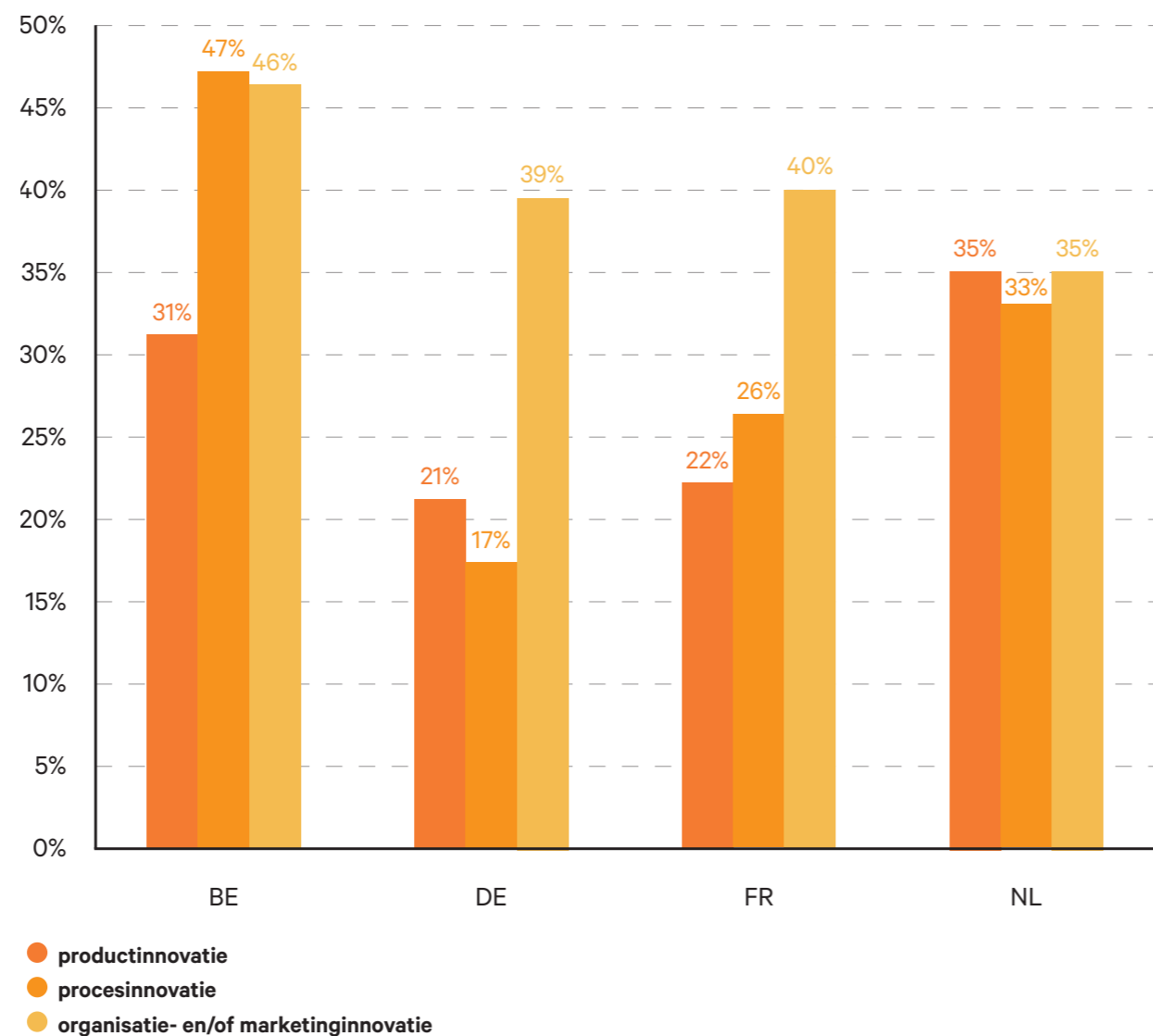
België spant wel afgetekend de kroon op het vlak van procesinnovatie omdat 47% van de voedings- en drankenproducenten een procesinnovatie introduceerden. Vooral op het vlak van procesinnovatie bij de productie van voedingsproducten presteert België duidelijk beter dan de buurlanden die niet hoger uitkomen dan 17% à 33%. Tenslotte is de Belgische voedingsindustrie ook koploper op het vlak van organisatie- en/of marketinginnovatie.

Ondanks deze sterke innovatiegraad, slagen Belgische voedingsproducenten er wel niet zo goed in als bijvoorbeeld Nederlandse of Duitse om een groot commercieel succes uit deze innovaties te halen.

Productinnovaties door bijvoorbeeld de herformulering van voedingsproducten zijn nochtans cruciaal om het engagement met Minister de Block in te vullen rond energiereductie.

FIG 25 - AANDEEL VOEDINGS- EN GENOTSMIDDELENBEDRIJVEN DIE INNOVATIES INTRODUCEERDEN NAAR TYPE (2012-2014)

Bron: Eurostat CIS2014-enquête



Investeringen in O&O

De voedingsindustrie besteedde in 2013 ongeveer € 162 mio intramurale O&O-uitgaven (binnen de bedrijfsmuren). Ten opzichte van 2009 zijn de O&O-uitgaven wel met 37,7% toegenomen.

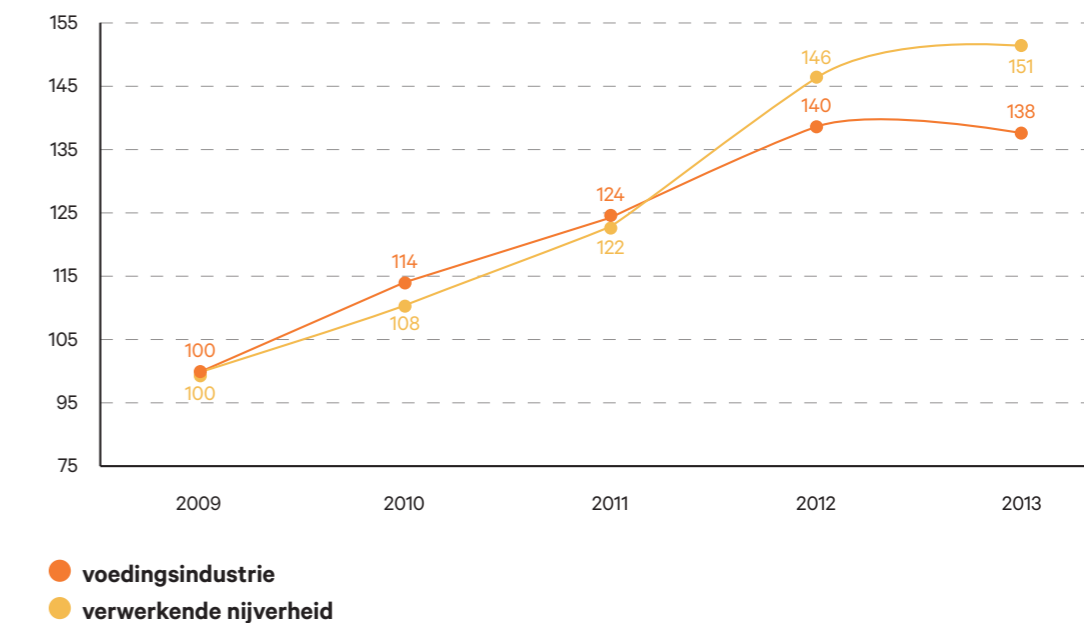
Indien we de intramurale O&O-uitgaven uitdrukken als percentage van de omzet, zien we dat deze ratio voor de voedingsindustrie min of meer constant blijft rond

0,34%, terwijl deze voor de verwerkende nijverheid eerder toeneemt.

Uitgedrukt als percentage van de toegevoegde waarde is er wel een stijging in de O&O-intensiteit in de voedingsindustrie, evenwel met een kleine verzwakking in 2013. De O&O-uitgaven als percentage van de toegevoegde waarde komen in 2013 uit op 2,1%.

FIG 26 - EVOLUTIE VAN DE INTRAMURALE O&O-UITGAVEN (2009=100)

Bron: Belspo (Federaal Wetenschapsbeleid)



Nawoord

Dit grondig vernieuwde economisch jaarverslag wil aan de hand van sprekende grafieken en to-the-point toelichtingen een snel en evenwichtig beeld geven van de economische ontwikkelingen in de Belgische voedingsindustrie.

Dit rapport kwam tot stand door een doorgedreven samenwerking tussen IDEA Consult en FEVIA. IDEA Consult stond hierbij in voor de bewerking en onafhankelijke analyse van publiek beschikbare tijdsreeksen en verwerkte deze in samenspraak met FEVIA tot voorliggend verslag. Het samenbrengen van de IDEA Consult expertise opgebouwd

via talrijke binnen- en buitenlandse sectorstudies én de sector kennis van FEVIA, liet ons bovendien toe om naast de presentatie van de tijdreeksen ook een verhaal achter de cijfers te brengen en een SWOT op te maken.

Dit jaarverslag houdt met andere woorden zowel voor FEVIA als voor de verschillende stakeholders de vinger aan de pols van de voedingsindustrie. Op basis van de sterke basis die na 80 jaar samenwerking is gelegd, moet dit rapport alle betrokkenen stakeholders toelaten om een door cijfers gestaafd toekomstgericht pad uit te tekenen.



Pieter Weyn









Economic Affairs Advisor FEVIA



Kristof Mertens

Expert in Competitiveness and Innovation IDEA Consult

Kerncijfers Belgische voedingsindustrie

	 OMZET	 INVESTERINGEN	 EXPORT	 IMPORT	 HANDELSBALANS	 ARBEIDS-PLAATSEN	 INDIRECTE TEWERKSTELLING	 AANTAL WERKGEVERS
DE VOEDINGS-INDUSTRIE IN 2016*	49.974 MIO €	1.626 MIO €	24.383 MIO €	20.689 MIO €	3.694 MIO €	89.043	138.017	4.359
VERSCHIL MET 2015	+ 2,9%	+ 10,5%	+ 4,3%	+ 5,9%	- 3,9%	+ 0,7%	+ 0,7%	- 2,1%
AANDEEL VOEDINGS-INDUSTRIE IN TOTALE BELGISCHE INDUSTRIE	19,2%	22,4%	9,7%			19,1%		27,6%

* schattingen voor 2016 gebaseerd op voorlopige cijfers

Kom eens 'n biertje
proeven.

Of 2.500.

Eigenzinnig fenomenaal

FEVIA steunt de promotie- campagne van de federale overheid

Ja, er zijn zeker "99 redenen waarom België eigenzinnig fenomenaal is"! En uiteraard zijn heel wat van die redenen verbonden aan onze voeding en dranken. Daarom steunt FEVIA de nieuwe promotiecampagne van de federale overheid die de sterktes van ons land positief in de schijnwerpers plaatst. De nieuwe campagne zet in een typisch Belgische stijl, met een beetje absurditeit en een vleug humor, onze voeding en dranken in de spotlight en dat juicht FEVIA toe. Graag heffen wij ook het glas op de erkenning van de Belgische bier- en frietkotcultuur als UNESCO immaterieel werelderfgoed.

BELGIË  eigenzinnig
FENOMENAAL



Fier op onze Belgische voeding

FEVIA werkt reeds 80 jaar aan de duurzame groei van de Belgische voedingsindustrie. We zijn terecht fier op de kwaliteit, diversiteit en innovatie van Belgische voeding en dranken en zetten die in binnen- en buitenland in de kijker met het promotiemark Food.be – Small country. Great food.

Op www.food.be ontdekt u de sterktes van Belgische voeding en dranken en in de "In The Picture" videoreeks op www.fevia.be nemen medewerkers u mee achter de schermen van hun voedingsbedrijf.





Federatie Voedingsindustrie
Fédération de l'Industrie Alimentaire

80 Jaar 80 Ans

Chris Moris
Wetenschapsstraat 14
1040 Brussel

info@fevia.be
fevia.be

Twitter: @FEVIA_BE



Scan deze QR-CODE
en ontdek het economisch
jaarverslag online.

