



ECONOMISCHE ONTWIKKELING VAN DE BELGISCHE VOEDINGSINDUSTRIE

ECONOMISCH JAARVERSLAG 2015-2016

FEVIA

Federatie Voedingsindustrie
Fédération de l'Industrie Alimentaire

INHOUD

3	Voorwoord
6	Executive summary
12	Omzet
18	Toegevoegde waarde
20	Investeringen
22	Werkgelegenheid
26	Werkgevers
30	Buitenlandse handel
40	Distributiekkanalen voedingsproducten
42	Rendement en financiële ratio's
46	Evolutie prijzen
50	Fiscale en parafiscale bijdragen
52	Conjunctuurprognose
54	Vormingsinspanningen
58	Innovatie

BESTE LEZER,

Het doet mij plezier om vast te stellen dat de voedingsindustrie het ook in 2015 goed heeft gedaan. Bijna 1 op de 5 arbeidsplaatsen in de Belgische verwerkende industrie, is een arbeidsplaats in de voedingsindustrie. Onze bedrijven investeerden 10% meer in eigen land.

Toch, maken wij ons zorgen. Onze voedingsbedrijven, het grootste deel KMO's, worden geconfronteerd met een cascade aan uitdagingen: de loonkostenhandicap, de zogenaamde 'gezondheidstaksen', de verpakkingshelling, de kilometerheffing, de meerkosten op de energierekening die maar blijven toenemen.

België is een klein land. Ons land is geen eiland en ook geen grootmacht. Op een wereldkaart bekeken zijn we amper een confettistipje groot. We moeten dus realistisch blijven en beseffen dat onze buitenlandse concurrenten aan onze deur staan. Deze omgeving dwingt ons om gezamenlijk in dialoog met de overheid, de landbouw, de industrie, de distributie, de consument en andere stakeholders, onze competitiviteit op een duurzame manier te waarborgen naar de toekomst.

In dit kleine land moeten we complexe uitdagingen zoals zwerfvuil en obesitas aanpakken vanuit een overlegmodel. Als FEVIA willen wij de hand uitsteken naar al onze overheden om het gesprek aan te gaan en verder te bouwen op onze sterktes: kwaliteit, diversiteit en innovatie.



CHRIS MORIS
Directeur-generaal FEVIA



BARON JEAN F. EYLENBOSCH
Voorzitter FEVIA

ENDORSEMENT BY IDEA CONSULT

Dit vernieuwd economisch jaarverslag biedt een getrouwe, evenwichtige en diepgaande profielschets van de Belgische voedingsindustrie aan de hand van een veelheid aan indicatoren die jaar na jaar opgevolgd worden. IDEA Consult staat hierbij in voor de bewerking en onafhankelijke analyse van publiek beschikbare tijdsreeksen en verwerkt deze in samenspraak met FEVIA tot voorliggend verslag. Het samenbrengen van onze expertise opgebouwd via talrijke binnen- en buitenlandse sectorstudies én de sector kennis van FEVIA, laat ons ook toe om naast de presentatie van de tijdreeksen ook een verhaal achter de cijfers te brengen. Dit jaarverslag houdt met andere woorden zowel voor FEVIA als voor de verschillende stakeholders de vinger aan de pols van de voedingsindustrie. Dit moet alle betrokkenen toelaten om een door cijfers gestaafd toekomstgericht pad uit te tekenen opdat de voedingsindustrie ook in de komende jaren op een duurzame wijze kan blijven groeien en zo zijn positie als sterkhouder van de verwerkende industrie in België kan blijven waarmaken.



WIM VAN DER BEKEN
Gedelegeerd Bestuurder IDEA Consult

2015 WAS EEN STERK JAAR VOOR DE BELGISCHE VOEDINGSINDUSTRIE ...



Investerings verankeren
voedingsindustrie in België.



De voedingsindustrie is de
grootste industriële werkgever.



Met positieve handelsbalans
brengt voedingsindustrie
België veel geld op.

... MAAR EEN OPEENSTAPELING VAN UITDAGINGEN BEDREIGT DE COMPETITIVITEIT VAN DE SECTOR



LOONKOSTENHANDICAP

17,4%

GRENSSHOPPEN IN 2015

+4,5%

Competitief nadeel voor
Belgische voedingsindustrie
t.o.v. buurlanden.



MEERKOSTEN OP
ELEKTRICITEIT

+200%

OP 8 JAAR

Allerlei heffingen en kosten
maken de energierekening van
onze bedrijven veel te duur.



MINDER
MARKTAANDEEL

8,6 > 7,6%

OP 10 JAAR

Dalende competitiviteit leidt
tot minder marktaandeel in EU
uitvoer van voeding en dranken.





EXECUTIVE SUMMARY

De voedingsindustrie blijft in 2015 de onbetwiste sterhouder binnen de Belgische industrie en neemt een steeds groter aandeel van de tewerkstelling, uitvoer, investeringen en omzet voor haar rekening.

Door een opeenstapeling van uitdagingen en nieuwe taken is het echter hoogst onzeker of de voedingsindustrie de mooie groei van de voorbije jaren kan doorzetten naar 2016. Vooreerst blijft de loonkostenhandicap met 17,4% onaanvaardbaar hoog. Dit belemmert de groei van de sector in België. De zogenaamde 'gezondheidsstaks' zorgt voor grote ongerustheid. De nieuwe kilometerheffing zal de transportkost van voeding vanaf 1 april 2016 met 150 miljoen euro per jaar laten toenemen. De 'meerkosten' op de energierekening van voedingsbedrijven stijgen en zullen nog verder toenemen. De verpakkingshoofkost de drankensector meer dan 300 miljoen euro per jaar. De accijnzen op dranken gingen fors de hoogte in. Ten slotte dreigt het onveiligheidsgevoel naar aanleiding van de terreuraanslagen die België troffen ook het consumentenvertrouwen aan te tasten en een bijkomende druk op de economie te veroorzaken.

INVESTERINGEN MET 1.427 MILJOEN EURO OP RECORDNIVEAU

Na de forse toename van de investeringen in 2014, trokken de investeringen in 2015 verder aan tot een recordhoogte van 1,43

miljard euro. Hiermee investeert de voedingsindustrie 2,97% van haar omzet. Dit is opmerkelijk hoger dan de gemiddelde industriële onderneming die 2,52% van haar omzet investeert.

VOEDINGSINDUSTRIE GROOTSTE INDUSTRIËLE WERKGEVER

Het aantal arbeidsplaatsen in de voedingsindustrie bleef nagenoeg ongewijzigd op 88.439. Indirect stelt de voedingsindustrie nog eens 137.080 mensen tewerk, wat maakt dat er in België in totaal 225.519 arbeidsplaatsen gelieerd zijn aan de voedingsindustrie.

Dit staat in contrast met de rest van de verwerkende industrie, waar er in 2015 een afname van de tewerkstelling plaatsvond van 1,8% (8.634 arbeidsplaatsen). Ten opzichte van 2005 is het aantal arbeidsplaatsen in de verwerkende industrie zelfs met 19,6% (113.833 arbeidsplaatsen) afgenomen. Hierdoor is het aandeel van de voedingsindustrie in de totale industriële tewerkstelling opgelopen tot 19,0%, terwijl dit in 2005 nog maar 15,6% was.

AANTAL OPLEIDINGEN NEMEN TOE

De voorbije jaren investeerde de voedingsindustrie aanzienlijk in opleidingen voor haar werknemers. In 2013 investeerde de sector

1,22% van de arbeidstijd in opleiding en bedroegen de opleidingskosten 1,62% van de personeelskosten. Meer dan 43% van de werknemers volgde een formele opleiding.

POSITIEVE HANDELSBALANS VAN 3.800 MILJOEN EURO

In 2015 is de export van voeding en dranken met 3,3 % toegenomen. De uitvoer van voeding en dranken draagt in ruime mate positief bij tot de goederenbalans van België. In 2015 dook de goederenbalans van België 4 miljard euro in het rood. Zonder de voedingsindustrie zou het tekort op de handelsbalans dus bijna twee keer zo groot zijn.

De export bleef voornamelijk gericht op de Europese Unie en onze directe buurlanden Frankrijk, Nederland, en Duitsland. De export naar de Oostelijke lidstaten van de EU steeg met 10,6%, maar ook export naar de mature West-Europese EU-lidstaten groeide eerder verrassend met maar liefst 7,9%.

De sterke groei van de verre export die zich de voorbije jaren aftekende, kende in 2015 een vertraging. De verre export groeide in 2015 met 1,1%, terwijl de groei in 2014 nog 13,3% bedroeg. Geopolitieke spanningen, de handelsboycot van Rusland en een wereldwijde groeivertraging in de opkomende economieën zijn de oorzaken van dit fenomeen.

> GROEI IN 2015, MAAR ...

> VOEDINGSINDUSTRIE IN 2016 GECONFRONTEERD MET OPEENSTAPELING VAN UITDAGINGEN.

Hoge en stijgende investeringsintensiteit.

De voedingsindustrie slaagt erin de tewerkstelling op peil te houden.

Opleidingskosten bedragen 1,62% van de personeelskosten.

> DE HANDELSBALANS BEREIKT EEN NIEUW RECORD.

De voedingsindustrie blijft een echte KMO-sector.

De kloof tussen de stijging van de inputprijzen en afzetprijzen blijft 5,0%, maar wordt kleiner in 2015.

> LOONKOSTENHANDICAP MOET WORDEN AFGEBOUWD.

Toch blijven verschillende verre markten nog steeds spectaculair groeien. De export naar de Verenigde Staten steeg opnieuw fors met 17% waardoor het de onbetwiste verre exportkampioen blijft. De export naar China boemde in 2015 met een groei van meer dan 30% waardoor het de derde belangrijkste verre exportmarkt wordt.

CONSOLIDATIE VOEDINGSINDUSTRIE ZET ZICH VOORT

Het aantal bedrijven in de voedingsindustrie is de voorbije jaren stelselmatig afgenomen, zo ook in 2015 met een daling van 1,8%. In combinatie met een tewerkstelling die op peil blijft heeft dit geleid tot een voortschrijdende schaalvergroting.

Een deel van de verklaring ligt bij de daling van het aantal kleine bakkerijen. Toch blijft de voedingsindustrie een echte KMO-sector: 83% van de bedrijven telt minder dan 20 werknemers. Door schaalvergroting en voldoende investeringen kunnen Belgische voedingsbedrijven ook overeind blijven in een uiterst competitieve internationale omgeving.

DALENDE INPUT- EN AFZETPRIJZEN ZETTEN BLIJVENDE DRUK OP OMZET

Een belangrijke uitdaging voor de Belgische voedingsbedrijven is om een antwoord te kunnen bieden aan de steeds meer volatiele

prijzbewegingen van de belangrijkste inputfactoren.

Tot 2013 was er een quasi continue stijging van alle inputprijzen. Om de marges niet nog meer onder druk te zetten zagen voedingsproducenten zich verplicht deze prijsstijgingen gedeeltelijk door te rekenen in hun afzetprijzen. In 2014 en 2015 is de index van de 3 belangrijkste kosten (grondstoffen, energie en lonen) omwille van de prijsdalingen van sommige landbouwgrondstoffen neerwaarts gericht. Dit heeft in 2015 geleid tot een daling van de afzetprijzen van de voedingsindustrie met 1,7%. Toch blijft in vergelijking met 2005 de index van de inputkosten 5,0% hoger dan dat van de afzetprijzen. Marges die structureel onder druk staan, zijn het resultaat. De consumentprijzen van bewerkte voedingsproducten stegen in 2015 met 1,6% en volgen de neerwaartse tendens niet.

Ondanks de dalende afzetprijzen, slaagde de voedingsindustrie er toch in om haar omzet licht te laten toenemen met 0,2% tot 48,1 miljard euro.

LOONKOSTENHANDICAP AFBOWEN PRIORITEIT

In 2014 kende de sector een daling van de netto operationele marge van 4,1% in 2013 tot 3,9% in 2014 (meest recente cijfer). Het aandeel van de loonkost in de toegevoegde waarde bedroeg in 2014 bijna 60% en blijft










hiermee met voorsprong de belangrijkste productiefactor.

De loonkostenhandicap van de voedingsindustrie bedroeg eind 2014 21%. Door de indexsprong, de loonmatiging en de taxshift wordt wel een eerste stap in de goede richting gezet om de loonkostenhandicap aan te pakken en af te bouwen. Toch zal de loonkostenhandicap van de voedingsindustrie eind 2016 nog steeds naar schatting 17,4% bedragen. De verdere afbouw van de loonkostenhandicap tegenover onze buurlanden blijft dan ook cruciaal.

SUCCESFORMULE BELGISCHE VOEDINGSINDUSTRIE

Waarom heeft de voedingsindustrie haar goede prestaties tot nu toe te danken? In de eerste plaats aan de kwaliteit en productveiligheid van de voedingsmiddelen die in België worden geproduceerd. Ten tweede ook aan de vakbekwaamheid van de mensen die in de voedingsindustrie werken. Ten derde scoort de Belgische voedingsindustrie ook sterker dan haar collega's in de buurlanden op het vlak van proces- en productinnovatie. Tenslotte is de Belgische voedingsindustrie sterk op het vlak van organisatie- en marketinginnovatie.

KERNCIJFERS BELGISCHE VOEDINGSINDUSTRIE 2015

	OMZET***	TOEGEVOEGDE WAARDE*	INVESTERINGEN	UITVOER VOEDINGS- PRODUCTEN EN DRANKEN ¹	IMPORT VOEDINGS- PRODUCTEN EN DRANKEN	HANDELS- BALANS VOEDING EN DRANKEN	WERK- GELEGENHEID		AANTAL WERKGEVERS
							ARBEIDSPLAATSEN	INDIRECTE TEWERKSTELLING	
DE VOEDINGSINDUSTRIE IN 2015**	 48.098 MIO €	 7.609 MIO €	 1.427 MIO €	 23.915 MIO €	 20.114 MIO €	 3.801 MIO €	 88.439	 137.080	 4.452
VERSCHIL MET 2014	+0,2%	+0,2%	+10,0%	+3,3%	+2,3%	+9,2%	-0,1%	-0,1%	-1,8%
AANDEEL VOEDINGS- INDUSTRIE IN TOTALE BELGISCHE INDUSTRIE	18,1%	15,4%	21,4%	10,1%			19,0%		27,9%

* voeding, dranken en tabak, in lopende prijzen 2014 (zonder prijscorrectie)

** schattingen voor 2015 gebaseerd op voorlopige cijfers

*** schattingen voor 2014 en 2015 gebaseerd op voorlopige cijfers

Bron: ADSEI (BTW aangiftes), NBB (buitenlandse handel), RSZ (gecentraliseerde statistieken), Eurostat, Prijzenobservatorium.

¹ Uitvoer op basis van productcodes (gecombineerde nomenclatuur), waardoor ook uitvoer van bedrijven die niet tot de voedingsindustrie (Nace2008 10+11) behoren, maar wel voeding of drank produceren, wordt meegenomen.

POSITIE VAN DE BELGISCHE VOEDINGSINDUSTRIE IN EUROPESE VOEDINGSINDUSTRIE

Hoewel België maar 2,2% van de inwoners in de EU-28 telt, neemt de Belgische voedingsindustrie voor de meeste indicatoren een belangrijker aandeel in de Europese voedingsindustrie in.

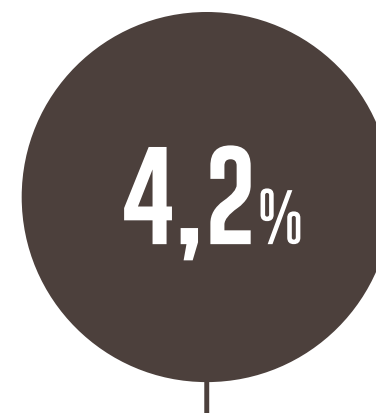
AANDEEL IN EU



**AANDEEL
INWONERS IN EU-28**

INDICATOR 2014

AANDEEL IN EUROPESE VOEDINGSINDUSTRIE



OMZET



**TOEGEVOEGDE
WAARDE (2013)**



WERKGELEGENHEID



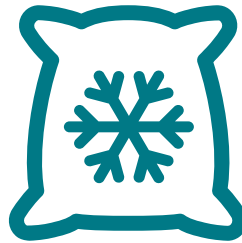
WERKGEVERS





OMZET

VLEESINDUSTRIE 12,7%



10,7%
VERWERKING EN
CONSERVERING VAN
GROENTEN EN FRUIT



9,3%
CHOCOLADE, CACAO
EN SUIKERWERK



1,3%
VERWERKING VIS

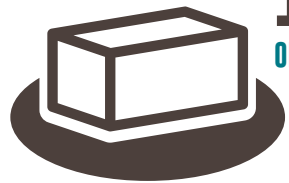
9,2%



ZUIVELPRODUCTEN



10,9%
DRANKEN

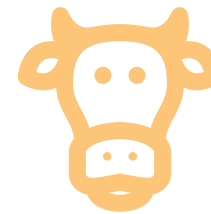


11,9%
OLIËN EN VETTEN

5,1%



MAALDERIJ- EN
ZETMEELPRODUCTEN



10,1%
DIERVOEDERS



10,8%
ANDERE VOEDINGSMIDDELEN

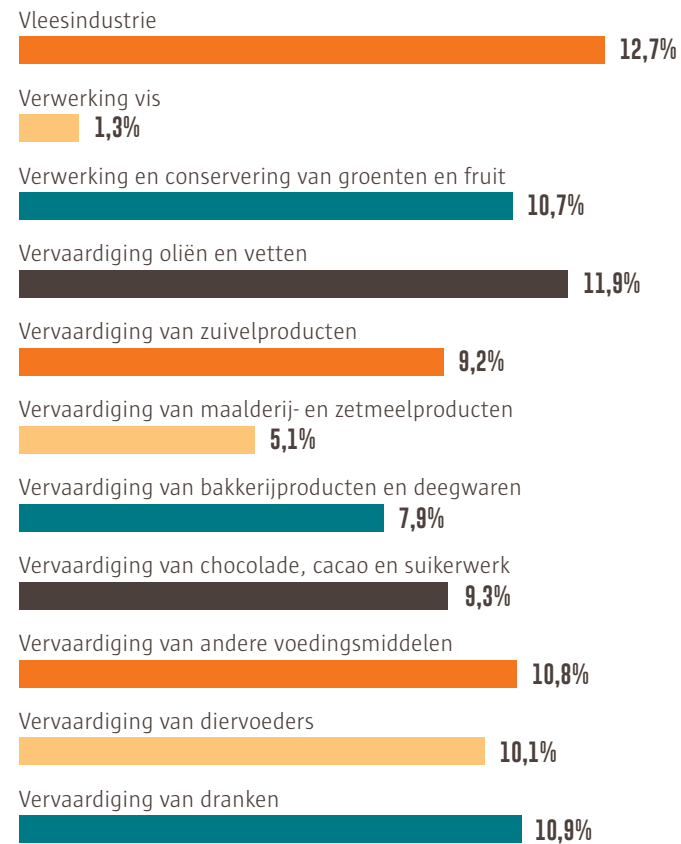


7,9%
BAKKERIJPRODUCTEN
EN DEEGWAREN

> **IN 2015 BEDROEG
DE OMZET VAN DE
VOEDINGSINDUSTRIE
48,1 MILJARD EURO.**

De omzet van de voedingsindustrie groeide in 2015 met 0,2% en bedroeg naar schatting 48,1 miljard euro². De 3 belangrijkste subsectoren zijn de vleesindustrie, de vervaardiging van oliën en vetten en de drankenindustrie. Samen zijn ze goed voor 35% van de totale omzet.

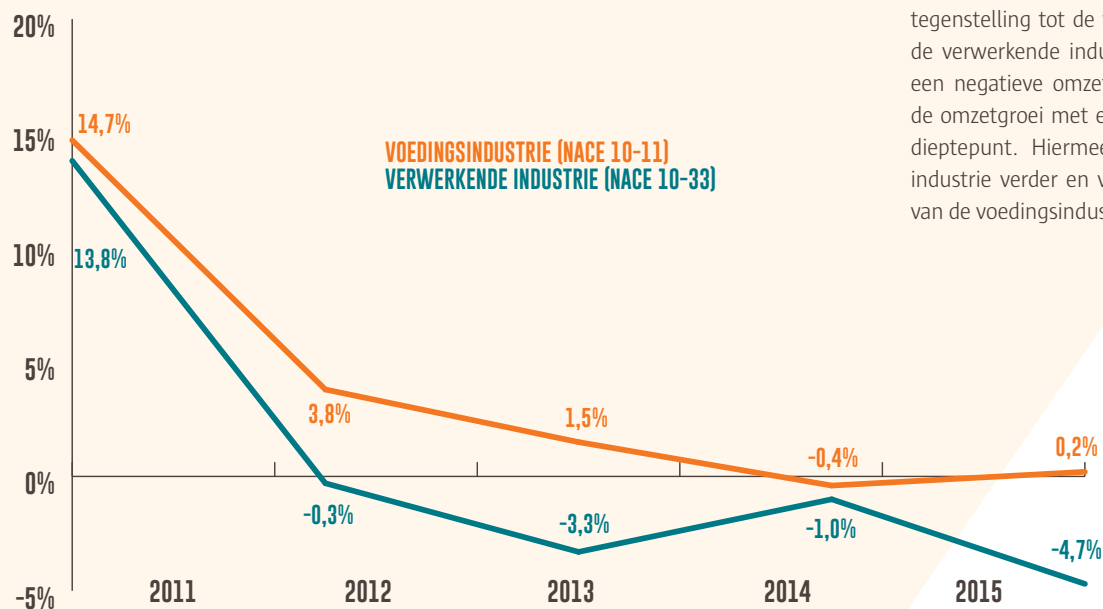
FIG. 1: OMZET PER SUBSECTOR (2015)



Bron: ADSEI (trimestriële BTW-aangiftes). Omwille van confidentialiteitsregels, zijn omzetcijfers niet meer apart beschikbaar voor NACE 10.2 en NACE 10.4. Op basis van het laatste kwartaal van 2014 en het eerste kwartaal van 2015, schatten we dat de sector van de oliën en vetten goed is voor 90% van de omzet van de sector NACE10.2+10.4

² De omzetcijfers voor 2015 worden nog steeds gerevisieerd waardoor er ook in de toekomst nog verschuivingen tussen (sub)sectoren kunnen plaatsvinden. Daarom moeten deze gegevens als voorlopig beschouwd worden.

FIG. 2: JAARLIJKSE GROEI VAN DE OMZET (2010-2015)



Bron: ADSEI (BTW-aangiften), voorlopige cijfers voor 2015

EVOLUTIE VAN DE OMZET

Na de forse omzetgroei van de Belgische voedingsindustrie in 2011, zwakte het groeiritme in de daaropvolgende jaren af door de toenemende druk op de grondstofprijzen en dus afzetprijzen en omzet van de voedingsindustrie.

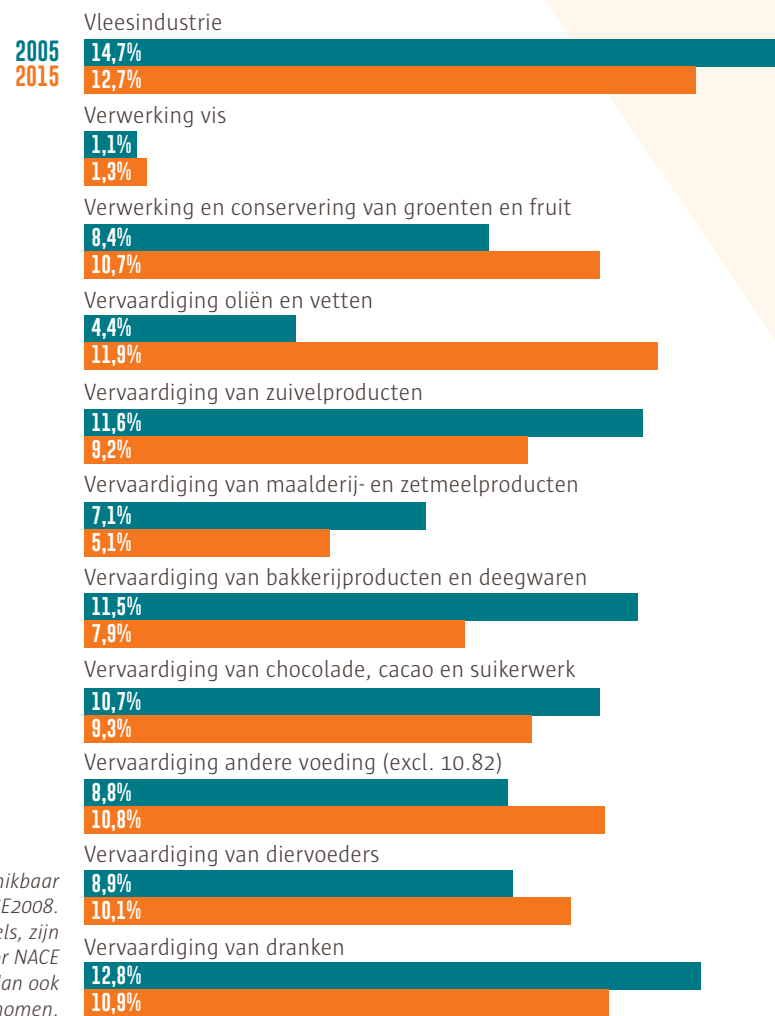
De verwerkende industrie tekende dezelfde maar meer uitgesproken evolutie op. In tegenstelling tot de voedingsindustrie kende de verwerkende industrie sinds 2012 steeds een negatieve omzetgroei. In 2015 bereikte de omzetgroei met een daling van 4,7% een dieptepunt. Hiermee zakt de verwerkende industrie verder en verder weg ten opzichte van de voedingsindustrie.

Omzet verwerkende industrie zakt steeds verder weg tegenover de voedingsindustrie.

De verdeling van de omzet over de subsectoren blijft op lange termijn redelijk stabiel.

De verdeling van de omzet volgens de verschillende subsectoren blijft doorheen de laatste jaren relatief constant. Ten opzichte van 2005 is de grootste omzetsijging waar te nemen bij de subsector van oliën en vetten, de verwerking van groenten en fruit en de vervaardiging van diervoeders. Het aandeel in de omzet van de vervaardiging van bakkerijproducten en deegwaren, de vervaardiging van dranken en de vleesindustrie is er ten opzichte van 2005 met respectievelijk 3,6%-punt, 2,0 %-punt en 1,8%-punt op achteruit gegaan.

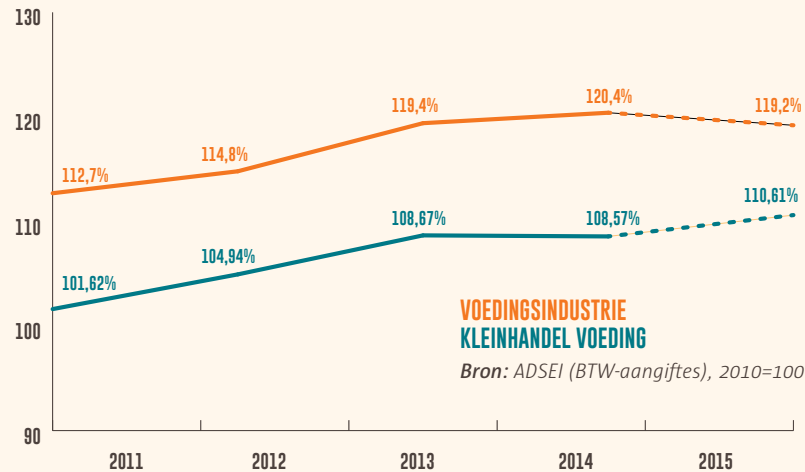
FIG. 3: VERDELING OMZET VOLGENS SUBSECTOR (2005-2015)



Bron: ADSEI (BTW-aangiftes), slechts beschikbaar vanaf 2005 in NACE2008.

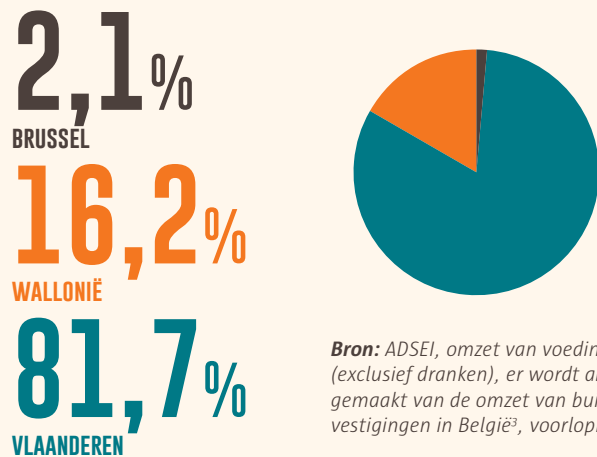
** Omwille van confidentialiteitsregels, zijn omzetcijfers niet meer apart beschikbaar voor NACE 10.2 en NACE 10.4 - deze categorieën worden dan ook samen in één categorie genomen.*

FIG. 4: EVOLUTIE BINNENLANDSE OMZET VOEDINGSINDUSTRIE EN OMZET KLEINHANDEL VOEDING, DRANKEN EN TABAK (2010=100, 2011-2015)



Sinds 2011 is de omzet van de binnenlandse voedingsindustrie trager toegenomen dan de omzet van de voedingskleinhandel wat erop kan wijzen dat het marktaandeel van de eigen voedingsindustrie in de consumptie is gedaald.

FIG. 5: VERDELING OMZET VOEDINGSPRODUCTEN PER GEWEST (2015)



REGIONALE VERDELING VAN DE OMZET

Meer dan viervijfde van de omzet van voedingsproducten (excl. dranken) werd in 2015 gerealiseerd door ondernemingen in Vlaanderen, Wallonië levert 16% van de omzet, het Brussels Hoofdstedelijk Gewest 2%.

³ Ondernemingen worden als buitenlands beschouwd indien hun BTW-eenheid geen apart adres in België heeft. In de oude Nacebel2003-indeling werden deze automatisch aan het Brussels Hoofdstedelijk Gewest toegewezen, maar in de nieuwe Nacebel2008-indeling worden deze als een aparte categorie beschouwd naast de 3 Belgische gewesten.

TOEGEVOEGDE WAARDE



VOEDINGSINDUSTRIE
+10%
SINDS 2010

VERWERKENDE
INDUSTRIE
+2,7%
SINDS 2010

EVOLUTIE VAN DE TOEGEVOEGDE WAARDE

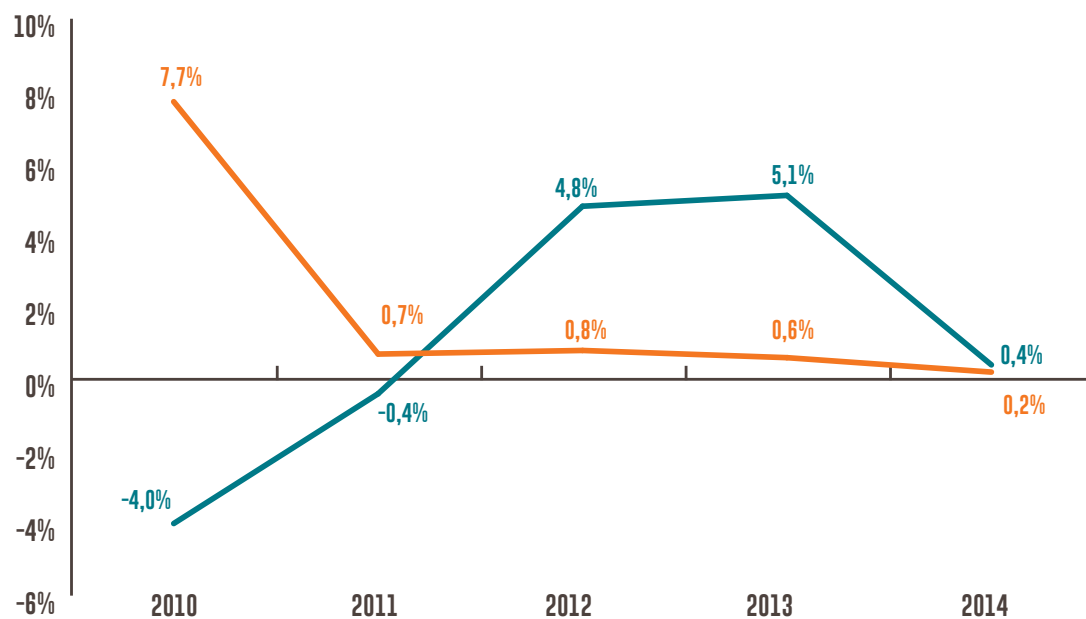
De toegevoegde waarde van de voedings- en genotsmiddelenindustrie⁴ bedroeg in 2014 ongeveer 7,6 miljard euro, een stijging met 0,2% ten opzichte van 2013 waardoor het

herstel van de toegevoegde waarde nagenoeg volledig stil viel. Ten opzichte van 2010 nam de toegevoegde waarde van de voedings- en genotsmiddelenindustrie toe met net geen 10% terwijl dit in de verwerkende industrie slechts met 2,7% is toegenomen. Dit heeft tot gevolg dat het aandeel van de voedings-

industrie in de totale toegevoegde waarde van de verwerkende industrie toegenomen is van 14,4% in 2010 naar 15,4% in 2014. Vlaanderen genereert 72,6% van de toegevoegde waarde, Wallonië 22,2% en Brussel 5,2%.

> IN 2014 GENEREERDE DE VOEDINGSINDUSTRIE EEN TOEGEVOEGDE WAARDE VAN 7,6 MILJARD EURO.

FIG. 6: JAARLIJKSE GROEI VAN DE TOEGEVOEGDE WAARDE IN LOPENDE PRIJZEN (2010-2014)



VOEDINGS- EN GENOTSMIDDELENINDUSTRIE (NACE 10-12)
VERWERKENDE INDUSTRIE (NACE 10-33)

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

⁴ Bruto toegevoegde waarde is sinds 2009 niet langer gekend voor de voedingssector alleen, enkel voor de sector 'vervaardiging van voedings- en genotsmiddelen' waarbij we op basis van eerdere jaren weten dat de genotsmiddelen slechts een klein deel (<5%) uitmaken van de totale sector.

INVESTERINGEN



VOEDINGSINDUSTRIE
+25%
SINDS 2011



VERWERKENDE
INDUSTRIE
+7%
SINDS 2011

De voedingsindustrie investeerde in 2015 voor een recordbedrag van 1,43 miljard euro in materiële vaste activa, goed voor 21,4% van de investeringen in de verwerkende industrie (op basis van BTW statistieken). Ten opzichte van 2011 liggen de investeringen in de voedingsindustrie in 2015 meer dan 25% hoger, terwijl deze in de industrie 'maar' 7% hoger liggen. De 3 belangrijkste subsectoren in termen van investeringen in 2015 waren de drankenindustrie, de verwerking en conservering van groenten en fruit en de bakkerij- en deegwarenssector. Samen waren ze goed voor 53,9% van alle investeringen in de voedingsindustrie in 2015. De sterkste investeringstoename was er bij de vervaardiging van oliën en vetten, de verwerking van vis en de drankenindustrie.

EVOLUTIE VAN DE INVESTERINGEN

Een combinatie van fors hogere investeringen en een licht stijgende omzet in 2015, zorgden ervoor dat de investeringsintensiteit (die de verhouding van de investeringen ten opzichte van de omzet meet) sterk gestegen is in 2015 waardoor deze opnieuw het niveau van 2008 behalen. In de verwerkende industrie stabiliseert de investeringsintensiteit zich sinds 2010 op hetzelfde niveau (tussen 2,1% en 2,2%), maar schiet deze wel in 2015 omhoog tot 2,5%. In de laatste 5 jaar lag deze ratio in de voedingsindustrie op 2,66% ten opzichte van 2,25% in de verwerkende industrie. Gemiddeld investeerde de voedingsindustrie in de voorbije 5 jaar dus relatief meer dan de verwerkende industrie, zeker indien we ook in rekening nemen dat de omzet (de noemer van de ratio) in de voedingsindustrie sterk is gestegen, terwijl deze in de verwerkende industrie sterk gedaald is.

FIG. 7: JAARLIJKSE GROEI VAN DE INVESTERINGEN (2011-2015)

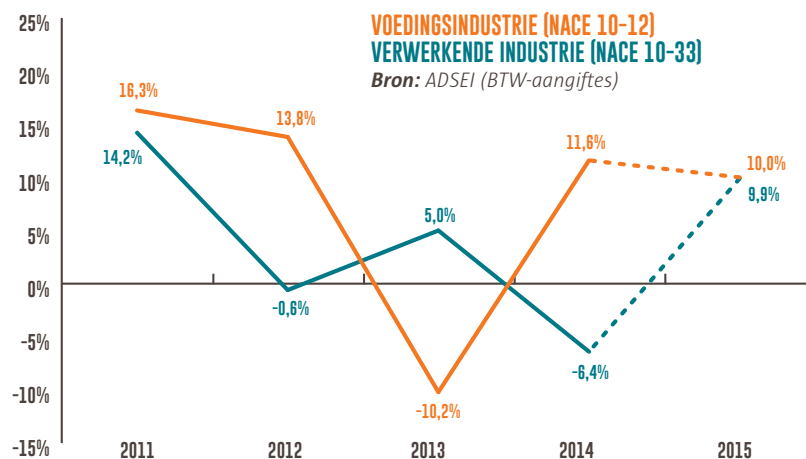
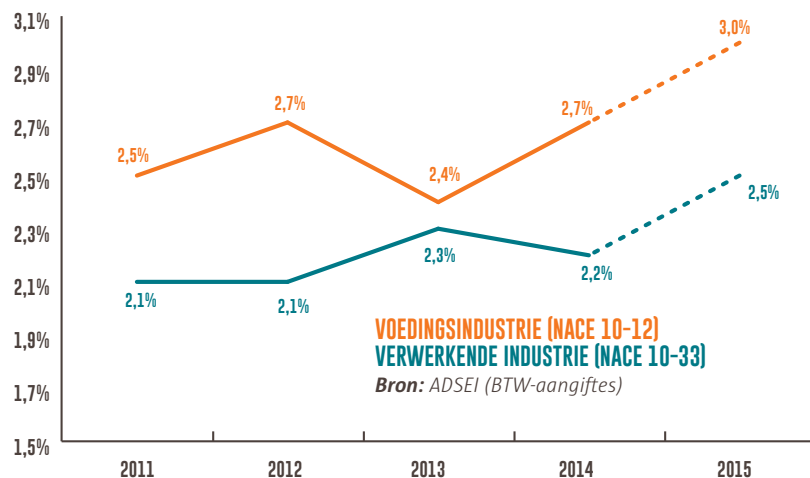


FIG. 8: INVESTERINGSINTENSITEIT (2011-2015)



➤ DE INVESTERINGEN IN DE VOEDINGSINDUSTRIE BEREIKTEN IN 2015 ANDERMAAL EEN RECORDNIVEAU.

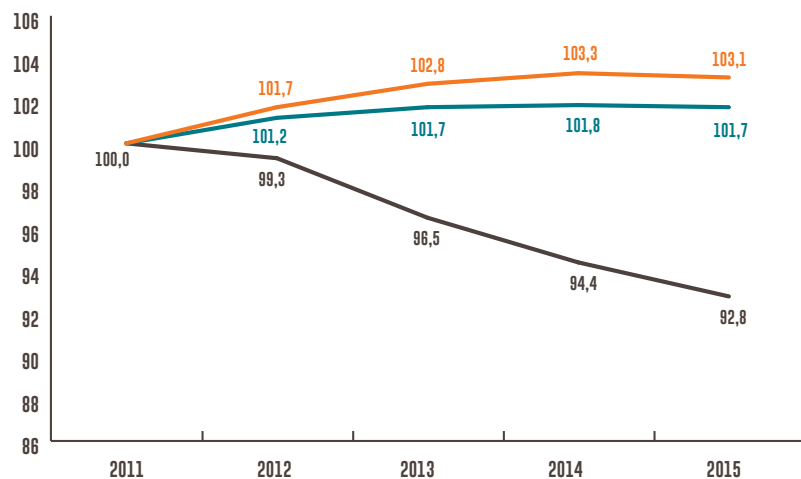
De voedingsindustrie investeerde relatief meer dan gemiddeld in de verwerkende industrie.

WERKGELEGENHEID



1/5 arbeidsplaatsen in de verwerkende industrie is een arbeidsplaats in de voedingsindustrie.

FIG. 9: EVOLUTIE ARBEIDSVOLUME IN VOLTijdSEQUIVALENTEN IN BELGIË (2011-2015, 2011=100)



VTE VOEDINGSINDUSTRIE (EXCL. AMBACHTELIJKE BAKKERS)
 VTE VOEDINGSINDUSTRIE (INCL. AMBACHTELIJKE BAKKERS)
 VTE VERWERKENDE INDUSTRIE

Bron: RSZ (gecentraliseerde statistieken), zonder interimkrachten

EVOLUTIE ARBEIDSPLAATSEN

De voedingsindustrie blijft in 2015 veruit de grootste industriële werkgever van België. Het aantal arbeidsplaatsen bedroeg in het tweede kwartaal van 2015 88.439, goed voor 73.135 voltijdsequivalenten (VTE's). Zowel het aantal arbeidsplaatsen als het aantal VTE's is ten opzichte van 2014 stabiel gebleven (-0,1%). In de verwerkende industrie gingen in 2015 opnieuw meer dan 8.600 arbeidsplaatsen (of meer dan 8.500 VTE's) verloren.

Hierdoor neemt de voedingsindustrie een steeds groter aandeel van de industriële tewerkstelling voor haar rekening. Het aandeel in de arbeidsplaatsen groeide van 17,6% in 2011 naar 19,0% in 2015, uitgedrukt in VTE's steeg het aandeel van 16,4% in 2011 naar 18,0% in 2015.

De voedingsindustrie genereert daarnaast ook heel wat tewerkstelling in andere sectoren. Volgens het Federaal Planbureau zijn er bij de diverse leveranciers en dienstverleners (transport, verpakkingen, uitzendarbeid,...) 1,55 extra jobs verbonden aan 1 job in de voedingsindustrie. Indirect stelt de voedingsindustrie dus nog eens 137.080 mensen tewerk, wat maakt dat er in België in totaal bijna 225.519 arbeidsplaatsen gelieerd zijn aan de voedingsindustrie. Hiermee heeft de voedingsindustrie één van de hoogste jobmultiplicatoren in de verwerkende industrie.

In 2015 waren er 88.439 arbeidsplaatsen in de voedingsindustrie, goed voor 73.135 voltijdsequivalenten.

> DE TEWERKSTELLING IN DE VOEDINGS-INDUSTRIE STABILISEERT IN 2015.

⁵Tewerkstelling uitgedrukt in voltijdsequivalenten brengt het arbeidsvolume in kaart (dus de werkelijk gepresteerde uren).

Arbeitsplaatsen goed verdeeld over verschillende subsectoren.

VERDELING VOLGENS SUBSECTOR

De 3 belangrijkste subsectoren in termen van tewerkstelling zijn de vervaardiging van bakkerijproducten en deegwaren (door het grote aantal kleine bakkerijen), de vleesindustrie en de vervaardiging van dranken. De eerste twee sectoren behoren ook in termen van omzet tot de 3 belangrijkste subsectoren van de Belgische voedingsindustrie. De sector van de vervaardiging van oliën en vetten, die behoort tot de top 3 in termen van omzet, is slechts een heel kleine sector in termen van tewerkstelling door de hoge mate van procesautomatisatie. Indien we de bakkerij- en deegwarenssector buiten beschouwing laten, wordt de verwerking van groenten en fruit de 3de subsector op het vlak van aantal arbeidsplaatsen.

VERDELING VOLGENS GROOTTE ONDERNEMING

In vergelijking met 2005 is het aandeel van werknemers in ondernemingen tot 19 werknemers systematisch afgenomen en dit ten voordele van middelgrote ondernemingen tussen 100 en 499 werknemers. Er is dus een duidelijke schaalvergroting in de voedingsindustrie. Tegelijk zien we dat het belang van de grootste ondernemingen (met 500 of meer werknemers) slechts licht is toege-

FIG. 10: ARBEIDSPLAATSEN PER SUBSECTOR (2015)

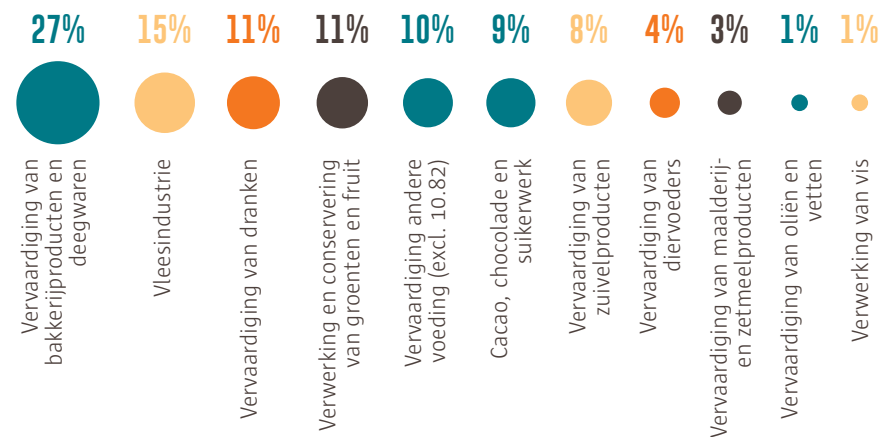
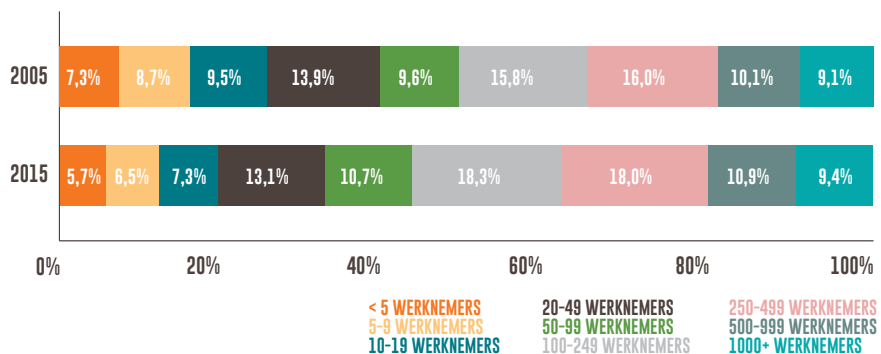


FIG. 11: VERDELING WERKNEMERS VOLGENS GROOTTE ONDERNEMING (2005-2015)



Bron: RSZ gecentraliseerde statistiek, inschatting categorie 100-249 en 250-499 op basis van Belfirst

FIG. 12: AANTAL ARBEIDSPLAATSEN PER GEWEST (2014)

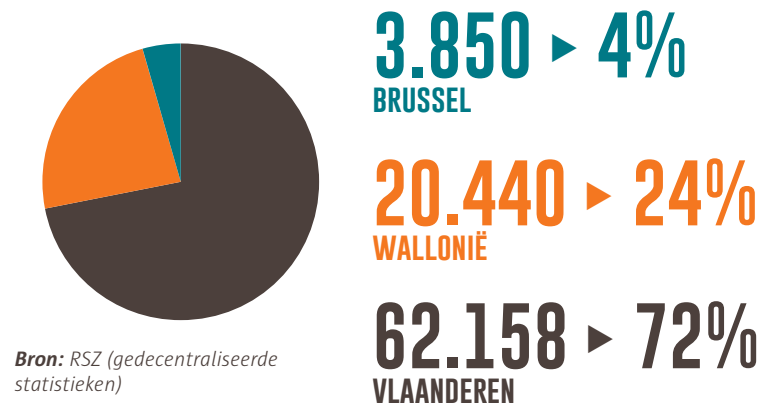
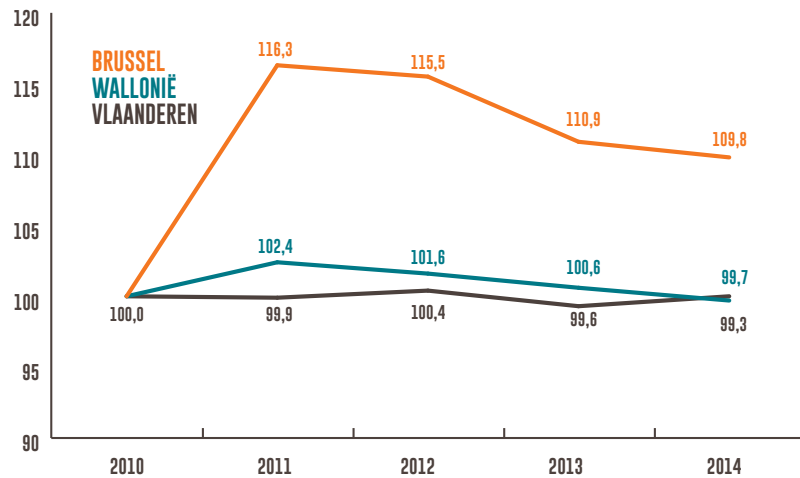


FIG. 13: EVOLUTIE AANTAL ARBEIDSPLAATSEN PER GEWEST (2010-2014; 2010=100)



Bron: RSZ (gecentraliseerde statistieken), zonder interimkrachten

nomen. De terugval in de kleinste categorie (tot 4 werknemers) is vooral te wijten aan het verdwijnen van kleine bakkerijen.

REGIONALE VERDELING VAN DE WERKGELEGENHEID

Vlaanderen stelt ongeveer 72% van het totale aantal arbeidsplaatsen ter beschikking. In vergelijking met de omzet neemt Vlaanderen dus een iets minder prominente plaats in de tewerkstelling in.

Verder stellen we vast dat de voorbije 3 jaar het aantal arbeidsplaatsen bij de Brusselse werkgevers aanzienlijk toenam.⁶ Vlaanderen kende in 2014 een bescheiden groei van de tewerkstelling terwijl deze in Wallonië licht is teruglopen. Ten opzichte van 2010 ligt de tewerkstelling zowel in Vlaanderen als Wallonië een tikkeltje lager in 2014.

⁶Dit is enkel te wijten aan een administratieve centralisatie in 2011 van de regionale verkoopkantoren van 1 producent, vermits sinds 2012 de tewerkstelling in Brussel weer jaar na jaar afneemt.

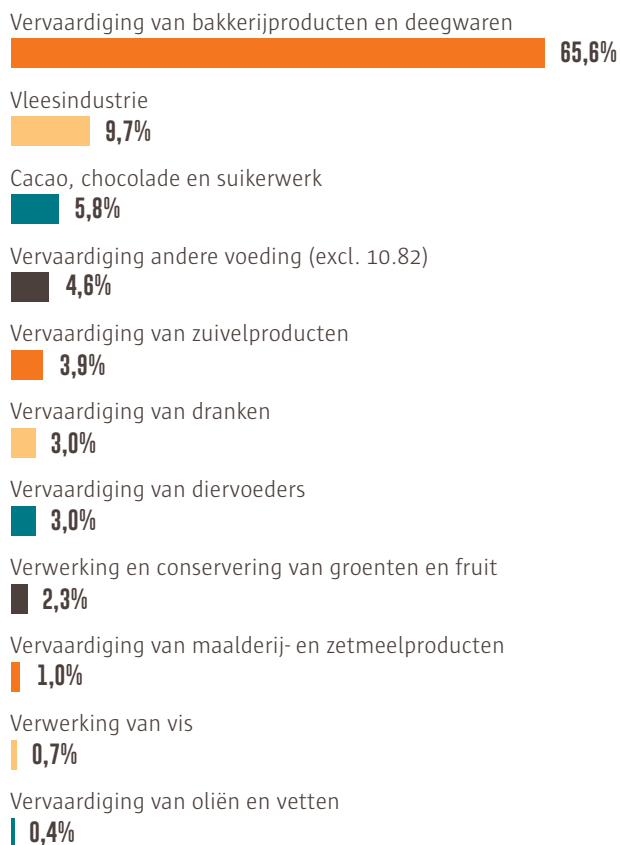
WERKGEVERS



▼
-1,8%
WERKGEVERS

▲
**VAN 19,5
NAAR 19,9**
ARBEIDSPLAATSEN
PER WERKGEVER

FIG. 14: WERKGEVERS PER SUBSECTOR (2015)



Bron: RSZ (Gecentraliseerde statistieken)

De voedingsindustrie telde 4.452 werkgevers in 2015, en vertegenwoordigde daarmee 28% van de werkgevers in de verwerkende industrie. De 3 subsectoren die het meeste aantal werkgevers tellen, zijn de vervaardiging van bakkerijproducten en deegwaren, de vleesindustrie en vervaardiging van chocolade en suikerwerk. De eerste twee subsectoren waren ook in termen van tewerkstelling de belangrijkste subsectoren van de Belgische voedingsindustrie. Met hun drie zijn ze samen goed voor liefst 81% van het totale aantal werkgevers wat vooral het gevolg is van het grote aantal kleine bakkerijen (2.737 in 2015 of 60% van het totale aantal werkgevers in de voedingsindustrie). Zonder de kleine bakkerijen zou de vervaardiging van zuivelproducten de 3de subsector worden op vlak van aantal werkgevers.

Het hoge aandeel in het aantal industriële werkgevers, volgt uit het feit dat de voedingsindustrie heel wat KMO's telt: 53% van de werkgevers in de voedingsindustrie telt minder dan 5 werknemers, 83% telt minder dan 20 werknemers. De kleinste dimensieklasse bestaat voor 74% uit kleine bakkerijen.

Kleine bakkerijen zijn goed voor 60% van het aantal werkgevers in de Belgische voedingsindustrie.

De schaalvergroting zet zich jaar na jaar door.

> AANTAL WERKGEVERS (EXCLUSIEF KLEINE BAKKERIJEN) BLIJFT STABIEL.

EVOLUTIE VAN HET AANTAL WERKGEVERS EN GROOTTE WERKGEVERS

De voorbije jaren is het aantal werkgevers in de voedingsindustrie jaar na jaar afgenomen. Er waren in 2015 460 of 9,4% minder werkgevers in vergelijking met 2011. Vooral de sector van de kleine bakkerijen draagt bij tot de daling van het totale aantal werkgevers in de voedingssector. Het aantal werkgevers zonder kleine bakkers bleef in 2015 nagenoeg identiek en is in 2015 met slechts 2,3% afgenomen ten opzichte van 2011.

FIG. 15: EVOLUTIE VAN HET AANTAL WERKGEVERS EN DE GEMIDDELDE OMVANG VAN DE ONDERNEMINGEN (2011-2015)

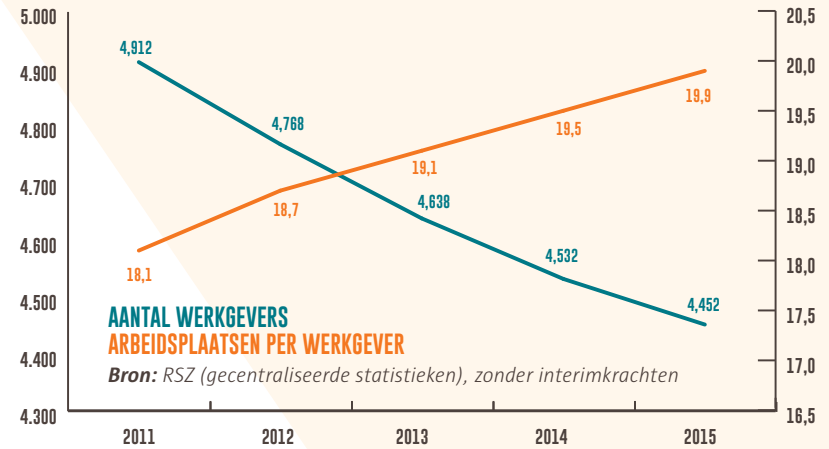


FIG. 16: EVOLUTIE WERKGEVERS (2011-2015)

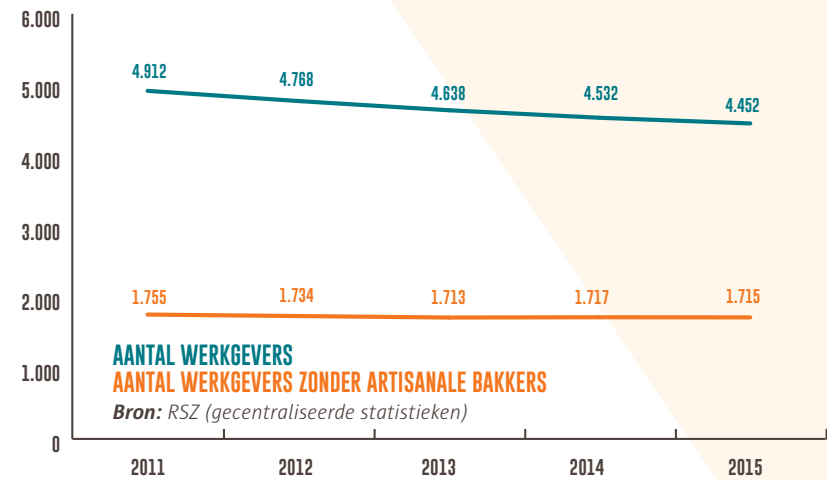


FIG. 17: AANTAL VESTIGINGSEENHEDEN PER GEWEST (2014)



343 ▶ **7%**
BRUSSEL

1.467 ▶ **28%**
WALLONIË

3.358 ▶ **65%**
VLAANDEREN

Bron: RSZ (gedecentraliseerde statistieken)

REGIONALE VERDELING VESTIGINGSEENHEDEN

In vergelijking met het aantal arbeidsplaatsen telt Vlaanderen procentueel minder werkgevers (65% van de vestigingen vs. 72% van de arbeidsplaatsen). Dit wijst erop dat de Vlaamse voedingsbedrijven gemiddeld meer arbeidsplaatsen per vestiging tellen in vergelijking met Wallonië en Brussel. De Brusselse voedingsbedrijven zijn gemiddeld het kleinst met 11,2 arbeidsplaatsen per vestiging. De Vlaamse zijn het grootst met 18,5 arbeidsplaatsen per vestiging. Waalse voedingsbedrijven hebben gemiddeld 13,9 arbeidsplaatsen.

7Op basis van de gedecentraliseerde statistieken ligt het gemiddeld aantal arbeidsplaatsen voor de 3 regio's lager dan op basis van de gecentraliseerde statistieken omdat er volgens de gedecentraliseerde statistieken een hoger aantal vestigingen tot de voedings- en drankensector behoren.

BUITENLANDSE HANDEL



EXPORT NAAR
WEST-EUROPA
+40,7%
SINDS 2005

EXPORT NAAR
OOST-EUROPA
+293,8%
SINDS 2005

EXPORT BUITEN EU
+84,9%
SINDS 2005

FIG. 18: EVOLUTIE VAN DE BUITENLANDSE HANDEL VAN VOEDINGSMIDDELEN (IN MIO EURO - 2011-2015)

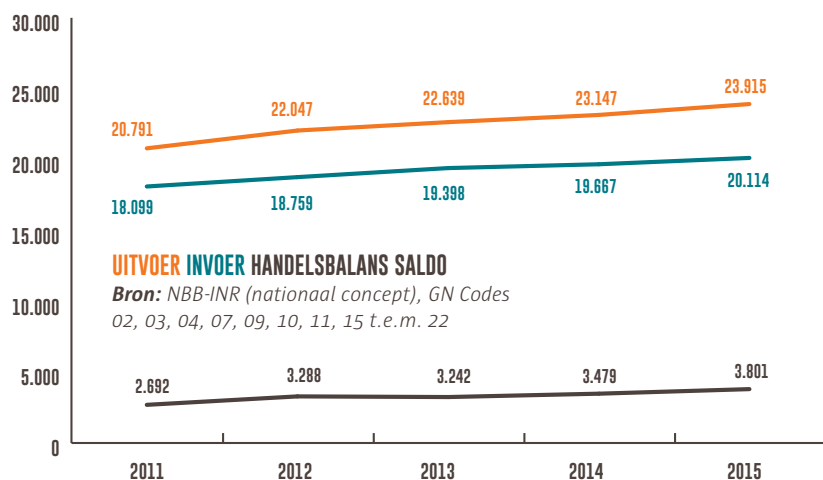
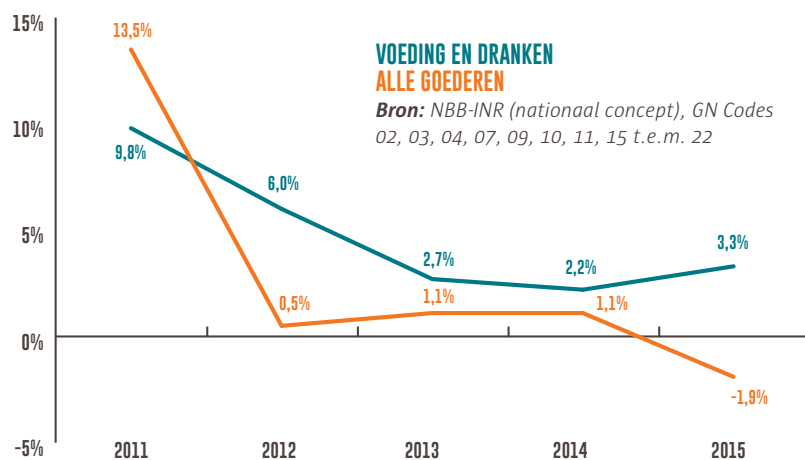


FIG. 19: JAARLIJKSE GROEI VAN DE UITVOER (2011-2015)



De uitvoer volgens het nationale concept⁸ van voeding en dranken bedroeg in 2015 naar schatting 23,9 miljard euro. De import van deze producten vertegenwoordigde een waarde van 20,1 miljard euro, waardoor er voor voeding en dranken een handelsbalansoverschot van ongeveer 3,8 miljard euro was. Ondanks deze sterke prestatie van de voedingsindustrie kende België in 2015 voor alle goederen samen een handelsbalanstekort van 4,0 miljard euro.

EVOLUTIE VAN DE BUITENLANDSE HANDEL

In 2015 nam de uitvoer toe met 3,3%. De totale Belgische uitvoer van goederen kende in 2015 een daling van 1,9%. Over de gehele periode kende de voedingssector een sterkere en stabielere uitvoergroei dan de industrie in haar geheel. Ten opzichte van 2011 nam de uitvoer in de voedingsindustrie toe met 15,0%, terwijl de industrie slechts een heel bescheiden exportgroei van 0,7% kon optekenen.

> DE HANDELSBALANS VOOR VOEDING EN DRANKEN VERTOONDE IN 2015 EEN OVERSCHOT VAN 3,8 MILJARD EURO.

Het overschot op de handelsbalans steeg met meer dan 9% in 2015.

> DE GROEI VAN DE UITVOER VAN VOEDING EN DRANKEN TROK IN 2015 OPNIEUW AAN TOT 3,3%.

⁸Uitvoer volgens het nationale concept geeft beter weer wat de Belgische bedrijven jaarlijks (autonoom) aan voeding en dranken uitvoeren. Uitvoer volgens het communautaire concept omvat hiernaast ook alle doorvoer activiteiten en internationale distributiecentra. Deze hebben typisch minder toegevoegde waarde. Het communautaire concept wordt in Europa gebruikt om landen met elkaar te vergelijken.

EXPORTAANDEEL IN EU-28 BUITENLANDSE HANDEL

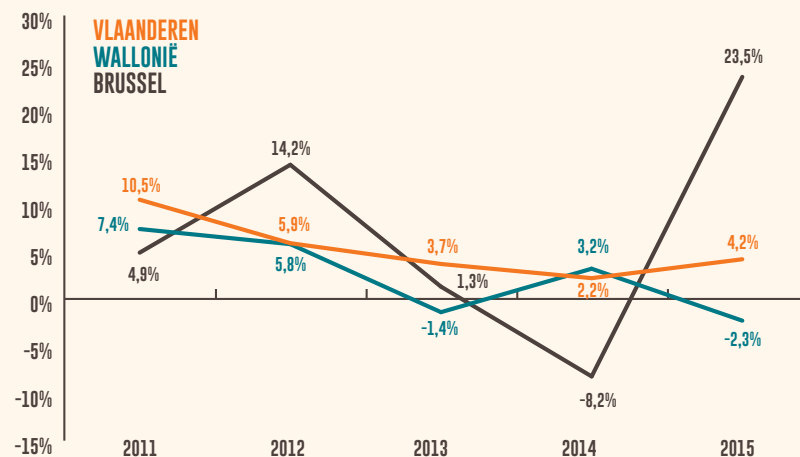
België nam in 2015 7,6% in van de (intra- en extra-) EU handel in voedingsproducten, dranken en tabak. Nederland, Duitsland en Frankrijk hadden een aandeel van respectievelijk 15%, 14,9% en 13,5%. Ten opzichte van 2005 kon enkel Duitsland zijn exportaandeel uitbreiden met 0,5%-punt. Frankrijk, België en Nederland moesten exportaandeel afstaan van respectievelijk 2,3 %-punt, 1%-punt en 0,4 %-punt.

REGIONALE VERDELING VAN DE BUITENLANDSE HANDEL

In 2015 nam de uitvoer van de Vlaamse voedingsindustrie toe met 4,2%. Sinds 2011 nam de Vlaamse uitvoer met 17,1% toe. De Waalse uitvoer kent een wisselend groeiritme dat globaal neerwaarts is. Na een herstel van de uitvoer in 2014, wordt 2015 opnieuw gekenmerkt door een daling met 2,3%. Ten opzichte van 2011 nam de Waalse uitvoer met 5,3% toe. De Brusselse uitvoer kent vele pieken en dalen en groeit ten opzichte van 2011 met 31,2% wat in sterke mate te danken is aan de zeer forse groei in 2015.

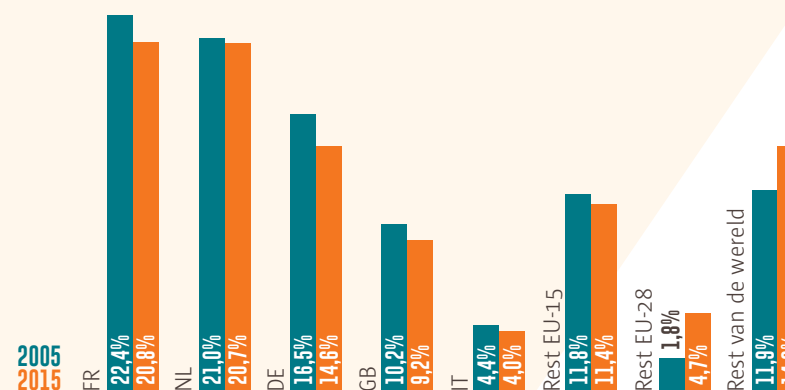
De Vlaamse en Waalse voedingsindustrie kenden in 2015 een overschot op de handelsbalans van respectievelijk ongeveer 3,47 miljard euro en 861 miljoen euro, terwijl Brussel in 2015 een handelsbalanstekort van 529 miljoen euro kende.

FIG. 20: JAARLIJKSE GROEI VAN DE REGIONALE UITVOER (2011-2015)



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

FIG. 21: GEOGRAFISCHE SPREIDING VAN DE UITVOER (2005-2015)



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

GEOGRAFISCHE SPREIDING VAN DE UITVOER

De uitvoer van de Belgische voedingsindustrie blijft in hoofdzaak gericht op de Europese Unie. Het zwaartepunt ligt bij onze directe buurlanden waar 56,0% van onze totale uitvoer naartoe gaat. Binnen de EU-15 zijn, na Nederland, Frankrijk, en Duitsland, voornamelijk het Verenigd Koninkrijk en Italië belangrijke uitvoermarkten. Frankrijk blijft de belangrijkste uitvoermarkt van voeding en dranken al volgt Nederland op heel korte afstand.

Ten opzichte van 2014 nam binnen de EU-15-landen de uitvoer naar quasi alle landen toe. Uitschieters waren Oostenrijk (+25,7%), Luxemburg (+12,3%) en Finland (+10,8%). Enkel naar Denemarken (-2,5%) en Zweden (-0,2%) nam de uitvoer af.

Ook naar de nieuwe lidstaten van de Europese Unie vertoonde de uitvoergroei een overwegend positief beeld in 2015. Onder de sterkste stijgers rekenen we Letland (+67,2%), Slowakije (+34,4) en Estland (+22,8%). Enkel naar Bulgarije (-14,1%) en Malta (-0,4%) ging de uitvoer erop achteruit. De uitvoer naar de twee belangrijkste landen binnen de nieuwe lidstaten groeide eerder eveneens sterk: Polen +12,0% en Tsjechië +4,8%.

Vanuit België wordt vooral voeding uitgevoerd naar Nederland, Frankrijk, Duitsland en Groot-Brittannië.

⁹Producten waarvan de Brusselse export sterk toenam in 2015 waren bereidingen van graan, chocolade en vlees

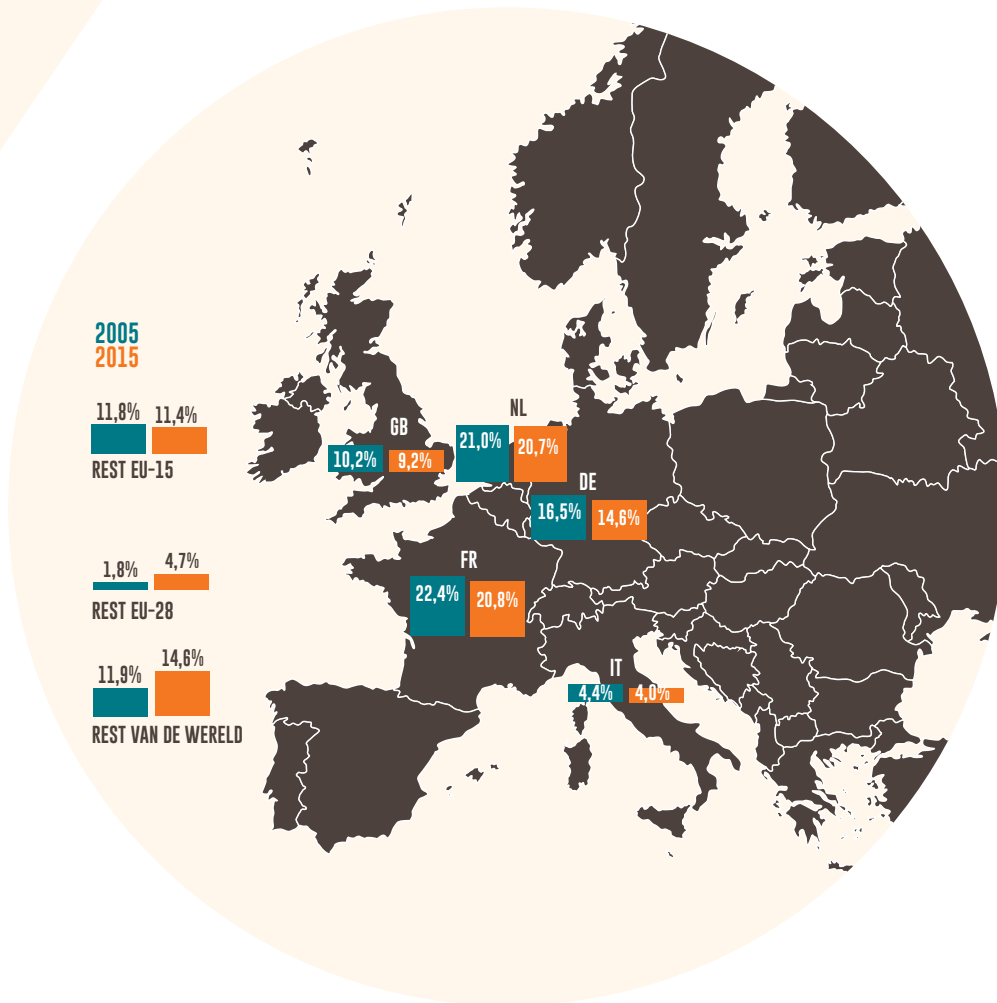
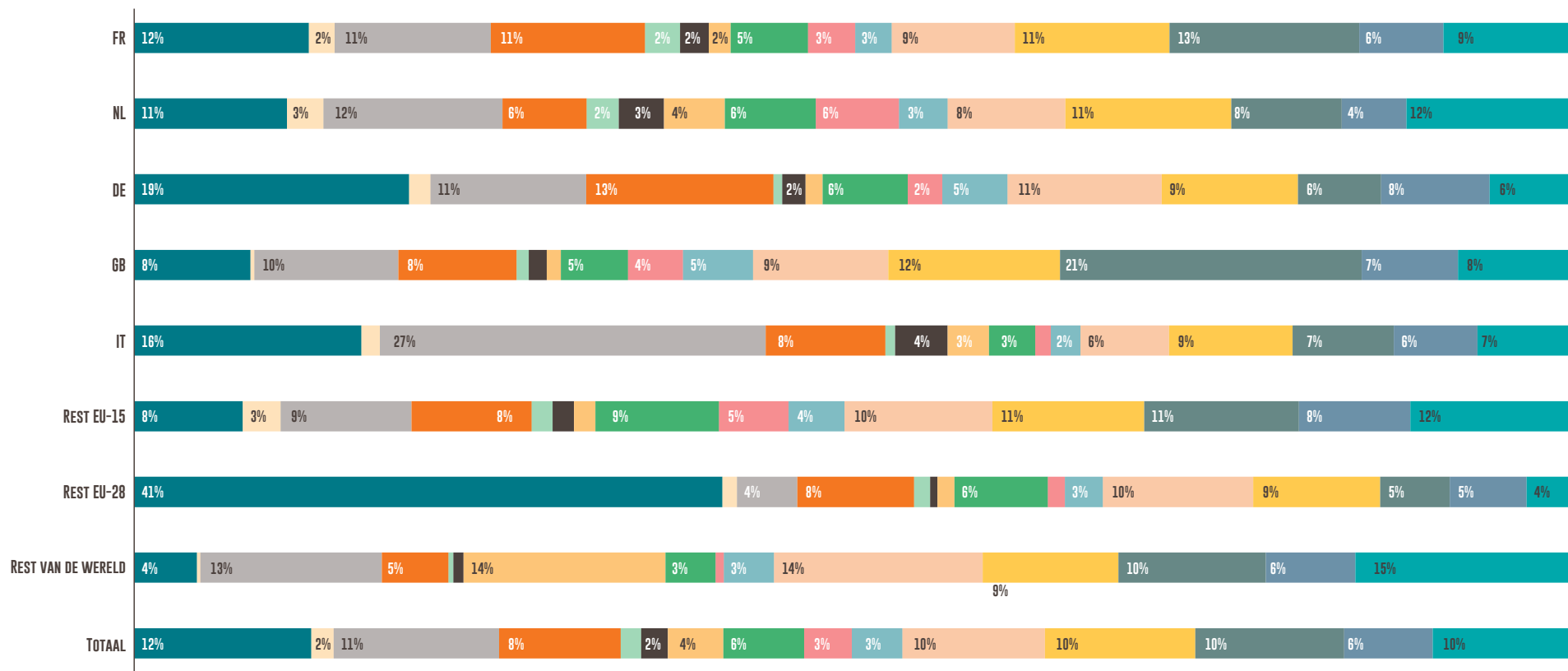


FIG. 22: VERDELING UITVOER PER PRODUCTGROEP EN PER UITVOERMARKT (2015)



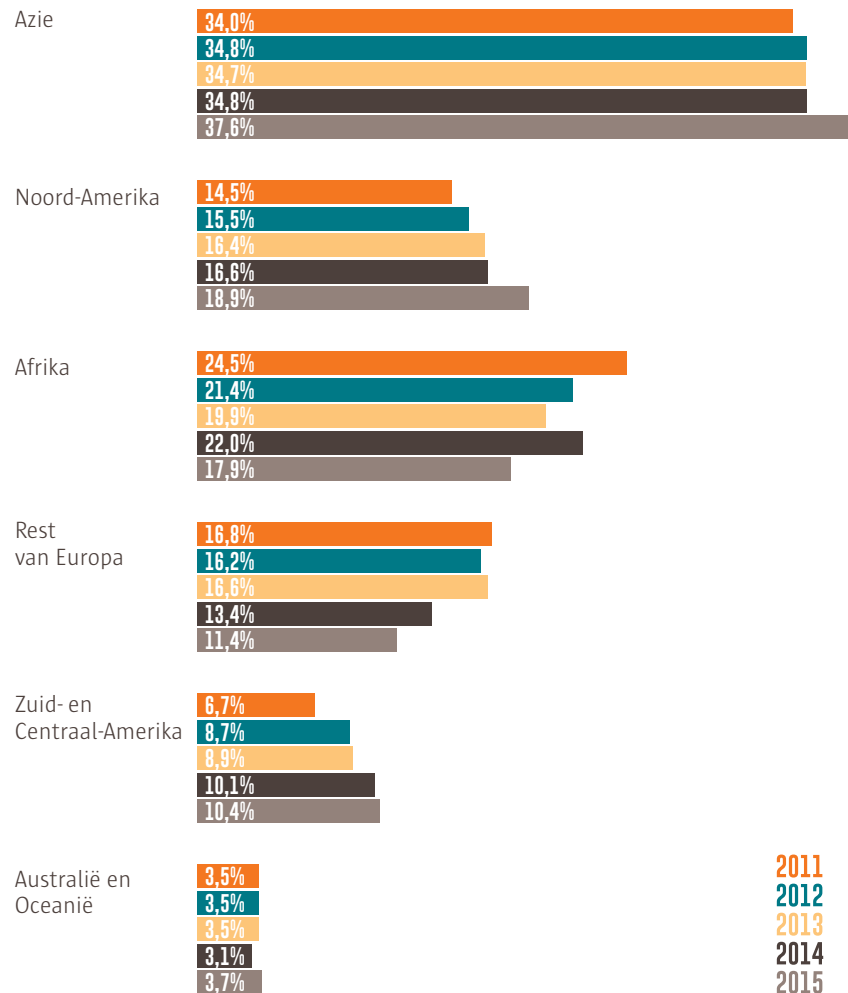
Bron: NBB-INR (nationaal concept), GN Codes 02, 03, 04, 07, 09, 10, 11, 15 t.e.m. 22. Omwille van overzichtelijkheid worden bij productgroepen met een waarde kleiner dan 2% geen percentages vermeld. Belangrijke productgroepen (aandeel > 5%) worden in de legende aangeduid in rood.

VLEES
VIS
ZUIVEL
GROENTEN
KOFFIE, THEE & SPECERIJEN

GRANEN
MEEL EN MOUT
VETTEN & OLIE
BEREIDINGEN VAN VLEES & VIS
SUIKER EN SUIKERWERK

CACAO EN BEREIDINGEN ERVAN
BEREIDINGEN VAN GRAAN
GROENTEN EN VRUCHTENBEREIDINGEN
DIVERSE PRODUCTEN
DRANKEN

FIG. 23: VERDELING UITVOER BUITEN EUROPESE UNIE PER WERELDDEEL (2011-2015)



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

Het belangrijkste uitvoerproduct van onze voedingsindustrie is vlees, dat voornamelijk naar Duitsland, Frankrijk, Nederland en Polen gaat. Ook zuivelproducten, bereidingen van graan (voornamelijk koekjes), bereidingen van groenten en fruit (vooral diepvriesaardappelproducten), en dranken scoren sterk met een aandeel in de uitvoer van meer dan 10%. Samen zijn ze goed voor 54% van de totale uitvoer van voeding en dranken.

EVOLUTIE UITVOER BUITEN DE EUROPESE UNIE

Meer dan een derde van de uitvoer buiten de Europese Unie gaat naar Azië dat vooral in 2015 een sterke toename in haar aandeel kende. Ook Noord-Amerika kon haar aandeel doen toenemen, dit ten koste van Afrika (met sterke omzetzalingen naar Algerije, Zuid-Afrika en Angola) en de rest van de Europese landen (in het bijzonder ten gevolge van de sterke omzetzaling naar Rusland, Oekraïne en Wit-Rusland).

14,6% van de totale uitvoer in 2015 kwam op rekening van de uitvoer buiten de Europese Unie, waarmee er een einde kwam aan het groeiend aandeel na een forse opmars in 2014. Ten opzichte van 2014 nam het markt-aandeel met 0,3%-punt af. De groeivertraging in verschillende opkomende economiën, ligt aan de basis. De ineenstorting van de uitvoer naar de Russische Federatie (de handelsboycot van vlees en groenten leidde tot een uitvoer-

De uitvoer van voedingsproducten per geografische regio of per land verschilt sterk.

> MEER DAN 55% VAN DE UITVOER BUITEN DE EU-28 GAAT NAAR AZIË EN NOORD-AMERIKA.

De Verenigde Staten is met voorsprong de ster onder de verre uitvoermarkten van voedingsproducten.

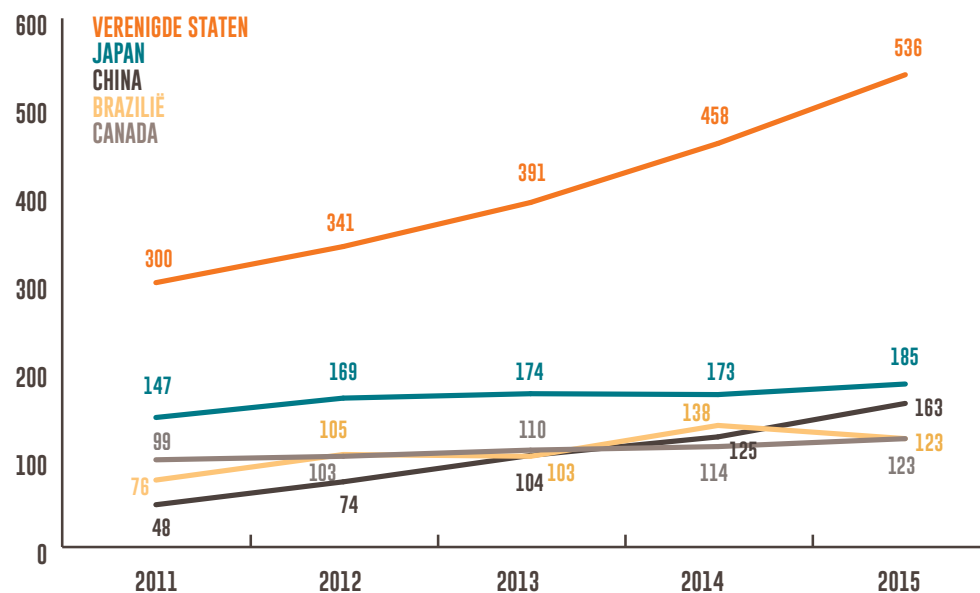
daling van 41,2% in 2015) en de groeiperikelen in Brazilië (-10,9%) wegen in het bijzonder op de verre export.

De Verenigde Staten, Japan en voor het eerst China zijn de belangrijkste verre uitvoer-

markten van voedingsproducten en dranken. De uitvoer naar de Verenigde Staten is aan een steile en continue klim bezig (+78,8% ten opzichte van 2011 en +17% in 2015 ten opzichte van 2014). Het is echter vooral China dat in het oog springt met een groei van de

uitvoer van 30,3% in 2015 en een groei van zelfs 241% ten opzichte van 2011. In onderstaande tabel wordt voor de 10 belangrijkste verre uitvoermarkten (in 2015) een overzicht gegeven van de uitvoergroei in 2015 en ten opzichte van 2011.

FIG. 24: EVOLUTIE VERRE UITVOER IN MIO € (2011-2015)



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

LAND VERRE UITVOER	UITVOER IN 2015 IN €	GROEI T.O.V. 2014	GROEI T.O.V. 2011
VERENIGDE STATEN	536.363.434	17%	79%
JAPAN	185.228.027	7%	26%
CHINA	162.616.381	30%	241%
BRAZILIË	122.990.274	-11%	62%
CANADA	122.984.639	8%	25%
ALGERIJE	110.274.725	-38%	-23%
SAOEDI-ARABIË	101.679.936	14%	66%
ZUID-KOREA	98.165.998	15%	13%
AUSTRALIË	93.361.938	20%	30%
RUSSISCHE FEDERATIE	87.122.592	-40%	-55%

LAND VERRE UITVOER	UITVOER IN 2015 IN €	GROEI T.O.V. 2014	GROEI T.O.V. 2011
COLOMBIA	15.010.753	53%	564%
MEXICO	40.781.880	73%	385%
DOMINICAANSE REPUBLIEK	10.806.964	61%	357%
PERU	14.364.579	44%	337%
CHINA	162.616.381	30%	241%
IRAK	42.795.670	56%	161%
JORDANIË	34.415.246	3%	118%
LIBIË	24.702.941	-15%	112%
NIEUW-ZEELAND	18.349.482	34%	112%
QATAR	14.683.020	6%	102%

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

In de onderste tabel staan de 10 verre uitvoerlanden die in 2015 een Belgische uitvoer van minstens 10 miljoen euro ontvingen en die de snelste groeipercentages ten opzichte van 2011 konden voorleggen.

VERRE UITVOER PER PRODUCT

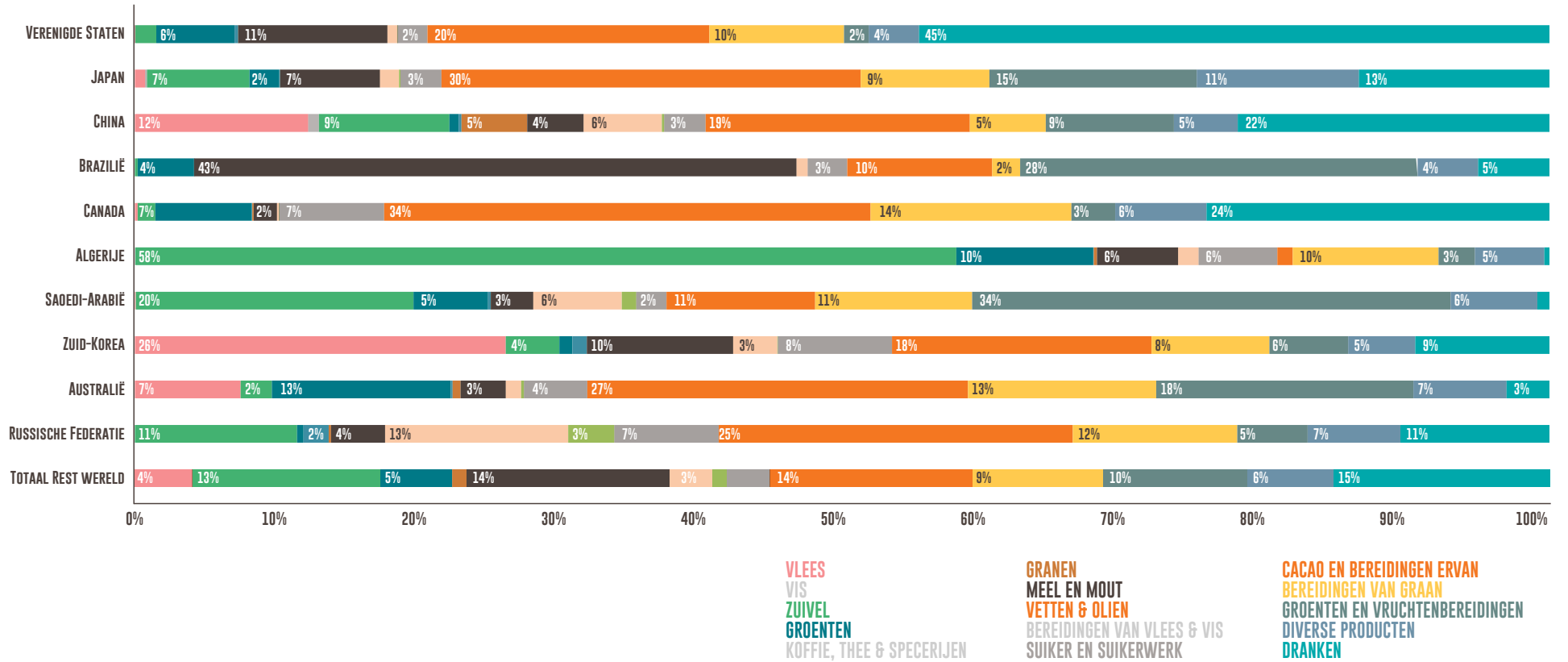
Naar onze belangrijkste verre uitvoermarkten de Verenigde Staten en Japan, zijn het vooral chocoladeproducten en dranken (bieren) die een belangrijk aandeel innemen in de uitvoer van Belgische voedingsproducten. Voor de Verenigde Staten zijn bereidingen van graan (vooral koekjes) en voor Japan groentebereidingen (vooral diepvriesaardappelbereidingen) 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 Brazilië wordt vooral gedomineerd door 2 uitvoerproducten die voor de rest van de wereld een eerder beperkt aandeel innemen: meel- en moutproducten en groenten- en vruchtbereidingen (exclusief diepvriesgroenten). De verdeling van de uitvoer naar Canada is vrij gelijklopend met deze van de Verenigde Staten. Bij de overige landen uit de top 10 springen vooral het belang van de uitvoer van zuivel naar Algerije en van groenten- en vruchtenbereidingen naar Saoedi-Arabië in het oog, net als het belang van vlees in de uitvoer naar Zuid-Korea.

> DE UITVOER NAAR CHINA IS AAN EEN SPECTACULAIRE OPMARS BEZIG: +241% SINDS 2011.

Bier en chocolade zijn de belangrijkste uitvoerproducten voor onze verre uitvoer.

FIG. 25: VERDELING UITVOER PER PRODUCTGROEP VOOR 10 BELANGRIJKSTE VERRE UITVOERMARKTEN (2015)



Bron: NBB-INR (nationaal concept), GN Codes 02, 03, 04, 07, 09, 10, 11, 15 t.e.m. 22. Omwille van overzichtelijkheid worden bij productgroepen met een waarde kleiner dan 2% geen percentages vermeld. Belangrijke productgroepen (aandeel > 5%) worden in de legende aangeduid in rood.



Food.be
Small country. Great food.



Food
Small country.

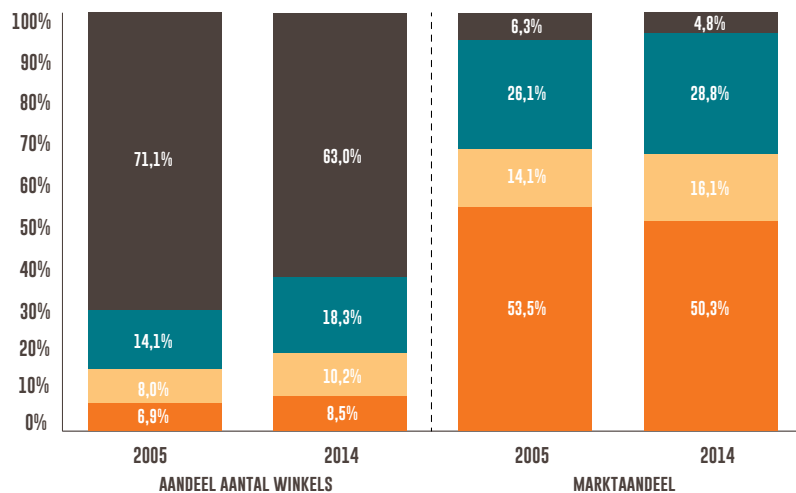


DISTRIBUTIEKANALEN VOEDINGSPRODUCTEN



Aantal middelgrote winkels
neemt toe met 0,6%.

FIG. 26: PROCENTUELE VERDELING AFZETKANALEN VOEDINGSPRODUCTEN (2005-2014)



F3 KLEINDISTRIBUTIE
F2 MIDDELGROTE DISTRIBUTIE
HARD DISCOUNTERS
F1 GROOTDISTRIBUTIE

Bron: Nielsen Grocery Universe 2015

BINNENLANDSE DISTRIBUTIEKANALEN VOEDINGSPRODUCTEN

In 2014 waren er 7.203 winkels waar voedingsproducten werden verkocht; een daling van ongeveer 1,2% ten opzichte van 2013. Ten opzichte van 2005 is het aandeel van aantal kleine F3-supermarkten¹⁰ afgenomen ten voordele van de 3 andere categorieën. Na een terugval in 2008 is het aantal F1-winkels¹¹ opnieuw aan een lichte groei bezig al is de groei wel aanzienlijk minder dan begin jaren 2000. Bij deze F1-winkels zijn de vestigingen van Albert Heijn nog niet opgenomen, terwijl deze keten begin 2016 al 38 Belgische vestigingen had.

De groei van het aantal hard discounters is de laatste jaren sterk aan het afnemen en in 2014 waren er zelfs 2 winkels minder dan het jaar ervoor. Het aantal middelgrote F2-winkels¹² is opnieuw licht gegroeid met 0,6% maar het groeiritme vertraagt, terwijl het aantal F3-winkels verder afneemt.


Hoewel F3-winkels 63% van het aantal winkels uitmaken, zijn het in termen van marktaandeel overduidelijk de F1, F2 en harddiscounters die quasi alle omzet realiseren. Het aandeel van de kleine F3-supermarkten is jaar na jaar afgenomen en bedroeg in 2014 nog slechts 4,8%. Ook de F1-winkels moesten jaar na jaar marktaandeel prijsgeven aan de hard discounters en de F2-middelgrote distributeurs. In 2014 was het verlies een stuk groter dan de voorgaande jaren.

Marktaandeel distributiekanaal diversifieert

¹⁰F3-winkels zijn kleine supermarkten met een oppervlakte van minder dan 400m² zoals Supra, Spar, Prima, Carrefour Express, Louis Delhaize, nachtwinkels, ...

¹¹F1-winkels zijn grootdistributeurs zoals Colruyt, Hypermarkten Carrefour, Supermarkten Delhaize, Match, ...

¹²F2-winkels zijn middelgrote supermarkten met een oppervlakte van meer dan 400 m² zoals GB supermarkt, Okay, AD Delhaize, Spar, ... die vaak onder franchise uitgebaat worden.



RENDEMENT EN FINANCIËLE RATIO'S

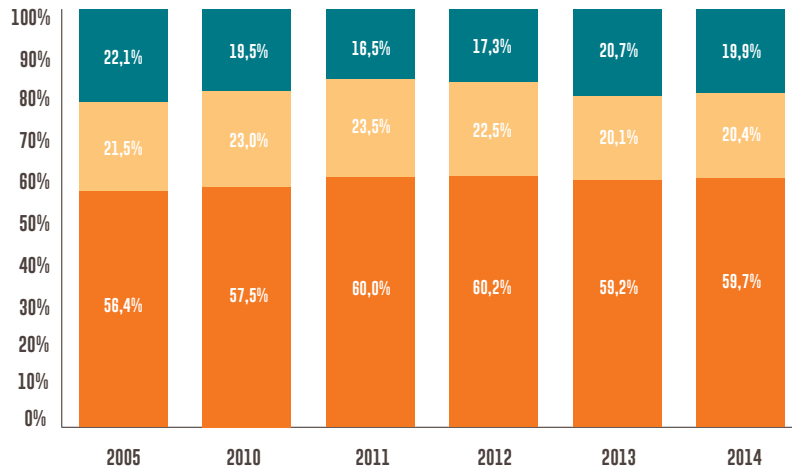


LOONKOSTENHANDICAP

17,4%

Competitief nadeel voor
Belgische voedingsindustrie
t.o.v. buurlanden.

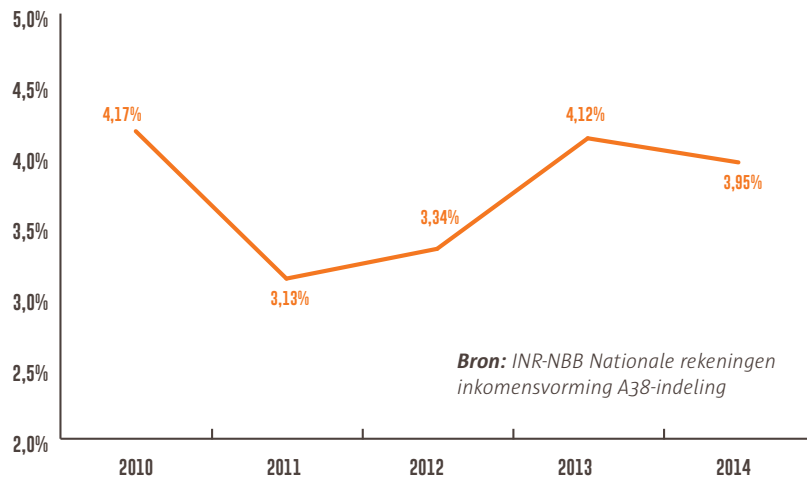
FIG. 27: INKOMENVORMING VOEDINGSINDUSTRIE EN TABAK (2005; 2010-2014)



NETTO EXPLOITATIEOVERSCHOT EN GEMENGD INKOMEN
 VERBRUIK VAN VASTE ACTIVA
 LOONKOSTEN

Bron: INR-NBB Nationale rekeningen inkomensvorming A38-indeling

FIG. 28: EVOLUTIE NETTO-OPERATIONELE MARGE IN % (2010-2014)



Bron: INR-NBB Nationale rekeningen inkomensvorming A38-indeling

RENDABILITEIT EN INVESTERINGEN

De lange termijn analyse van welke productiefactor inkomen verwerft uit de toegevoegde waarde, leert dat het aandeel van de loonkosten zich de laatste jaren stabiliseert rond 60%. In 2005 bedroeg het aandeel van de loonkosten 56,4%.

Het aandeel van het verbruik van vaste activa (afschrijvingen) stabiliseert zich eveneens rond 20% na de daling in 2012 en 2013. Deze daling kwam ten goede aan het netto exploitatieoverschot, dat opnieuw rond het niveau van 2010 schommelt. De daling in 2014 van het netto exploitatieoverschot in 2014 reflecteert zich uiteraard ook in een daling van de netto operationele marge in 2014. Deze ligt ten opzichte van 2010 zowat 0,2%-punt lager.

Zonder een voldoende rendabiliteit dalen de investeringen en de werkgelegenheid in de voedingssector. En omgekeerd, wanneer de ondernemingen voldoende rendabel zijn, verhoogt de investeringsactiviteit wat resulteert in bijkomende jobs.

> ONGEVEER 60% VAN DE TOEGEVOEGDE WAARDE GAAT NAAR LOONKOSTEN.

De netto-operationele marge in de voedingsindustrie schommelt tussen 3% en 4%.

De loonkosthandicap met de buurlanden neemt tot 2013 verder toe.

LOONKOSTEN PER UUR

Op basis van de nationale rekeningen bleek dat de gemiddelde loonkost per gewerkt uur in de Belgische voedingsindustrie in 2013 de op één na hoogste in de hele Eurozone was (na Denemarken). Ook in vergelijking met onze buurlanden scoort België het slechtst. De loonkostkloof met Nederland bedraagt nog steeds 7,7%, maar vooral de verschillen met Frankrijk en Duitsland zijn torenhoog: de loonkost in de Belgische voedingsindustrie lag in 2013 in vergelijking met Frankrijk en Duitsland respectievelijk 27,9% en 36,7% hoger!

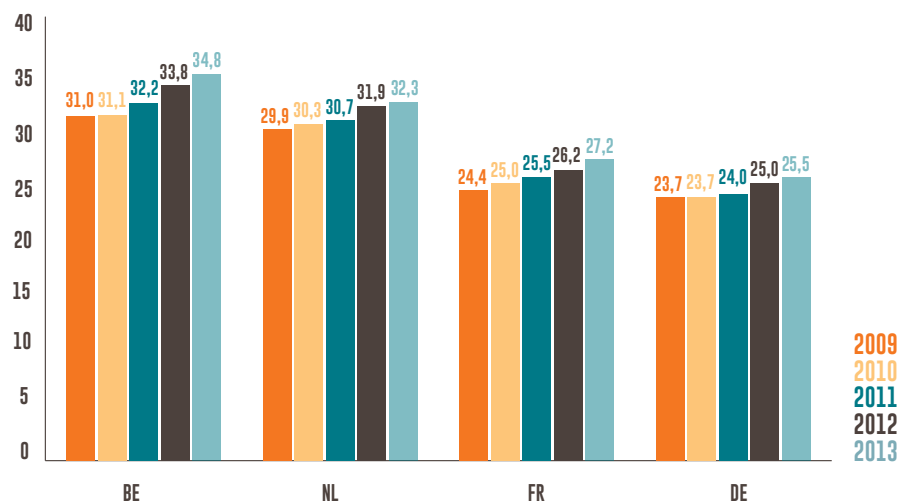
Voor 2014 zijn er enkel officiële cijfers beschikbaar voor België en Nederland. In België stegen de uurloonkosten met 1,4% terwijl deze in Nederland met 3,3% stegen waardoor de loonkostkloof iets wordt gedicht, maar toch nog 5,7% was met Nederlandse voedingsbedrijven.

Op basis van de nationale rekeningen bleek dat de gemiddelde loonkost per gewerkt uur in de Belgische voedingsindustrie in 2013 de op één na hoogste in de hele Eurozone was (na Denemarken). Ook in vergelijking met onze buurlanden scoort België het slechtst. De loonkostkloof met Nederland bedraagt

nog steeds 7,7%, maar vooral de verschillen met Frankrijk en Duitsland zijn torenhoog: de loonkost in de Belgische voedingsindustrie lag in 2013 in vergelijking met Frankrijk en Duitsland respectievelijk 27,9% en 36,7% hoger!

Voor 2014 zijn er enkel officiële cijfers beschikbaar voor België en Nederland. In België stegen de uurloonkosten met 1,4% terwijl deze in Nederland met 3,3% stegen waardoor de loonkostkloof iets wordt gedicht, maar toch nog 5,7% was met Nederlandse voedingsbedrijven.

FIG. 29: UURLOONKOST WERKNEMERS VOEDINGSINDUSTRIE BELGIË EN BUURLANDEN (2009-2013)



Bron: Eurostat national accounts

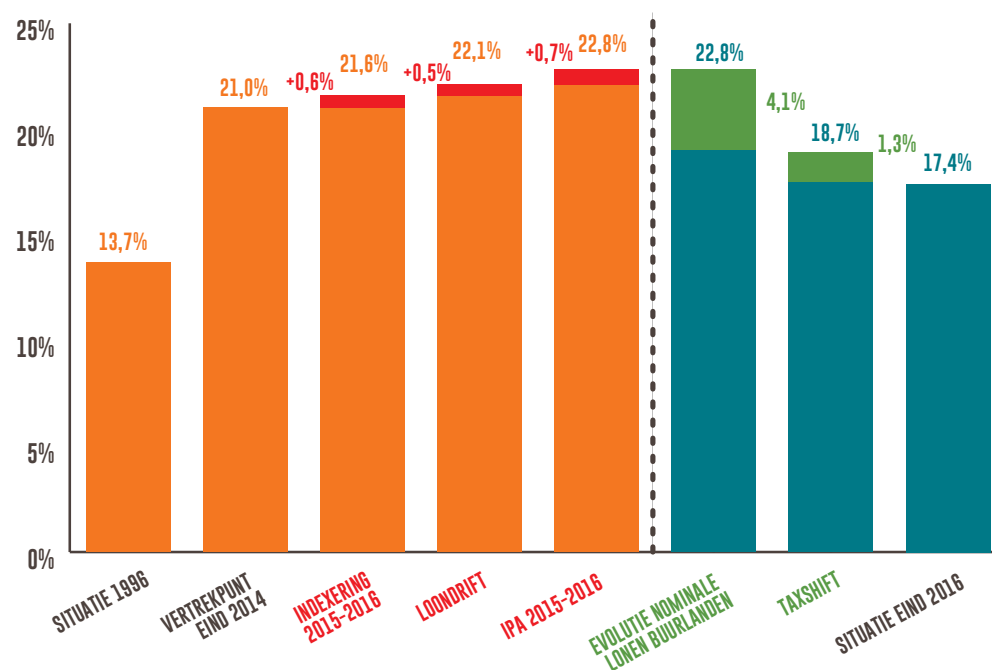
IMPACT TAXSHIFT

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 21%. Een onhoudbaar hoog

niveau voor een arbeidsintensieve industrie zoals de voedingsindustrie. Omwille van de lage lonen in de Duitse voedingsindustrie was de loonkostenhandicap van de Belgische voedingsindustrie eind 2014 ook groter dan deze van de Belgische privésector (gemiddeld 'slechts' 15,6%).

Op basis van de berekeningen van FEVIA zal de loonkostenhandicap eind 2016 nog 17,4% bedragen. FEVIA voorspelt dus een daling van de loonkostenhandicap met 3,6 procentpunt over twee jaar.

FIG. 30: VOEDINGSINDUSTRIE: EVOLUTIE VAN DE LOONKOSTENHANDICAP 1996-2016



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

> **AFBOUW
LOONKOSTENHANDICAP
INGEZET, MAAR
VERDERE MAATREGELEN
NOODZAKELIJK.**

EVOLUTIE PRIJZEN



-1,7%

PRODUCENTENPRIJZEN
VOEDING

+1,6%

CONSUMPTIEPRIJSINDEX
BEWERKTE VOEDING EN
DRANKEN

EVOLUTIE PRIJZEN IN VOEDSELKETEN

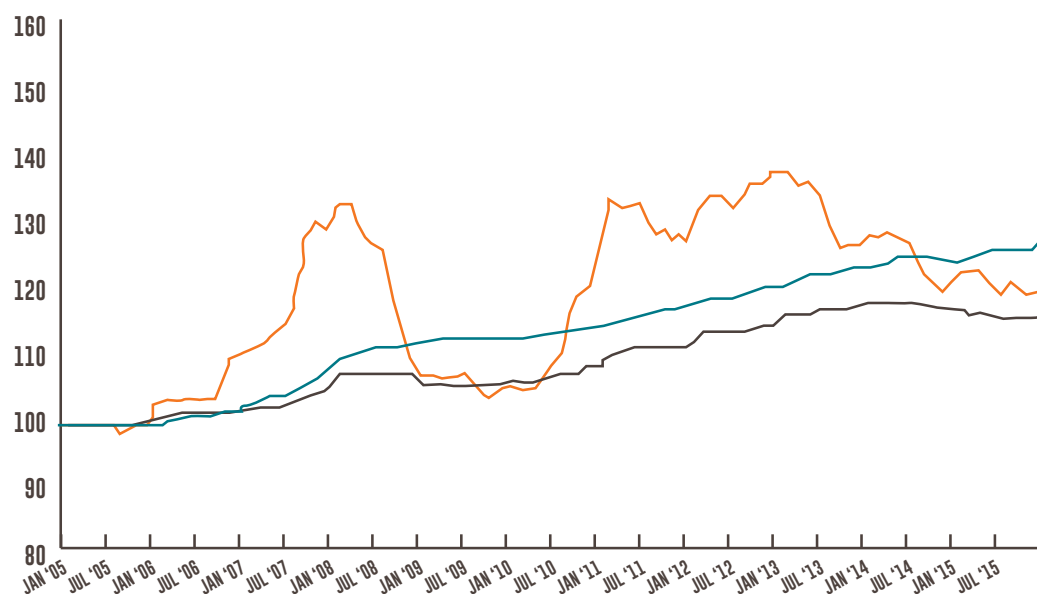
Sinds 2006 kampt de voedingsindustrie met een fors toegenomen volatiliteit van de inputprijzen (gewogen gemiddelde van voedingsgrondstoffen, gas en elektriciteit en uurloonkosten). Deze toegenomen volatiliteit zorgt voor spanningen tussen de verschillende schakels van de voedingsketen.

Na een rollercoaster van op- en neerwaartse bewegingen, daalden de inputprijzen van de voedingsindustrie in 2015 met gemiddeld -3,8%. De neerwaartse beweging van de inputprijzen ligt aan de grondslag van de daling van 1,7% die de producentenprijzen laten optekenen. In december 2015 lag het prijsniveau van de producentenprijzen (met 2005=100) wel nog steeds 4,1% lager

dan het prijsniveau van de inputprijzen. De consumptieprijzen van voeding en dranken daarentegen, lagen in 2015 1,6% hoger dan in 2014.

De producentenprijzen voor voedingsproducten daalden in 2015, terwijl de consumptieprijzen van voeding verder stegen.

FIG. 31: EVOLUTIE INPUT-, AFZET, EN CONSUMPTIEPRIJZEN VOEDING (01/2005-12/2015; 2005=100)



INPUTPRIJS GEWOGEN GEMIDDELDE (GRONDSTOF, ENERGIE EN UURKOSTLOON)

CONSUMPTIEPRIJSINDEX BEWERKTE VOEDING EN DRANKEN

PRODUCENTENPRIJZEN VOEDING

Bron: ADSEI (afzetprijnsindex totale markt), Prijzenobservatorium (grondstofprijzen), Eurostat (energieprijzen, uurloonkosten en consumptieprijsindex)

Sinds 2013 vergroot de kloof tussen de consumptieprijzen van voedingsproducten en de gezondheidsindex.

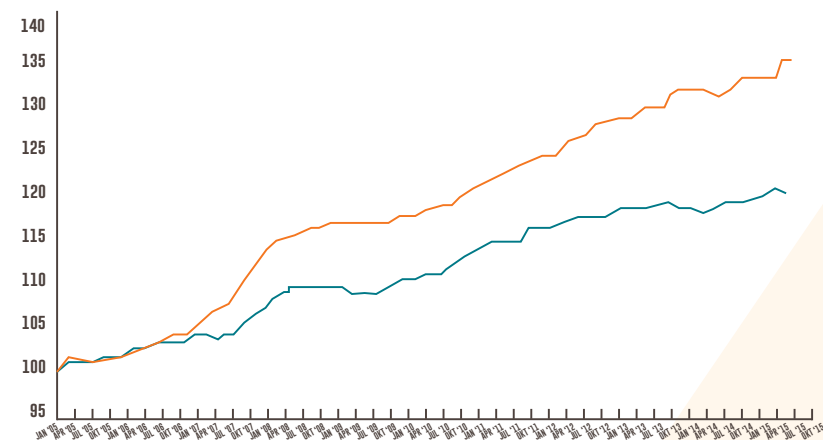
EVOLUTIE CONSUMTIEPRIJZEN VOEDINGSPRODUCTEN

Nadat tot midden 2012 de stijging van de consumptieprijsindex van voedingsproducten en dranken en de gezondheidsindex een vrij gelijkaardig patroon volgden, zijn met name in de tweede jaarhalf van 2012 en de eerste jaarhalf van 2013 voedingsproducten aanzienlijk sterker in prijs gestegen, terwijl in dezelfde periode de overige consumenten-prijsindices amper stegen. Deze kloof nam verder toe in 2014 en 2015. Eind 2015 was de index van de consumptieprijzen van voedingsproducten 12,7% meer toegenomen dan de gezondheidsindex (beide met 2005 als basis).

INPUTKOSTEN

Een gemiddeld Belgisch voedingsbedrijf met een jaarlijks verbruik van 10.000 MWh elektriciteit zag de meerkosten (de kosten die voortvloeien uit het beleid en waarvan de financiering gebeurt door de elektriciteitsverbruikers) op zijn elektriciteitsfactuur in een periode van 8 jaar met meer dan 200 % toenemen. Deze toename geldt voor bedrijven die deelnemen aan een Energiebeleidsovereenkomst (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. 32: EVOLUTIE CONSUMTIEPRIJSINDEX VOEDING EN DRANKEN EN GEZONDHEIDSINDEX (01/2005-12/2015; 2005=100)



CONSUMTIEPRIJSINDEX BEWERKTE VOEDING EN DRANKEN
GEZONDHEIDSINDEX

Bron: Eurostat, ADSEI

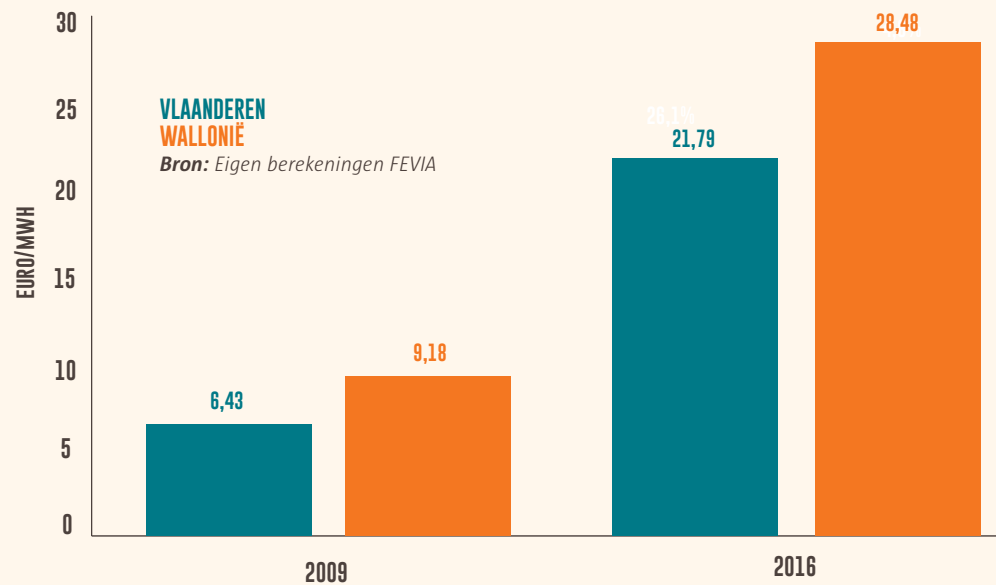
De loonkosten van de Belgische voedingsindustrie zijn continu gestegen, en blijven stijgen. Vanaf 2013-14 is er onder invloed van verschillende regeringsmaatregelen wel een kleine vertraging in de stijging opgetreden.

Begin 2013 bereikten de grondstofprijzen van de voedingsindustrie (gemiddeld) een hoogtepunt. Vanaf de zomer van 2013 staan de prijzen van verschillende grondstoffen onder druk. Na een lichte stijging naar het einde van 2013 daalden de grondstofprijzen

opnieuw tot en met het derde kwartaal van 2014. Na een lichte stijging in de eerste maanden van 2015, daalden ze in de lente en bleven ze relatief stabiel in de daarop volgende maanden.

**> MEERKOSTEN
NEMEN OVER PERIODE
VAN 8 JAAR TOE MET
MEER DAN 200%.**

FIG. 33: EVOLUTIE MEERKOSTEN ELEKTRICITEIT VLAANDEREN EN WALLONIË





FISCALE EN PARAFISCALE BIJDRAGEN



WERKGEVERS-
BIJDRAGEN

+14,6%

SINDS 2010

BIJDRAGEN SOCIALE ZEKERHEID EN FISCUS

De directe werkgelegenheid in de voedingsindustrie¹³ in 2014 leverde 1,38 miljard euro werkgeversbijdragen aan de sociale zekerheid op. Ten opzichte van 2013 is de werkgeversbijdrage verder gestegen met 1,6%. Hiermee is de voedingsindustrie goed voor 16,0% van de RSZ- werkgeversbijdragen in de industrie. Ten opzichte van 2010 namen de werkgeversbijdragen in de voedingsindustrie zelfs toe met 14,6%

Daarnaast leverde deze tewerkstelling minstens 604 miljoen euro bedrijfsvoorheffing op als fiscale bijdrage.¹⁴ Een stijging van 3,0% in vergelijking met 2013. Ten opzichte van 2010 bedraagt de toename 22,0%.

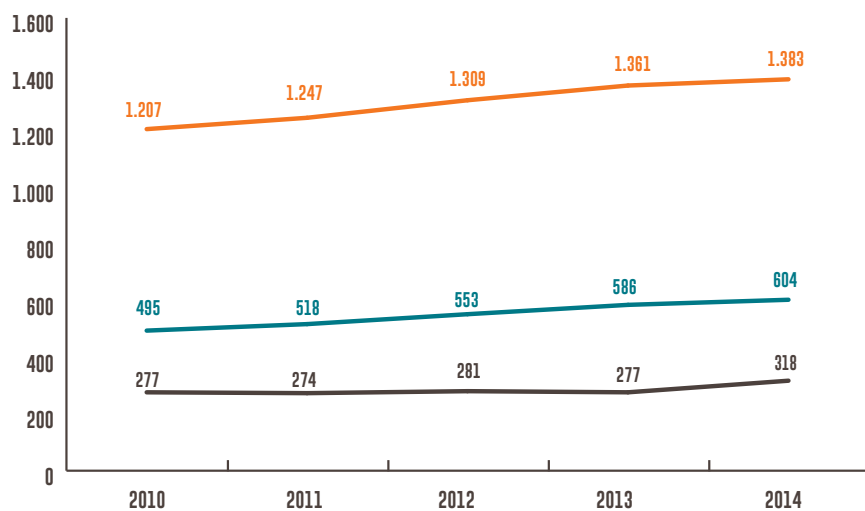
Daarbovenop droegen de werknemers in de voedingsindustrie in 2014 nog eens additioneel 424 miljoen euro bij aan de sociale zekerheid. Ten opzichte van 2013 is dit een stijging van 1,3%, goed voor 15,2% van de totale RSZ-werknemersbijdragen in de verwerkende industrie. Ten opzichte van 2010 namen de RSZ-werknemersbijdragen toe met 14,5%.

BELASTINGEN

De ondernemingen van de voedingsindustrie betaalden in 2014 318 miljoen euro belastingen op het resultaat, wat een stijging met 14,8% betekent in vergelijking met 2013. In vergelijking met 2010 liggen de belastingen op het resultaat 14,8% hoger.

> DE
VOEDINGSINDUSTRIE
LEVERT BIJNA
1,4 MILJARD EURO
BIJDRAGEN AAN DE
SOCIALE ZEKERHEID.

FIG. 34: BEDRIJFSVOORHEFFING, WERKGEVERSBIJDRADE RSZ EN BELASTINGEN OP HET RESULTAAT (MIO € - 2010-2014)



WERKGEVERSBIJDRADE RSZ BEDRIJFSVOORHEFFING BELASTINGEN OP RESULTAAT

Bron: Belfirst januari 2016, RSZ (werkgevers- en werknemersbijdrage sociale zekerheid)

¹³Er zijn enkel gegevens beschikbaar voor de sector van de vervaardiging van voedingsmiddelen, dranken en tabaksproducten.

¹⁴De gegevens voor de bedrijfsvoorheffing en de belastingen op het resultaat zijn gebaseerd op berekeningen in Belfirst. Berekeningen in Belfirst geven een onderschatting omdat niet van elk voedingsbedrijf de benodigde gegevens beschikbaar zijn.

CONJUNCTUURPROGNOSE



CONSUMENTENVERTROUWEN
GAAT DE LAATSTE
MAANDEN
NAAR BENEDEN



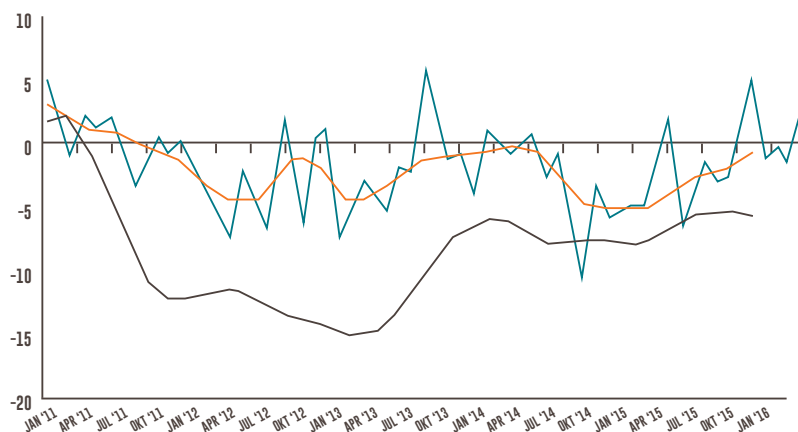
ONDERNEMERSVERTROUWEN

Het ondernemersvertrouwen in de voedingsindustrie, zit sinds de economische crisis grotendeels onder het nulpunt. Enkel in het voorjaar van 2011 was het ondernemersvertrouwen licht positief, maar het vertrouwen zakte snel weer weg tot een dieptepunt in mei 2012 (-5,2). In het voorjaar van 2014 tekende zich wel opnieuw een herstel af en leek het of we opnieuw een positief ondernemersvertrouwen zou krijgen. Het herstel was evenwel van korte duur want in november 2014 lag het ondernemersvertrouwen opnieuw op -5,9. In 2015 herstelde het ondernemersvertrouwen.

De niet-afgevlakte seizoensgezuiverde bruto reeks in de voedingsindustrie verzwakte begin 2016 en kende een opleving in maart 2016 (+3,4), maar deze reeks kent een grillig verloop met vele ups & downs. Dit maakt dat voorzichtigheid geboden is bij de interpretatie van evoluties van deze bruto reeks.

Ook in de verwerkende industrie was er een herstel aan de gang sinds april 2013, maar dit stopte vrij snel in 2014 en bleef, na een korte opleving in de lente van 2015, relatief stabiel om in november 2015 uit te komen op -6,3. De ondernemers in de verwerkende industrie blijven duidelijk pessimistischer dan de voedingsproducenten.

FIG. 35: CONJUNCTUURBAROMETER VOEDINGSINDUSTRIE EN TOTALE VERWERKENDE INDUSTRIE (01/2011-03/2016)



SEIZOENGEZUIVERDE BRUTO REEKS VOEDING EN DRANKEN
SEIZOENGEZUIVERDE EN AFGEVLAKTE REEKS VOEDING EN DRANKEN
SEIZOENGEZUIVERDE EN AFGEVLAKTE REEKS VERWERKENDE INDUSTRIE
Bron: NBB (Conjunctuurenquête)

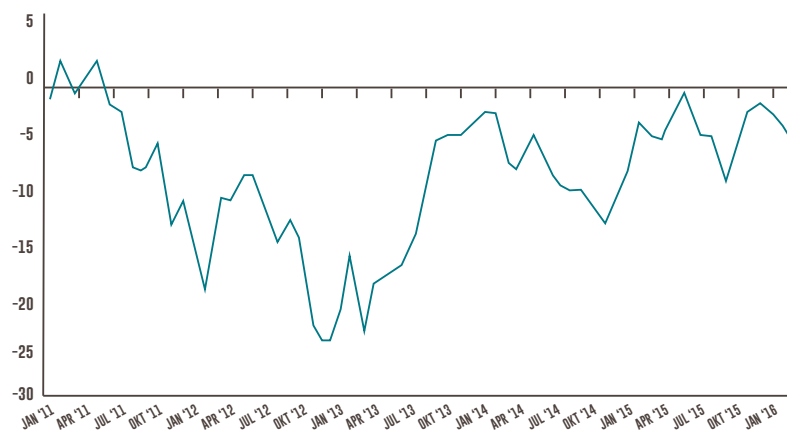
CONSUMENTENVERTROUWEN

Omwille van de economische en financiële crisis, is ook het consumentenvertrouwen sinds 2008 quasi continu onder nul. Na een licht herstel tot in de lente van 2011, zakte het consumentenvertrouwen opnieuw weg tot -25 in januari 2013. Vanaf mei 2013 was er een duidelijk herstel van het consumentenvertrouwen, maar vanaf maart 2014 gleed dit consumentenvertrouwen opnieuw weg. Begin 2015 lijkt er beterschap op te treden, maar dit herstel kon niet aangehouden worden en kende ups en downs met als enige constante dat het steeds negatief bleef. In 2016 is het consumentenvertrouwen weer in vrije val en bedroeg -7 in maart 2016.

Na een dieptepunt in het najaar van 2014, herstelt het ondernemersvertrouwen geleidelijk, al blijven ondernemers nog steeds negatief gestemd.

> HET CONSUMENTEN-
VERTROUWEN KENDE
VEEL UPS EN DOWNS IN
2015, MAAR BLIJFT WEL
CONTINU NEGATIEF.

FIG. 36: CONSUMENTENVERTROUWEN (01/2011-03/2016)



Bron: NBB (indicator consumentenvertrouwen)

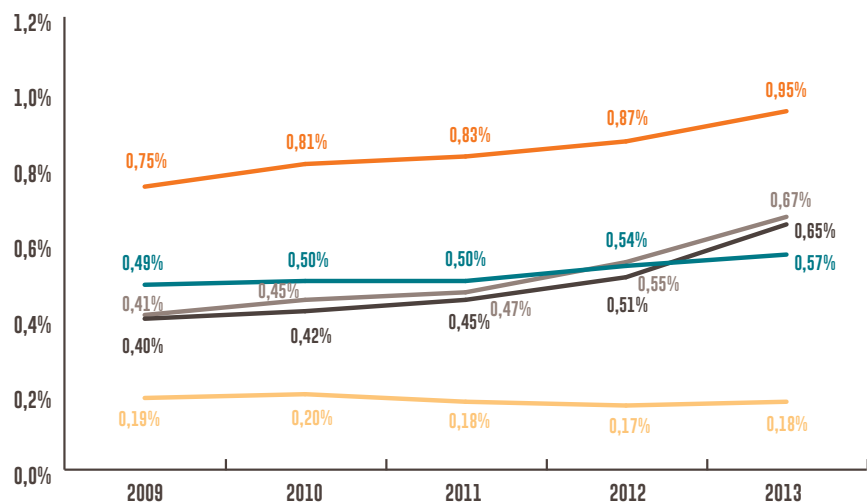


VORMINGSINSPANNINGEN



43,4% van de werknemers heeft een formele opleiding genoten.

FIG. 37: OPLEIDINGSINSPANNINGEN IN VOEDINGSSECTOR (2009-2013)



% FORMELE OPLEIDINGSKOSTEN/TOTALE PERSONEELSKOSTEN
 % FORMELE OPLEIDINGSUREN/GEPRESTEERDE UREN
 % INFORMELE OPLEIDINGSKOSTEN/TOTALE PERSONEELSKOSTEN
 % INFORMELE OPLEIDINGSUREN/GEPRESTEERDE UREN
 % OPLEIDINGSKOSTEN RISICOGROEPEN/TOTALE PERSONEELSKOSTEN

Bron: IPV

EVOLUTIE 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 en in de economie in haar geheel wordt respectievelijk 1,17% en 1,21% van de arbeidstijd geïnvesteerd in formele en informele opleidingen waardoor de voedingsindustrie zelfs iets beter presteert, terwijl in het verleden de voedingsindustrie wat achterbleef. Vooral de toename van de informele en minder-formele opleidingsinspanningen in de voedingsindustrie hebben hiertoe bijgedragen.

In financiële termen gaat het voor de formele opleidingen om een investering van 0,95% van de personeelskosten, tegenover 0,76% in de industrie en 1,11% in de gehele economie. Als we hier de informele opleidingskosten bijtellen komt de voedingsindustrie uit op 1,62% van de personeelskosten, de industrie op 1,42% en de gehele economie op 1,55%.

> DE
 OPLEIDINGSKOSTEN
 BEDRAGEN
 1,62% VAN DE
 PERSONEELSKOSTEN.

Het aantal werknemers dat een formele opleiding genoten heeft, stijgt fors in 2012 en 2013.

De grafiek die het percentage werknemers dat een formele opleiding genoten heeft weergeeft, geeft een opmerkelijk stijging weer vanaf 2012. In 2012 neemt het aantal werknemers die een opleiding genoten hebben aanzienlijk toe met 6,6%-punt om ook in 2013 verder door te stijgen tot 43,4%. In de industrie en de totale economie hebben respectievelijk 36,6% en 36,5% van de werknemers een formele opleiding genoten waardoor de voedingsindustrie in 2013 een stuk sterker presteerde.

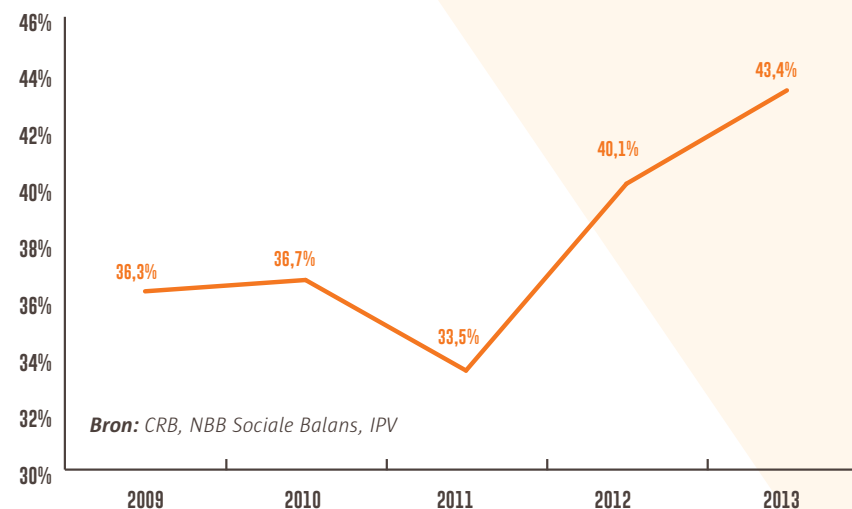
OPLEIDINGEN BIJ INITIATIEVEN VOOR PROFESSIONELE FORMING VAN DE VOEDINGSNIJVERHEID (IPV)¹⁵

In 2014 volgden 18.391 verschillende werknemers van paritair comité PC 118 en PC 220 één of meerdere IPV-opleidingen, een stijging van 5,5% ten opzichte van 2013 en van liefst 21,5% ten opzichte van 2010. Dit is 20,7% van alle werknemers uit de sector. Voedingsspecifieke opleidingen (voedselveiligheid en kwaliteit, voedingstechnologie, ...), al dan niet georganiseerd op maat van subsectoren, vormden ook in 2014 het belangrijkste segment, bijna de helft van alle opleidingen.

Gemiddeld lag het bereik van IPV in 2014 0,3%-punt hoger dan in 2010. Ten opzichte van 2010 was er in 2014 bij alle grootteklassen met meer dan 9 werknemers een groter bereik. Ondernemingen met minder dan 10 werknemers zijn structureel het moeilijkst

¹⁵IPV neemt opleidingsinitiatieven voor werknemers van de paritaire comités 118 (arbeiders voedingsindustrie) en 220 (bedienden voedingsindustrie). Het werkingsgebied van IPV is dus de Belgische voedingsindustrie. Horecabedrijven evenals de klein- of grootdistributie behoren niet tot het IPV-werkingsgebied.

FIG. 38: % WERKNEMERS DIE EEN FORMELE OPLEIDING GENOTEN (2009-2013)



Bereik IPV bij werkgevers per bedrijfsgrootte	2010	2014
1 – 9 werknemers	11,8%	9,0%
10-49 werknemers	31,7%	40,4%
50-99 werknemers	73,2%	74,3%
100 of meer werknemers	92,7%	95,6%
gemiddeld	21,0%	21,3%

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.

> IPV BEREIKT MEER EN MEER WERKGEVERS.

INNOVATIE



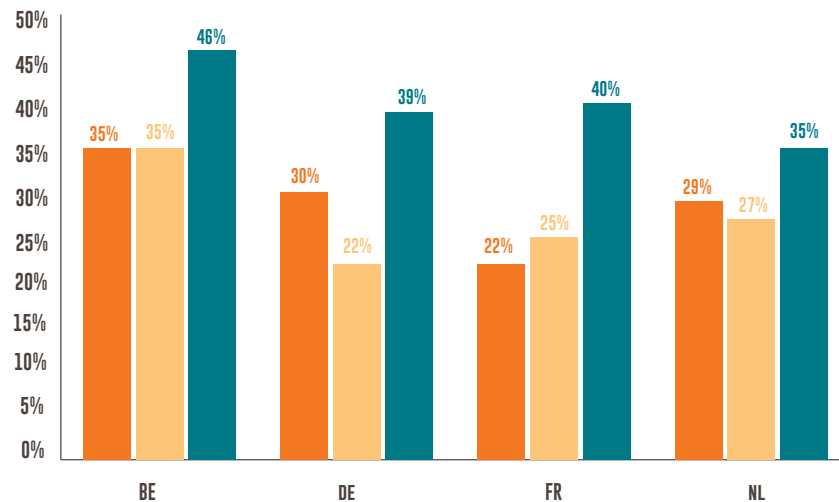
PRODUCTINNOVATIE

35%

BEDRIJVEN

35% van de bedrijven heeft een productinnovatie geïntroduceerd.

FIG. 39: AANDEEL VOEDINGS-, DRANKEN- EN TABAKSPRODUCENTEN DIE INNOVATIES INTRODUCEERDEN NAAR TYPE (2010-2012)



PRODUCTINNOVATIE
PROCESINNOVATIE
ORGANISATIE- EN/OF MARKETINGINNOVATIE

Bron: Eurostat CIS2012-enquête

INNOVATIEGRAAD

Uit cijfers van de CIS2012-enquête blijkt dat 35% van de Belgische voedings- en drankenproducenten een productinnovatie introduceerden. Hiermee staat België in vergelijking met zijn buurlanden aan de top op het vlak van productinnovatie van voedingsproducten en dranken. Vooral ten opzichte van Frankrijk scoort België aanzienlijk beter.

België presteert ook gemiddeld een stuk sterker dan de buurlanden op het vlak van procesinnovatie omdat 35% 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 22% à 27%.

Naast product- en procesinnovatie kunnen ondernemingen ook innovaties doorvoeren op marketing en organisatorisch vlak. Volgens de CIS2012-enquête voerden 46% van de Belgische voedings- en drankenproducenten een organisatie- en/of marketinginnovatie door. Ook op dit vlak scoort België beter dan zijn buurlanden (52%).

In de 2 vorige CIS-enquêtes (2008 en 2010) slaagden de Belgische voedingsbedrijven er ook in om deze sterke positie op het vlak van product- en procesinnovaties om te zetten naar een groter commercieel succes van deze innovaties. In de meest recente CIS2012-

> DE BELGISCHE VOEDINGSINDUSTRIE IS KOPLOPER OP HET VLAK VAN PRODUCT- EN PROCESINNOVATIE.

De Belgische voedingsindustrie hinkt achterop op het vlak van omzet uit nieuwe producten.

162 miljoen euro aan O&O uitgaven in de voedingsindustrie.

enquête lijkt het erop alsof de kloof met de buurlanden -die bijna gedicht leek- opnieuw toeneemt. Voor producten die nieuw zijn voor het bedrijf moet België de 3 buurlanden laten voorgaan. Voor producten die nieuw zijn voor de markt kunnen Belgische voedingsproducenten wel de Duitse collega's achter zich laten, maar niet de Franse en Nederlandse voedingsproducenten. De percentages van Nederlandse voedingsbedrijven lijken extreem hoog te liggen, zeker in vergelijking met de CIS2010- enquête waar de cijfers rond 7,5% lagen.

INVESTERINGEN IN O&O

De voedingsindustrie besteedde in 2013 ongeveer €162 mio intramurale O&O-uitgaven (binnen de bedrijfsmuren), wat een lichte daling is met 1,3% ten opzichte van 2012. 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. De sterk gestegen omzet in de voedingsindustrie tijdens de voorbije jaren, in combinatie met O&O-uitgaven die ongeveer op hetzelfde ritme zijn gestegen zijn hier een verklaring voor. In de verwerkende industrie werd de groei enkel gerealiseerd omdat de omzet sneller is gedaald dan de

FIG. 40: % OMZET UIT NIEUWE PRODUCTEN (2010-2012)

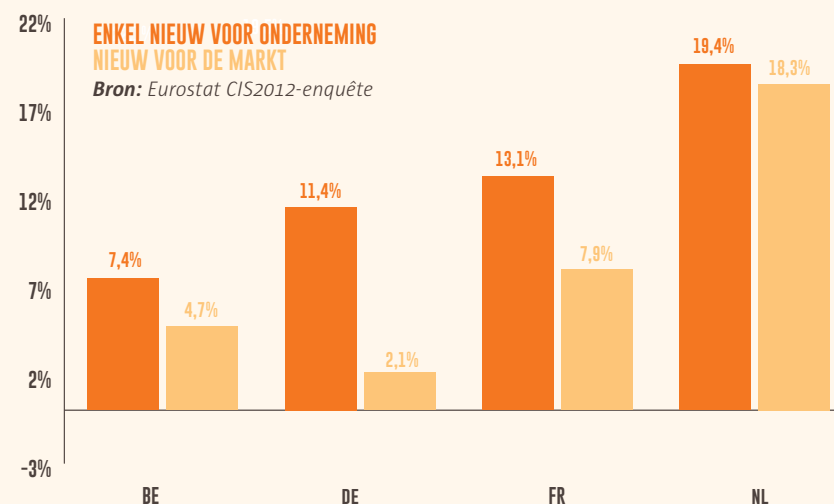


FIG. 41: EVOLUTIE VAN DE INTRAMURALE O&O-UITGAVEN (2009=100)

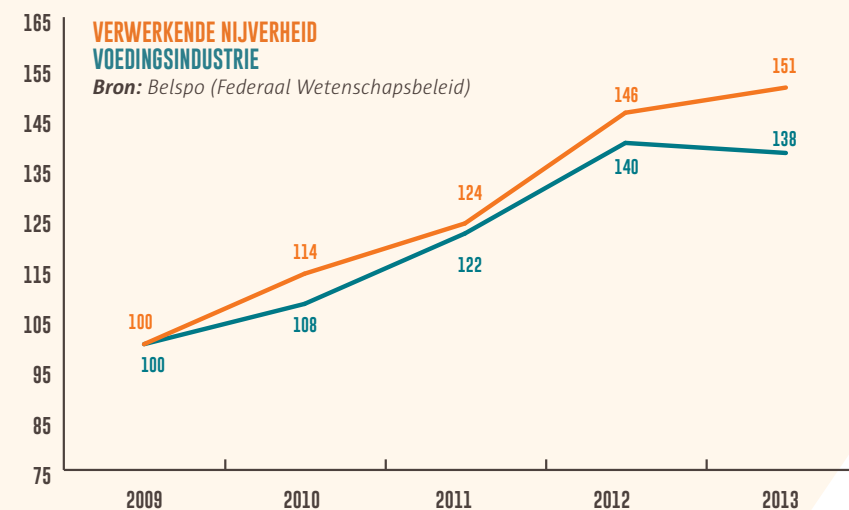
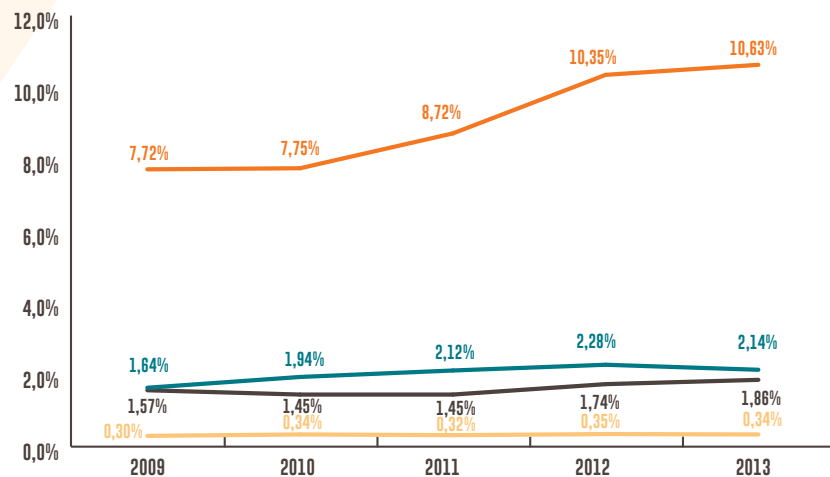


FIG. 42: EVOLUTIE VAN DE INTRAMURALE O&O-UITGAVEN (2009=100)



VERWERKENDE NIJVERHEID - % TOEGEVOEGDE WAARDE
 VOEDINGSINDUSTRIE - % TOEGEVOEGDE WAARDE
 VERWERKENDE NIJVERHEID - % OMZET
 VOEDINGSINDUSTRIE - % OMZET

Bron: Federaal Wetenschapsbeleid, ADSEI BTW-aangiften

investeringen in intramurale O&O. 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.

Met O&O-uitgaven als percentage van de toegevoegde waarde van 2,14%, voldeed de voedingsindustrie in 2013 ruimschoots aan de Europese 2020-doelstellingen inzake O&O van 2% die aan de privé-sector worden opgelegd.

Noot: De voedingsindustrie wordt in dit rapport in principe overal gedefinieerd als de sector met NACE2008 code 10+11 (productie van voeding en productie van dranken), met uitzondering evenwel van de uitvoer en import (NBB): deze cijfers zijn niet gebaseerd op ondernemingsniveau (NACE-codes) maar wel op productniveau. De volgende GN-codes worden hiervoor meegenomen: 02, 03, 04, 07, 09, 10, 11, 15 tot en met 22. De uitvoer van voeding omvat dus ook de uitvoer van voeding door de groothandel. De verwerkende industrie omvat de NACE2008 codes 10 tot en met 33.



➤ **IEDEREEN FOOD.BE AMBASSADEUR**

