

Discussienota

Literatuurstudie naar de sociaal – economische betekenis van de Nederlandse voedings- en genotmiddelenindustrie

Door Leo Dvortsin, Tom Bakker en Krijn Poppe, / LEI Wageningen UR

Management samenvatting

De Nederlandse voedings- & genotmiddelenindustrie (v&g) is de grootste bedrijfstak binnen de Nederlandse industrie en het aandeel is groeiende. De v&g industrie blijkt ook het beste te presteren qua ontwikkeling van de toegevoegde waarde ten opzichte van alle andere Nederlandse industrieën. Verder vormt de v&g industrie in Nederland naar verhouding tweemaal zo groot onderdeel van de economie als gemiddeld in de EU.

Het aandeel van de agrofood in de Nederlandse export is hoog. Wat betreft de exportwaarde staat Nederland op de derde plaats na Frankrijk en Duitsland. Er is een sterke integratie van de Nederlandse v&g industrie met de internationale (vooral Europese) markten.

De gemiddelde omzet en de gemiddelde personeelsbezetting van de bedrijven in de v&g industrie zijn met respectievelijk 11,8 miljoen Euro en 35 werknemers circa 2 keer groter dan in de totale industrie. Desondanks is het merendeel van de bedrijven klein van opzet, met een omvang van 0-19 medewerkers.

De Nederlandse v&g industrie scoort goed qua concurrentiekracht vergeleken met de belangrijkste EU spelers en zulke landen als de VS, Canada, Australië en Brazilië. De positie van Nederland is vooral te danken aan de groei van de arbeidsproductiviteit, de groei van de toegevoegde waarde en het aandeel van de toegevoegde waarde van de voedselverwerkende industrie in de totale industrie.

Qua directe buitenlandse investeringen in de v&g industrieën staat Nederland op een vierde plek in de wereld. Het zijn vooral de Amerikaanse bedrijven die in Nederland investeren. Ook bij directe investeringen in het buitenland scoort Nederland goed door in de top 5 te eindigen.

In vergelijking met de concurrenten uit andere EU landen besteedt de Nederlandse v&g industrie relatief veel geld aan R&D en innovatie. Het MKB behaalt zelfs een bovengemiddelde successcore op innovatie.

Ondanks relatief goede prestaties en positie zijn er ook zwakke punten in de Nederlandse v&g industrie. Zo is er een sterke focus op kostenbesparing en efficiëntie die niet direct tot een hogere toegevoegde waarde leiden. Ook staan andere landen niet stil en neemt hun aandeel in de wereldexport alleen maar toe. Voor Nederland liggen er vooral mogelijkheden in een verdere ontwikkeling van de concurrentiekracht van de Nederlandse v&g industrie, gebruikmakend van innovatie en van de heterogeniteit van de wereldwijde consumentenmarkt. De macht in de mondiale voedselketens verschuift van de producent naar de retail en van de overheid naar het bedrijfsleven. Dit heeft implicaties en brengt verantwoordelijkheden op het vlak van duurzaamheid en gezondheid. Door de demografie verandert ook de arbeidsmarkt.

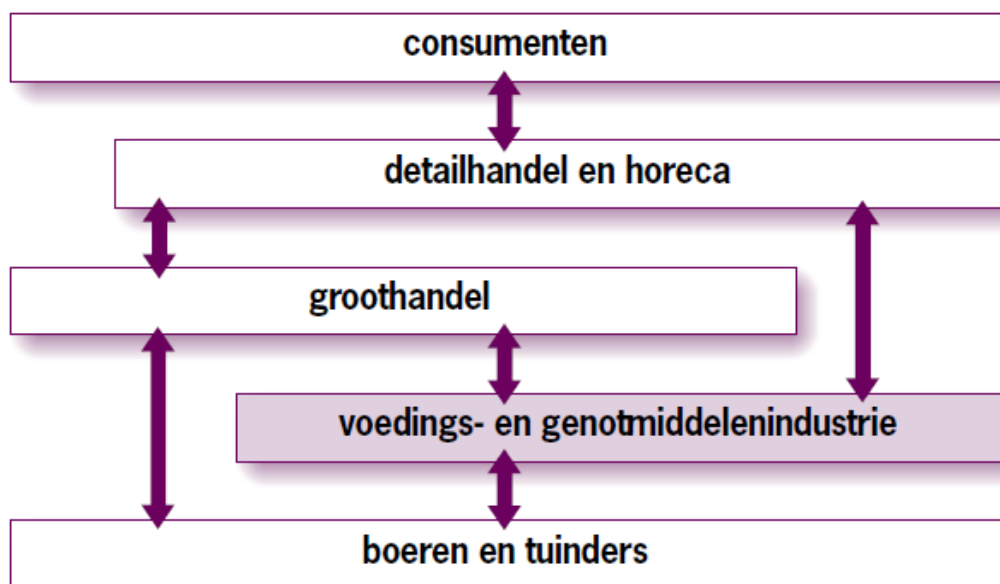
1 Inleiding

Deze notitie beschrijft een kortlopende literatuurstudie naar de sociaal-economische betekenis van de Nederlandse voedings- en genotmiddelenindustrie (v&g industrie)¹ en de concurrentiekracht. Er is geen aandacht besteed aan toekomstige ontwikkelingen. De notitie is opgesteld in opdracht van de High Level Group van FNLI en ministerie van LNV.

Binnen deze kortlopende literatuurstudie richten wij ons met name op de Nederlandse v&g industrie, haar concurrentie- en innovatiekracht. Hieruit volgt een sterkte/zwakte analyse van de industrie en een aantal beleidsactiepunten voor het bedrijfsleven en de overheid aan de hand van conclusies en aanbevelingen. In de studie ligt de focus op de v&g industrie.

Het Nederlandse agri-food complex omvat een keten aan bedrijvigheid (zie figuur 1): de primaire sector - zoals boeren, telers en vissers; v&g industrie; groothandel; detailhandel en horeca; consumenten; maar ook de maakindustrie, leveranciers en transport & logistiek. Vaak wordt de v&g industrie als een klein onderdeel van de gehele keten gepresenteerd. In deze literatuurstudie stellen wij de v&g industrie centraal met sourcing uit de agrarische sector en handel en afzet naar de retail.

Hieronder zal eerst een kort overzicht worden gegeven van de structuur en de toegevoegde waarde van de v&g industrie. Vervolgens analyseren wij de concurrentiekracht van de Nederlandse v&g industrie op de exportmarkt. Tevens plaatsen wij een kanttekening van de effecten die de kredietcrisis heeft op de industrie. Aan de hand van deze beschouwing is een SWOT – analyse samengesteld van de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor de Nederlandse v&g industrie. De notitie wordt afgesloten met enkele conclusies en aanbevelingen ten aanzien van de concurrentiekracht en innovatief vermogen.



Figuur 1: Keten van de v & g industrie. (Bron: Wie voedt Nederland? LEI (2003))

¹ Er zijn meerdere termen in omgang over deze industrie, zoals: levensmiddelensector, voedingsindustrie, etc. Aangezien hiermee hetzelfde wordt bedoeld, hanteren wij de meest gebruikte term voedings- en genotmiddelenindustrie.

2 Feiten en cijfers

<i>Omzet</i>	<i>Arbeidsplaatsen</i>	<i>Bedrijven</i>	<i>Aandeel in totale Nederlandse export</i>
€ 54.700.000.000,-	152.300	4.600	37,5%

Aandeel van de v&g industrie binnen de Nederlandse industrie

De Nederlandse v&g industrie is de grootste bedrijfstak binnen de Nederlandse (maak-)industrie. De top 5 naar grootte ziet er als volgt uit: 1) v&g industrie; 2) chemische basisproductenindustrie; 3) machine-industrie; 4) uitgeverijen en drukkerijen; en 5) metaalproductenindustrie. Uit de CBS nationale rekeningen blijkt dat qua ontwikkeling van de toegevoegde waarde, de v&g industrie in de periode tussen 1995 en 2005 ook nog eens het beste te presteren ten opzichte van alle andere industrieën.

Subsectoren in de V&G Industrie

De v&g industrie bestaat in 2009 uit circa 4.600 bedrijven, met een grote diversiteit aan producten en productiemethoden. De meest toegepaste afbakening komt van het CBS, die de industrie indeelt naar 13 sectoren, waaronder slachterijen, vleeswarenfabrieken, zuivelfabrieken, consumptie-ijsfabrieken, visconservenfabrieken, frisdrankfabrieken brouwerijen, suikerwerkfabrieken, brood- en banketbedrijven enzovoort (tabel 1). Zowel CBS als LEI en LNV (in Facts and Figures) rekenen tabak, dranken, groente en fruit in hun geheel tot de v&g industrie. Voor zover bekend is wordt er geen onderscheid gemaakt tussen ruwe grondstoffen (bijvoorbeeld vers fruit) en de verwerkte productie (bijvoorbeeld fruit in blik of siroop).

Nederlandse industrie in vergelijking met de EU

De Nederlandse v&g industrie neemt met een productiewaarde² van ruim 47 mrd. euro de zesde plaats in binnen de EU-15. Wat betreft exportwaarde staat Nederland op de derde plaats na Frankrijk en Duitsland. Voor verwerkt vlees, fruit en groente, en margarine, vetten en oliën staat Nederland op de eerste positie. In deze sectoren heeft Nederland relatief veel grootschalige bedrijven (LEB, 2007). Aanvullende gegevens over import en export staan in bijlage 1.

Het aandeel van de agrofood in de Nederlandse export is dan ook onverminderd hoog: 37,5 %. In de totale wereldhandel is het aandeel food maar half zo groot (WTO, 2005; in Jacobs et al., (2007)). Dat beeld spoort met het feit dat de v&g industrie is in Nederland naar verhouding tweemaal zo groot als gemiddeld in de EU: 26% tegenover 13% van de industrie (De Bont et al., 2004).

Plaats van de voedings- en genotsmiddelenindustrie in de keten

De toegevoegde waarde van de Nederlandse v&g industrie bedroeg in 2007 12,1 mrd. euro, hetgeen circa 25,3% van de totale toegevoegde waarde van het Nederlandse agrocomplex uitmaakt en circa 2,5% van de totale Nederlandse economie. De

² Door het karakter van een literatuurstudie worden er in deze nota een aantal verschillende begrippen gebruikt voor de omvang van de sector: aantal bedrijven, werkgelegenheid, productiewaarde (grofweg gelijk aan de totale omzet), en (bruto) toegevoegde waarde (de omzet minus de aankopen van materialen en kapitaalgoederen, dus het inkomen dat resteert voor alle arbeid en kapitaal).

gemiddelde omzet en de gemiddelde personeelsbezetting van de bedrijven in de v&g industrie zijn met respectievelijk 11,8 mln. Euro en 35 werknemers circa 2 keer groter dan in de totale industrie (LEB, 2007). De bedrijfstak realiseerde in 2005 een totale omzet van 54,7 mrd. Euro en bood werkgelegenheid aan 152.300 personen, tegenover 846.800 voor de totale industrie (cijfers 2006).

	Aantal bedrijven	Werkzame personen (x1.000)	Netto omzet (mln. euro)
Totaal aantal bedrijven			
Industrie	45.505	847,0	252.594
Voedings- en genotmiddelenindustrie	4.585	152,8	54.700
Bedrijven met >100 werknemers			
Industrie	1.255	431,6	186.068
Voedings- en genotmiddelenindustrie	215	86,2	41.721
waarvan:			
Slachterijen en vleesverwerkende industrie	45	15,8	5.159
w.v. slachterijen (excl. pluimvee-)	15	4,8	2.665
pluimveeslachterijen	10	3,0	843
vleesverwerking	20	7,9	1.651
Visverwerkende industrie	5	x	x
Groente- en fruitverwerkende industrie	25	8,6	2.635
Oliën en vettenindustrie	5	2,1	4.714
Zuivelindustrie	10	x	x
Meelindustrie	5	3,1	1.456
Diervoederindustrie	15	4,8	2.800
Brood-, banket-, biscuitfabrieken e.d.	35	10,5	1.596
Cacao-, chocolade- en suikerwerkindustrie	10	5,1	3.070
Drankenindustrie	15	7,5	3.343
Tabakverwerkende industrie	10	4,7	5.410
Overige voedings- en genotmiddelenindustrie	35	x	x
Bron: CBS Statline.			

Tabel 1 Kengetallen van de voedings- en genotmiddelenindustrie in Nederland, 2005 (Bron: LEB 2008) Met dank aan de Productschap Zuivel zijn de gegevens voor de zuivelindustrie inmiddels aangevuld: werkzame personen in 2005: 10800; en de productwaarde in 2005 was 5 miljard Euro.

Bijna 1 op de 6 werknemers in de industrie heeft een baan in de v&g industrie. Bijna 10% van het aantal bedrijven in de industrie is actief in de v&g industrie. Het aantal bedrijven in deze sector neemt langzaam doch gestaag af. Ten opzichte van 2000 is de werkgelegenheid in de v&g industrie met bijna 11% verminderd. De daling van de werkgelegenheid in de totale industrie was in deze periode met ruim 12% iets groter (LEB, 2009).

In geen van de andere sectoren van de industrie werd het proces van fusies en concentratie zichtbaarder dan in de v&g industrie. Dit proces is mede ingegeven door de bundeling van inkoopmacht op nationaal en Europees niveau, wat ertoe heeft geleid dat supermarktondernemingen de regie in de keten voeren en hun voorwaarden kunnen stellen aan leveranciers. De detailhandel is de belangrijkste klant van de v&g industrie. De bulk van de productie van de v&g industrie gaat dan ook naar de grote supermarktondernemingen (Bijman et al., 2003).

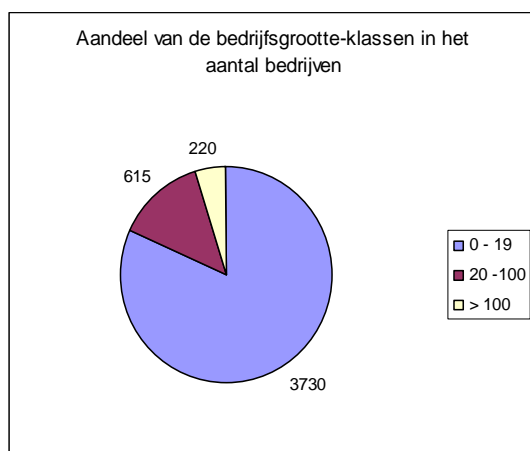
Omvang V&G industrie in Nederland:

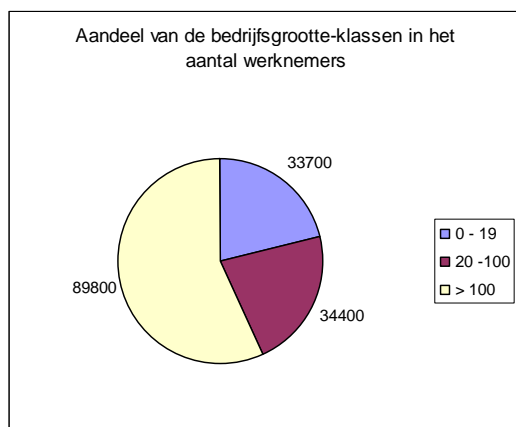
- Het aandeel van de agrofood in de Nederlandse export is onverminderd hoog: 37,5%...
- De totale V&G industrie behaalt een omzet van circa € 54,7 mrd...
- Desondanks is het merendeel van de bedrijven klein van opzet, met een omvang van 0-19 medewerkers...
- V&G industrie bevat enkele van Nederlands meest succesvolle bedrijven als: Heineken, Unilever en FrieslandCampina.



Bedrijfsgrootte

Het merendeel van de bedrijven in de v&g industrie is kleinschalig van opzet. De sector telde in 2004 3.730 bedrijven met 0-19 werknemers en 615 bedrijven met 20-100 werknemers. De werkgelegenheid in de grootteklasse 0-19 werknemers bedroeg 33.700 personen, de omzet 3 mrd. euro. De 615 bedrijven in de grootteklasse 20-100 werknemers boden werkgelegenheid aan 34.400 personen, terwijl de omzet ruim 9 mrd. euro bedroeg (LEB, 2007). De kleinere bedrijven brengen vaak nicheproducten op de markt of produceren voor een lokale of regionale markt. Ondanks de toenemende homogenisering van de consumptie in Europa, blijven er nog regionale en nationale verschillen in voorkeuren. De kleinere bedrijven kunnen hier beter op inspelen dan de grote (Bijman et al., 2003). De 215 grote bedrijven, met 100 en meer werknemers, hebben met 77% veruit het grootste aandeel in de omzet van alle v&g bedrijven. Hun aandeel in de werkgelegenheid ligt tegen de 56%.





De Nederlandse industrie kent 25 zeer grote bedrijven, dat wil zeggen bedrijven met 2.000 en meer werknemers. In de v&g industrie komen ook dergelijke grote bedrijven voor, zie tabel 2 (LEB, 2009).

	Wereldomzet (mln. euro)	Omzet Nederland (mln. euro)	Totaal aantal werknemers	Productgroep(en)
1. Unilever	40.523	n.b.	174.000	Voedings- en genotmiddelen
2. Heineken	14.319	n.b.	56.208	Dranken
3. VION Food Group	9.600	n.b.	35.000	Vlees, ingrediënten e.d.
4. FrieslandCampina	9.454	2.798	20.568	Zuivel
5. Nutreco	4.943	833	9.278	Diervoeders, visvoer, vlees
6. CSM	2.599	154	8.433	Bakkerij-ingrediënten en melkzuur
7. Cosun	1.689	n.b.	4.266	Voedingsmiddelen en ingrediënten
8. Wessanen	1.603	169	5.761	Natuurvoeding en snacks

n.b. = niet beschikbaar.

Bron: Jaarverslagen en websites ondernemingen.

Tabel 2 Nederlandse voedingsmiddelenondernemingen naar grootte in 2008 (Bron: LEB 2009)

De toegevoegde waarde bedroeg in 2007 12,1 miljard euro, waarvan 63,6 % op basis van buitenlandse grondstoffen. De industrie zorgde via de sourcing van grondstoffen ook voor 22,8 miljard euro aan toegevoegde waarde in de toeleverende sectoren, waarvan 8,0 miljard in de primaire sector. In de distributie werd nog eens 8,8 miljard euro aan toegevoegde waarde gegenereerd (tabel 3). De internationale oriëntatie van de v&g industrie neemt duidelijk toe. Was in 1985 nog z'n 27% van de bruto toegevoegde waarde gebaseerd op de buitenlandse grondstoffen, in 1997 was dat al 33% en inmiddels (2007) is het 38%.

De sterke integratie van de Nederlandse v&g industrie met de internationale markten roept de vraag op hoe sterk de binding is met Nederland. De indeling in binnenlandse en buitenlandse grondstoffen suggereert dat bij de laatste productiefaciliteiten eenvoudig naar andere regio's kunnen worden verplaatst indien dit concurrentievoordeel oplevert. Zo simpel is het echter niet. Bedrijven met binnenlandse grondstoffen kunnen redenen hebben hun productie (al of niet met wat oudere machines) uit te breiden in of zelfs te verplaatsen naar bv. Oost-Europa. Omgekeerd kan de v&g industrie op basis van buitenlandse grondstoffen erg aan Nederland gebonden zijn vanwege havenfaciliteiten en consumptie in Noordwest

Europa of vanwege allerlei ondersteunende activiteiten die het industriële complex in het verleden hebben versterkt (bv. cacao). Onderstaande analyse van de foreign direct investment cijfers (bron: Nederlandse bank) laten zien dat Nederland een centrale rol speelt.

	Toegevoegde waarde (factorkosten, mrd. €)		Werkgelegenheid (1.000 arbeidsjaren)	
	2001	2007 (r)	2001	2007 (r)
Voedings- en Genotsmiddelenindustrie (a)	9,8	12,1	123	107
<i>w.v. op basis van binnenlandse grondstoffen</i>	3,2	4,4	50	42
<i>w.v. op basis van buitenlandse grondstoffen</i>	6,6	7,7	73	65
Toelevering en primaire productie (b)	19,7	22,8	390	368
<i>w.v. primaire productie</i>	7,6	8,0	184	169
Distributie (c)	7,3	8,8	129	134
Hoveniers, agrarische dienstverlening, bosbouw (d)	3,7	4,0	75	64
Agrocomplex (a+b+c+d)	40,5	47,9	717	672
<i>Aandeel in nationaal totaal</i>	<i>10,2%</i>	<i>9,6%</i>	<i>10,8%</i>	<i>9,9%</i>

Door revisie van de Nationale Rekeningen en methodologische veranderingen kunnen cijfers afwijken van eerder gepubliceerde gegevens

Bron: Agrarische input-outputtabel, bewerking LEI.

Tabel 3 Kerncijfers van het Nederlandse agrocomplex, 2001 en 2007 (Bron LEB 2009)

Buitenlandse investeringen in de Nederlandse v&g industrie

De directe investeringen van buitenlandse ondernemingen in de Nederlandse v&g industrie beliepen in 2006 ruim 33,6 miljard Euro en in 2007 45,5 miljard Euro, wat een groei van ruim 34% betekent ten opzichte van 2006. Deze investeringen hebben meestal als doel het verkrijgen van (mede)zeggenschap in het bestuur van de Nederlandse v&g ondernemingen (LEB, 2008).

Het zijn vooral de Amerikaanse bedrijven die in de Nederlandse v&g industrie investeren. In 2006 ging het om 22,1 miljard Euro, tegenover 23,3 miljard Euro in 2005. Van de totale investeringen in 2007 namen Amerikaanse ondernemingen de helft voor hun rekening, namelijk 22,8 miljard Euro.

In 2006 was het Verenigd Koninkrijk met bijna 3,2 miljard Euro de belangrijkste investeerder binnen de Europese Unie, gevolgd door Frankrijk met 1,6 miljard Euro (LEB, 2008). In 2007 was Frankrijk met 13,8 miljard Euro een belangrijke investeerder. Dit bedrag komt nagenoeg geheel voor rekening van het zuivelconcern Groupe Danone, dat in 2007 Koninklijke Numico overnam voor ruim 12 miljard Euro (LEB, 2009).

Investerings in het buitenland door de Nederlandse v&g industrie

De investeringen door Nederlandse ondernemingen in de buitenlandse v&g industrie hadden in 2007 een omvang van 31,6 miljard Euro, tegen 17 miljard euro in 1997. Investerings vonden voor meer dan de helft (54%) plaats in de EU. België en het Verenigd Koninkrijk waren de belangrijkste landen en Duitsland, Frankrijk, Italië en Spanje waren in mindere mate in trek bij de Nederlandse v&g industrie. Buiten de EU richtten de Nederlandse bedrijven hun vizier vooral op de Verenigde Staten, Midden- en Zuid-Amerika en Zwitserland. In 2006 investeerden Nederlandse bedrijven een

bedrag van ruim 6,7 miljard Euro in VS. Veelal hebben grote Nederlandse multinationale ondernemingen aldaar grote belangen opgebouwd en wordt een substantieel deel van de omzet in de VS gegenereerd (LEB, 2008; 2009).

Volgens de studie van OECD uit 2006 over de trends in 'foreign direct investment in OECD countries' staat Nederland op een vierde plek na VS, VK en Frankrijk gevolgd door Canada, België en Duitsland. Ook bij directe investeringen in het buitenland scoort Nederland goed door in de top 5 te eindigen naast VS, Japan, VK en Frankrijk.

Private equity fondsen

Bij financiële transacties in de voedingsmiddelenindustrie die samenhangen met de verwerving van aandelenkapitaal zijn in toenemende mate private equity fondsen betrokken. Deze investeerders, ook wel participatiemaatschappijen genoemd, richten zich met kapitaal van vooral pensioenfondsen, verzekeraars en banken op de financiering van kansrijke activiteiten van niet-beursgenoteerde ondernemingen met als doel deze na een aantal jaren weer met winst te verkopen. Eind 2005 hadden Nederlandse private equity fondsen 13,5 miljard Euro geïnvesteerd in 1200 bedrijven, waaronder 1000 in Nederland. Naast Nederlandse bedrijven zijn er in ons land ook meerdere buitenlandse private equity fondsen actief. In totaal deden de participatiemaatschappijen in 2006 voor meer dan 25 miljard Euro aan overnames in Nederland, waaronder ook in de voedingsmiddelenindustrie (LEB, 2007).

Trendmatige ontwikkeling

Tot slot van dit hoofdstuk bevat tabel 4 een korte historische terugblik over de trends in de economie van de v&g industrie. Hieruit blijkt dat de bijdrage van de bedrijfstak aan het nationaal inkomen in belang wat afneemt: van 3,4% in 1987 tot 2,5% in 2005. Dit levert ten onrechte soms het beeld op van een 'sunset-industrie', een bedrijfstak in afbouw. Het cijfer wordt echter vooral beïnvloed door de sterke groei van de totale economie (o.a. door de dienstensector). In nominale euro verdubbelde in dezelfde periode de bijdrage aan de economie (bruto toegevoegde waarde) van 6,8 miljard naar 12,1 miljard. Binnen de industrie nam het aandeel toe van 21% naar 25%, wat aangeeft dat eerder andere sectoren afbouwen en naar het buitenland vertrekken dan de v&g industrie. Hetgeen betekent dat de sector in staat is arbeid en kapitaal aan te blijven trekken.

Enkele kengetallen van de v&g industrie in Nederland 1987-1996					
	1987	1990	1993	1996	2005
Aantal bedrijven a)	885	875	914	881	215 *)
In % van totale industrie	15,8%	14,2%	13,7%	14,2%	10,0%
Aantal werknemers	125973	125449	124806	112329	86200
In % van de totale industrie	16,7%	16,0%	17,2%	16,9%	18,0%
Industriële verkopen (mln.€)	28762	31287	33982	31765	54700
In % van de totale industrie	27,4%	25,3%	29,2%	-	21,75
Bruto toegevoegde waarde (mln.€)	6789	7755	8725	9448	12100
In % van de totale industrie	21,1%	20,8%	23,3%	22,7%	25,3%
Bijdrage aan BBP in %	3,4%	3,3%	3,3%	3,2%	2,5%
a) Bedrijven met 20 en meer werknemers					
*) voor 2005: meer dan 100 werknemers (van die klasse is de v&g industrie 17% van de industrie)					

Tabel 4: Terugblik op de Nederlandse v&g industrie (Bron: LEB 1996.)

3 Concurrentiekracht

Nederland neemt in de v&g industrie voor een aantal sectoren een belangrijke plaats in op de wereldexportmarkt. Uit een eerdere studie (Jacobs & Lankhuizen, 2005) bleek evenwel dat van de 100 Nederlandse productgroepen met het grootste aandeel op de wereldexportmarkt, er niet minder dan 51 afkomstig zijn uit het agrocomplex. Bovendien zijn er sinds 1986 nauwelijks verschuivingen opgetreden in deze ranglijst. In deze paragraaf gaan wij eerst kort in op de concurrentiekracht van de Europese v&g industrie, waarna wij dieper ingaan op het Nederlandse aandeel op de internationale markten.

Concurrentiekracht:

- Prioriteit op agenda Europese beleidsmaker...
- Gedreven om zowel economische als duurzaamheidsprestaties te verbeteren...
- Voedingsmiddelenwetgeving aangescherpt na affaires als dioxine en BSE...
- Nederlandse industrie scoort qua concurrentiekracht relatief goed in vergelijking EU-15, VS en Brazilië...
- ... maar op verschillende punten is verbetering mogelijk en nieuwe uitdagingen doemen op
- Duitsland en Frankrijk kennen teruglopende positie op exportmarkten.

Europese v&g industrie

De concurrentiekracht van de Europese voedingsmiddelenindustrie is sinds 2008 een belangrijk onderwerp op de Europese agenda geworden. De Europese Commissie heeft een 'High Level Group on the Competitiveness of the Agro-Food Industry' (HLG) geïnstalleerd met Europese commissarissen, ministers uit diverse landen, CEO's van een aantal ondernemingen en enkele ngo's. Recent heeft deze groep 30 aanbevelingen gedaan voor verbetering van de concurrentiekracht. Deze bestrijken uiteenlopende domeinen als landbouw- en milieubeleid, de interne markt, het functioneren van de keten, onderzoek en innovatie alsook handels- en exportbevordering. Een aantal aanbevelingen wordt hier behandeld. Wat betreft het landbouwbeleid onderstreept de HLG het belang van een marktgeoriënteerde aanpak. Omdat grondstofprijzen een groot effect hebben op de concurrentiekracht van de verwerkende industrie is dat begrijpelijk. Mede gezien de grotere fluctuaties in grondstofprijzen vraagt de HLG wel aandacht voor nieuwe beleidsinstrumenten om prijsrisico's te beheersen. De interne markt kan worden versterkt door een verbeterde interpretatie en implementatie van de voedingsmiddelenwetgeving. Onderzoek geeft aan dat er op dat vlak nogal wat te verbeteren valt (Wijnands et al., 2007; Poppe et al., 2009).

De Europese voedingsmiddelenwetgeving is sterk aangescherpt na de affaires rondom onder andere dioxine en BSE, om zo het consumentenvertrouwen in de producten te herstellen en te waarborgen. Hoewel dit door de industrie positief wordt beoordeeld, wordt de wetgeving als te gecompliceerd beschouwd met veel administratieve lasten als gevolg. Publieke inspecteurs en private labellingschema's zoals GlobalGAP zouden met name kleine bedrijven behulpzaam kunnen zijn in ondersteuning, maar dat gebeurt te weinig. Overigens is niet alles kommer en kwel: zo wordt vaak gedacht

dat traditionele producten door de EU-hygiënewetgeving benadeeld worden, maar dat lijkt vooral een misvatting bij nationale autoriteiten en producenten.

“Wetgeving wordt als te gecompliceerd beschouwd, met veel administratieve lasten als gevolg ...”

Uit onderzoek in de zuivelindustrie blijkt dat de huidige wetgeving (het HACCP-systeem) vooral aanzet tot procesinnovaties, maar niet tot productinnovaties (Bremmers et al., 2008). Met name bedrijven die zich met productvernieuwing bezighouden zijn ontevreden: ze vinden de doorlooptijd voor autorisatie te lang, de procedures niet transparant, de kosten te hoog. Uit het onderzoek van het LEI en Wageningen Universiteit blijkt ook dat de voedselveiligheidssystemen en de kwaliteitsbewaking in zuivelbedrijven (en vermoedelijk in de hele voedingsmiddelenindustrie) er in de eerste plaats zijn vanwege de eisen van consumenten en supermarkten en niet alleen of niet in de eerste plaats vanwege de wet. De bijbehorende kosten zijn dus niet per definitie administratieve lasten, aangezien ze ook zonder wettelijke eisen voor een deel zouden (moeten) worden gemaakt. Ook blijken veel innovaties in de zuivelindustrie afkomstig te zijn van toeleveranciers als de verpakkingsindustrie (zoals Tetrapak) en ingrediënten leveranciers (zoals DSM) (Poppe et al., 2009). De officiële statistieken geven overigens geen goed inzicht in de mate van innovatie in de zuivel, en bedrijven kunnen ook zonder veel innovatie succesvol zijn, bijvoorbeeld met een kostprijsleiderschap - strategie. Uit publicaties in vaktijdschriften is af te leiden dat Arla en Danone tot de meest innovatieve bedrijven in de zuivelindustrie behoren. Ook Campina (inmiddels onderdeel van FrieslandCampina) wordt tot de top tien gerekend.

Nederlandse v&g industrie

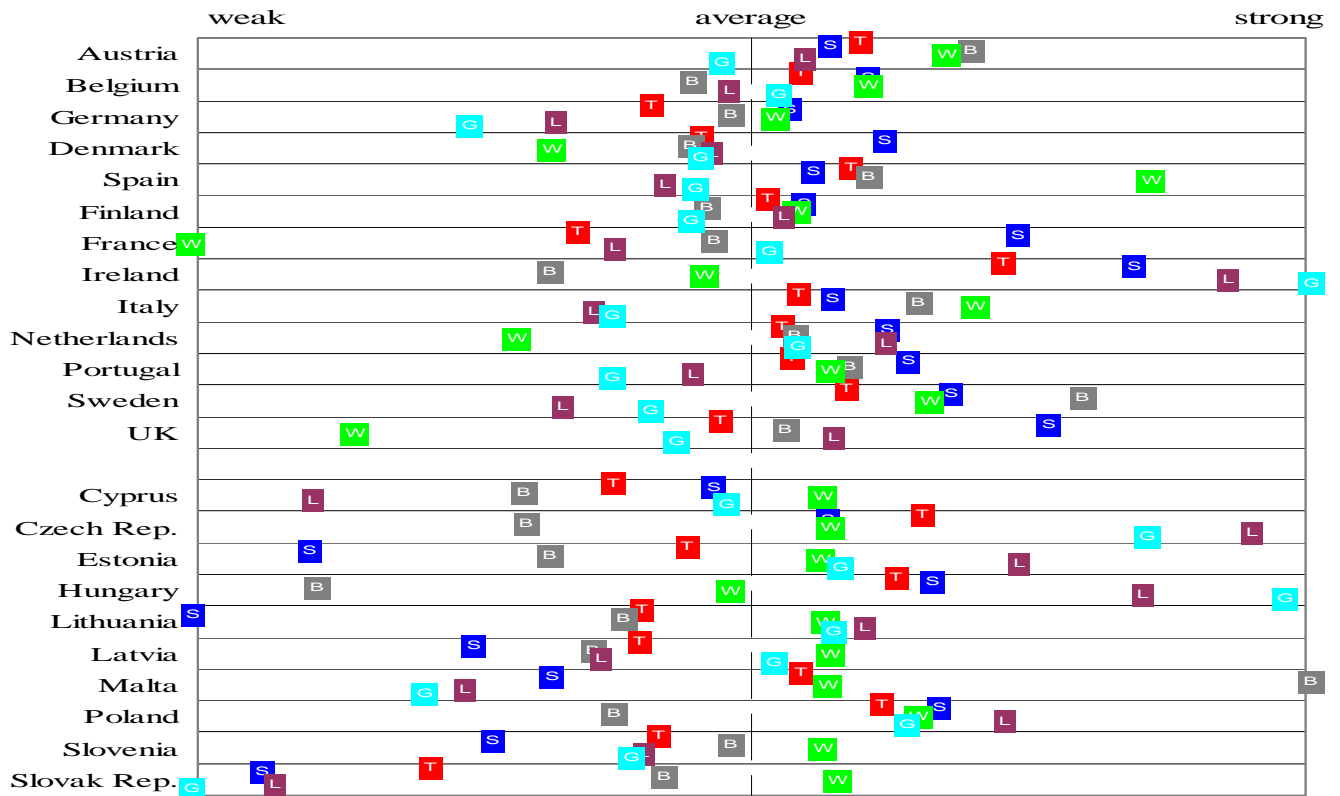
De Nederlandse v&g industrie scoort goed qua concurrentiekracht vergeleken met de belangrijkste EU-15 spelers en de VS, Canada, Australië en Brazilië. Binnen Europa (zie de figuur hieronder) zijn het vooral Spanje, Hongarije en Polen en enkele kleine lidstaten die afgelopen decennium op basis van een aantal macro-economische factoren beter scoorden. Italië presteert als Nederland, Denemarken wat slechter.

De positie van Nederland is vooral te danken aan de groei van de arbeidsproductiviteit, de groei van de toegevoegde waarde en het aandeel van de toegevoegde waarde van de voedselverwerkende industrie in de totale industrie. Daarentegen daalt het exportaandeel van Nederland.

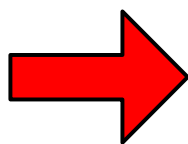
Opvallend slecht scoren de grote landen Duitsland en Frankrijk. Het verlies van aandeel op de exportmarkten speelt Frankrijk parten. In Duitsland is een achterblijvende groei van arbeidsproductiviteit en toegevoegde waarde bepalend voor de slechte positie. Het zijn allebei landen die traditioneel veel in de verwerking van zware marktordeningproducten (zoals melkpoeder en suiker) actief zijn en die ook met een relatief slecht werkende arbeidsmarkt (hoog percentage structurele werkeloosheid) te maken hebben.

Competitiveness of member states

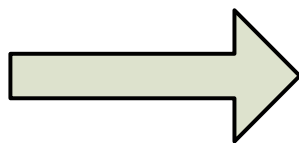
T= total; S= growth share food industry in total manufacturing;
 B= growth Balassa; W= growth world share;
 L= labour productivity; G=growth value added.



Bron: Wijnands et al, 2006.



51 van de 100 meest succesvolle Nederlandse exportproducten is afkomstig uit het agrocomplex.



Het aandeel van de agrofood in de Nederlandse export bedraagt 37,5%



Groei te danken aan arbeidsproductiviteit en toegevoegde waarde

Subsectoren

De concurrentiepositie is ook bepaald voor de diverse subsectoren; enkele subsectoren in Nederland springen er negatief uit (LEB, 2007). De visverwerkende industrie wordt als zwakker beoordeeld vanwege de relatieve sterke daling van het aandeel in de totale voedingsindustrie. De sectoren margarine, vetten en oliën (MVO) en zuivel worden als zwakker aangeduid vanwege het verlies van aandeel op de wereldmarkt. Dit verlies van marktaandeel heeft met de landbouwpolitieke afspraken binnen WTO te maken. In de visindustrie is een sterke internationalisering aan de gang en arbeidsintensieve activiteiten worden nu al in lage lonen landen uitgevoerd. Ook neemt de aanvoer van Nederlandse vis af. De Europese en ook de Nederlandse zuivel wordt in de groei beperkt door de zuivelquota. De verwerking in de MVO-industrie bestaat uit een aantal stappen: persen van ruwe olie (crushing), raffineren van deze olie en het maken van consumptieartikelen, zoals margarines en dressings. Vooral de eerste en tweede stap worden om economische redenen in toenemende mate door de producerende landen zelf gedaan. Indonesië kent een aanzienlijke groei van de productie en export van palmolie, Brazilië van sojabonen en -olie. Met name de export aandelen van Europa zijn in de periode 1996 tot 2004 sterk gedaald.

Kanttekening kredietcrisis 2008/9/10:

Door de terugval op de Amerikaanse huizen- en hypotheekmarkt in 2008 heeft de gehele wereldeconomie met een enorme kredietcrisis te maken gekregen die inmiddels is overgegaan in een economische crisis en in sommige landen zelfs tot een economische recessie heeft geleid. Veel banken voorspellen voor 2009 negatieve groeicijfers. En ook voor 2010 verwachten de Nederlandse banken (gemiddeld) nog geen groei (ABN AMRO, 2009).

De financiële crisis en de economische teruggang hebben een negatieve invloed op de directe investeringen in de Nederlandse economie en de ontwikkelde landen als geheel, aldus het jaarlijkse rapport van de UNCTAD over trends in investeringen (EVD, 2009). Het 'World Investment Report 2009' besteedt, naast de trends in investeringen, bijzondere aandacht aan de landbouwproductie en -ontwikkeling en de rol van multinationals / transnationale ondernemingen, (EVD, 2009).

Van oudsher is de v&g industrie minder gevoelig voor de conjunctuur. Dit verklaart waarom het volume van de gemiddelde dagomzet van de v&g industrie zich relatief minder ongunstig ontwikkelde tijdens de voorgaande crisisjaren in vergelijking met andere branches van de Nederlandse industrie (CBS, 2003). Ook als de economie tegenzit, blijven mensen immers eten en drinken. Zelfs in tijden van economische malaise bezuinigt men niet snel op uitgaven aan v&g (ABN AMRO, 2009). Uit een consumentenonderzoek van CBS uit 2003 blijkt dat ongeacht de stand van de conjunctuur slechts 7 % van de ondervraagden aangeeft op voedings- en genotmiddelen te zullen bezuinigen als hun inkomen terug zou vallen. De gegevens voor dit consumentenonderzoek werden gedurende een periode van 15 jaar (tussen 1988 en 2003) verzameld.

“De kredietcrisis heeft binnen de Nederlandse V&G industrie minder schade aangericht dan bij andere branches en sectoren ...”

Wel moet er natuurlijk rekening worden gehouden met factoren als de inflatiestijging, gestagneerde kredietverlening door de financiële instellingen en dalende investeringen, dalende consumptie en wereldhandel/export, enzovoort. Gezamenlijk beïnvloeden deze factoren ook zeker de Nederlandse v&g industrie. Zo is bijvoorbeeld de Russische bloemenmarkt weggefallen vanwege ergere gevolgen van de crisis in Rusland. De kredietcrisis zeker is niet onopgemerkt gebleven binnen deze branche maar heeft minder schade aangericht dan bij andere branches en sectoren van de Nederlandse (en wereld) economie (de Bont, 2008).

Werkgelegenheid en arbeidsmarkt

Op dit moment is in het algemene aandacht gefocust op de beheersing van de financiële crisis. Voor de v&g industrie dreigt er in de nabije toekomst een veel zwaardere crisis uit te breken: crisis op de arbeidsmarkt. Uit onderzoek van werving- en detacheringsbureau YER en de Intelligence Group blijkt dat er door de pensionering van de ‘babyboomgeneratie’ (mensen die tussen 1945 en 1955 geboren zijn) over een paar jaar grote behoefte ontstaat aan jonge, goedopgeleide medewerkers. Tussen 2007 en 2013 verlaat namelijk 1 op de 5 Nederlanders de arbeidsmarkt (Carp, 2009). En er ontstaat een tekort aan hoogopgeleide professionals. Met name in de sectoren technische beroepen, waaronder ook veel werkgelegenheid in de v&g industrie, de zorg en de hogere zakelijke dienstverlening wordt de krapte het grootst (Carp, 2009). De instroom van nieuwe werknemers is problematisch en het onderwerp ‘werkgelegenheid en arbeidsmarkt’ vereist strategisch aandacht zowel van de v&g industrie zelf als van de Nederlandse regering en overige de overheidsinstanties.

SWOT analyse

Als de hierboven vermelde informatie uit eerdere studies over de Nederlandse v&g industrie (o.a. Jacobs et al, 2007; LEB 2007, Wijnands et al, 2007, ABN AMRO, 2009) in het kader een SWOT analyse wordt geplaatst, ontstaat het volgende overzicht van de sterktes, zwaktes, kansen en bedreigingen voor deze industrie:

Sterktes	Zwaktes
Sterke onderlinge concurrentie	Afhankelijke positie ten opzichte van de retail door verschil in grootte, beperkt aantal afnemers en verschil in rentabiliteit van het eigen vermogen.
Factorvoordelen (ligging, havens, etc.)	Rentabiliteit van innovaties laat de wensen over, afstemming tussen exploitatie en exploratie van nieuwe ideeën
Kritische thuismarkt	Maatschappelijke onvrede over producten of de productie – ‘licence to produce’
Hoge concentratie kenniscentra	Thuismarkt is vooral gericht op prijs wat ten koste van kwaliteit en innovatie gaat
Relatief veel uitwisseling van kennis tussen onderzoek en bedrijven	Kleine thuismarkt & ingewikkelde Europese markt
Politiek erkent belang van de v&g industrie (focus op food & flowers binnen)	Gevaar van substitutie door ‘commodisering’

Innovatieplatform, bij EZ, etc.)	
Regionale clustering (Food Valley, Aalsmeer, Yerseke, etc.)	Meer adoptieve innovaties op de markt dan autonome productontwikkeling
Internationaal concurrentiekrachtige industrie	Geen sterke interactie met niet -agro-kennisinfrastructuur
Hoge arbeidsproductiviteit in vergelijking met andere landen	Hoge kosten van energie en arbeid
Dynamisch ondernemerschap en sterk aanpassingsvermogen	Te weinig interactie landbouw onderwijs met andere sectoren
Hoog niveau van kwaliteitszorg en hygiëne	Weinig synergie met beleveniseconomie
Kansen	Bedreigingen
Maatschappelijke trends: vergrijzing, aandacht voor gezondheid, langer doorwerken, etc.	Daling consumentenvertrouwen door schandalen
Samenwerking met detailhandel	Consolidatieslag kan leiden tot kennisverlies en verlies van vaardigheden
Gebruik maken van de hoogwaardige kennis en infrastructuur voor innovatieve producten	Vermindering van landbouwareaal in Nederland
Voortschrijdende globalisering	Toenemende internationale concurrentie leidt tot een dalend marktaandeel
Nederlandse bedrijven zijn sterk in bepaalde productgroepen wat kansen biedt op nieuwe markten	Spanningen tussen economische en milieudoelstellingen
Connecties met creatieve en beleveniseconomie	Beschikbaarheid grondstoffen: biobrandstoffen en toenemende consumptie in India en China
Voorlopend door soms strenge nationale reguleringen t.av. milieu, energie en hygiëne	
Groeimogelijkheden door consolidatie	
Samenwerking aangaan met de kennisinstellingen buiten traditionele landbouwsectoren.	

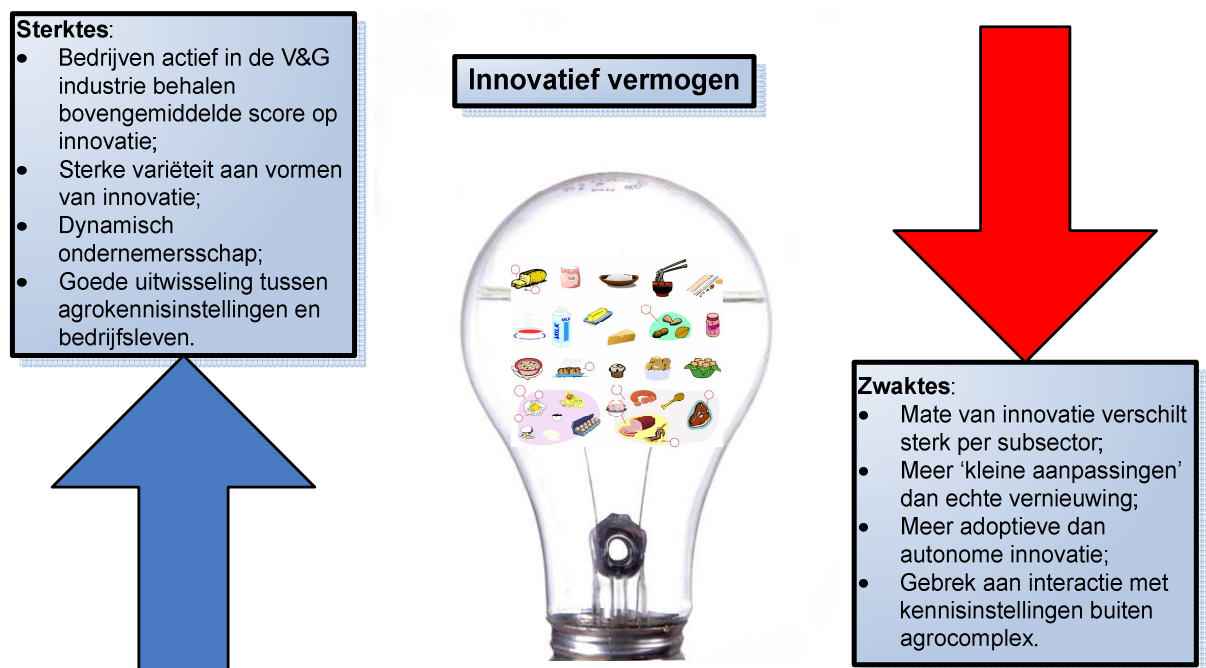
Innovatief vermogen industrie

In vergelijking met de concurrenten in andere EU landen besteedt de Nederlandse v&g industrie relatief veel aan R&D (Wijnands et al, 2007). Nederlandse MKB -bedrijven actief in de v&g industrie behalen een bovengemiddelde score op innovatie (ABN AMRO, 2009). Innovatie wordt in dit kader opgevat als: “iets nieuws voor de sociale setting waarin het wordt geïntroduceerd, gericht op het realiseren van bepaalde voordelen, beperkt tot opzettelijke pogingen om voordeel te realiseren uit verandering” (Van Galen en Verstegen, 2008). Er is een sterke variëteit aan vormen van innovatie binnen de v&g industrie, die kunnen worden onderscheiden naar

product-, proces- en transactie-innovaties (Jacobs et al., 2007). Enkele voorbeelden hiervan zijn:

- productinnovatie: nieuwe bloem- en aardappersoorten, nieuwe vaccins, nieuwe soorten bier en nieuwe soorten bierverpakking (thuisstap);
- procesinnovatie: kwaliteitscontrole bij de bloemen, steeds efficiëntere veilingen en logistiek bij de bloemen, nieuwe productiewijzen bij de mosselen;
- transactie-innovatie: marketing in de biersector, bemiddeling bij de bloemenveilingen, franchise in varkenshouderij.

Diverse factoren spelen rol bij de verklaring van het innovatieve vermogen van de v&g industrie. In de eerste plaats worden de Nederlandse bedrijven gekenmerkt door dynamisch ondernemerschap: ondernemers zijn alert en niet snel uit het lood te slaan (Jacobs, et al, 2007). Daarnaast blijkt uit het Europese FINE project (zie Poppe et al., 2007) dat er een goede uitwisseling is tussen (agro)kennisinstellingen en het bedrijfsleven. In deze studie werd geconstateerd dat er relatief veel gebruik werd gemaakt van kennisinstellingen door bedrijven. Tot slot zijn er regionale clusters die als mediator optreden tussen v&g bedrijven, kenniscentra en beleidsmakers (Poppe, et al., 2007) Hiermee faciliteren zij de uitwisseling van kennis en vaardigheden in het cluster.



Echter het beeld rondom het innovatief vermogen moet enigszins genuanceerd worden:

- 1) Mate van innovatie verschilt sterk per sub-sector (Jacobs et al., 2007). Zo wordt bijvoorbeeld de zuivelsector als innovatief gezien terwijl in de vissector (in ieder geval tot de komst van het Visserij Innovatie Platform) minder innovatie plaats vindt.
- 2) Binnen de v&g industrie is er meer incrementele dan radicale innovatie waardoor veel onderzoekers en rapporten van weinig innovatie spreken binnen deze industrie. "Een vergelijking van Ernst & Young en Nielsen (2000) van innovaties binnen 22 groepen voedingsmiddelen laat zien dat slechts 2% van alle gelanceerde

producten als een echte vernieuwing kan worden gekwalificeerd. De overige innovaties betreffen vaak aanvullingen op een reeds bestaand product, een lijnuitbreiding, vervanging van een bestaand product of een seizoensgerelateerd product. In meer recent onderzoek schat de sector zelf dat zo'n 75% van de innovaties als 'kleine aanpassingen' bestempeld kunnen worden en dat voor de komende jaren ongeveer 5% van de innovaties als echt baanbrekend bestempeld kan worden" (ABN AMRO, 2009).

- 3) Er is meer adoptieve dan autonome innovatie met als gevolg dat er minder toegevoegde waarde wordt gecreëerd voor de klant (Jacobs et al., 2007). Hiermee reageren bedrijven op de naaste concurrentie en hun innovaties. In een recent onderzoek van Food Innovation Network Europe wordt het grootste deel van de innovaties (77%) omschreven als 'me-too' productinnovaties. Het zijn producten die in wezen hetzelfde zijn als de reeds bestaande producten, maar onder een ander merk op de markt gebracht worden. Andere soorten van nieuwe producten zijn uitbreiding van het assortiment (nieuwe producten binnen dezelfde categorie), seizoensgebonden producten (bijv. Paaseieren) en substitutieproducten (invoering van reeds bestaande producten zonder toevoeging van nieuwe waarde voor de klant) (Vermeire, et al., 2009).

“Innovatie gaat vaak gepaard met ongunstige financiële condities, waardoor het bedrijfsleven risicomijdend gedrag gaat vertonen...”

Mogelijke redenen voor het feit dat er relatief veel adoptieve innovatie plaatsvindt zijn:

- 1) Veel innovatie wordt buiten de industrie om geïnitieerd, bijvoorbeeld door de overheid (Jacobs et al., 2007) die fondsen open stelt voor onderzoek, innovatievouchers uitdeelt, bepaald beleid of wetgeving introduceert die de bedrijven dwingen tot vernieuwing.
- 2) Vaak mislukken procesinnovaties of vallen de nieuwe producten op de markt binnen de v&g industrie. Dit feit zorgt ervoor dat innovatie gepaard gaat met ongunstige financiële condities/rentabiliteit (ABN AMRO, 2009) waardoor het bedrijfsleven risicomijdend gedrag gaat vertonen ten opzichte van innovatie.
- 3) Er is een gebrek aan interactie met de kennisinstellingen buiten het agrocomplex (Jacobs et al., 2007). Zo blijft men voortbouwen op wat er al bekend is binnen het complex is en is het lastig om tot nieuwe inzichten te komen. Door juist in te zetten op een bredere vorm van samenwerking kunnen er nieuwe inzichten en interactieve leermomenten ontstaan voor zowel de v&g industrie als de nieuwe partijen van buitenaf het agrocomplex.

4. Conclusies

De V&G Industrie is een belangrijk onderdeel van de Nederlandse industrie en levert een grote bijdrage aan de Nederlandse export. Het is een essentieel onderdeel van het agro-complex dat circa 10% van de Nederlandse economie beslaat en daarin een stabiele factor is. Een belangrijk deel van de bedrijfstak is gebaseerd op buitenlandse grondstoffen die hier worden bewerkt voor de Europese consument, een ander deel voegt waarde toe aan het Nederlandse agrarische product. Het belangrijke aandeel gebaseerd op buitenlandse grondstoffen is sterk verbonden met mainports, en met name met de Rotterdamse haven.

“De Nederlandse V&G industrie is een belangrijk onderdeel van de Nederlandse industrie en levert een grote bijdrage aan de Nederlandse export...”

De concurrentiepositie is relatief goed:

- Sterke positie van de Nederlandse v&g industrie op de buitenlandse exportmarkten. Hetgeen positief is in een verder globaliserende economie.
- Goede randvoorwaarden aanwezig voor een succesvol kennis- en innovatievermogen, in de vorm van sterke kennisinstellingen (zoals Wageningen UR) en succesvolle samenwerking tussen kennisinstellingen en bedrijven (o.a. in clusters).
- Dynamisch ondernemerschap: Nederlandse ondernemers weten goed in te spelen op nieuwe ontwikkelingen en het identificeren van marktkansen.
- Er liggen mogelijkheden in een verdere ontwikkeling van de concurrentiekracht van de Nederlandse v&g industrie, gebruikmakend van innovatie en van de heterogeniteit van de consumentenmarkt. Daarbij kan meer aandacht nuttig zijn voor autonomie in plaats van volgende innovaties, voor de rentabiliteit van R&D en aan interactie met niet-agro kennisinstellingen (zoals design, verpakkingsindustrie, ICT enzovoort).

“Mogelijkheid om concurrentiekracht te verbeteren is gebruik te maken van innovatie en heterogeniteit consumenten...”

Om de concurrentiepositie te behouden resp. verder te versterken zijn er een aantal punten die de aandacht vragen:

- De v&g industrie richt zich van oudsher op kostprijsbeheersing ook via schaalvergroting en consolidatie. In de retail en de toeleverende industrieën zoals de zaadveredeling gaat de aandacht ook uit naar toegevoegde waarde via productvernieuwing voor doelgroepen. Deze twee schakels van de keten kunnen samen tot verdere innovaties komen met als gevolg druk op de marge in de v&g industrie.

- De internationalisatie roept de vraag op welke onderdelen van de keten vooral aan Nederland gebonden zijn en welke zich elders in de EU (of daarbuiten) meer thuis voelen.
- De arbeidsmarkt wordt door demografische ontwikkelingen krappere
- Nieuwe innovaties uit de ICT, bio- en nanotechnologie dienen zich aan
- De macht in de mondiale voedselketens verschuift van de producent naar de retail en van de overheid naar het bedrijfsleven. Dit heeft implicaties voor verantwoordelijkheden op het vlak van duurzaamheid en gezondheid.

Literatuur

ABN AMRO (Verwaal, E. en Dijkman, N.), (2009), Samen excelleren in innovatie en efficiency. Nieuwe inzichten voor de voedingsmiddelenindustrie, ABN AMRO.

ABN AMRO Sector Research, (2009), Visie op agrifood, ABN AMRO.

Bijman, J., Pronk, B., en Graaff, de, R., (2003) Wie voedt Nederland? LEI

Bont, de, C.J.A.M. en Berkum, van, S., (2004), De Nederlandse landbouw op het Europese scorebord, LEI.

Bontridder, de, M., Branche uitgebreid: de voedings- en genotmiddelen, (2003), CBS.

Carp, (2009), <http://www.carp.nl/no-worries:-tekort-aan-hoogopgeleiden-dreigt>

Decisio: De omvang van de Nederlandse voedingsmiddelenindustrie, (2008), Decisio.

EVD, (2009), <http://www.evd.nl/zoeken/showbouwsteen.asp?bstnum=252478#>

Fact and Figures of the Dutch Agri-sector, (2008), Ministerie van LNV.

Galen, van, M. en Verstegen, J., (2008), Innovatie in de agrarische sector. We kunnen er niet genoeg van krijgen!, LEI.

Landbouw-Economisch Bericht 2007, LEI.

Landbouw-Economisch Bericht 2008, LEI.

Landbouw-Economisch Bericht 2009, LEI.

Leeuwen, van, M., Kleijn, de, T., Pronk, B. en Verhoog, D., (2009), Het Nederlandse agrocomplex 2008, LEI

Poppe, K.J., J.H.M. Wijnands, H.J. Bremmers, B.M.J. van der Meulen and G.L. Tacken: Food legislation and competitiveness in the EU Food industry – case studies in the dairy industry, Luxemburg, 2009

Poppe, K.J., During, R., Spoelstra, S., Bos, B. en Schoorlemmer., H., (2007), Het Wageningen UR – programma: Transitieprocessen. Werkboek 2005 – 2007, LEI.

Snijders, H., Vrolijk, H. en Jacobs, D., (2007), De economische kracht van agrofood in Nederland, Rijksuniversiteit Groningen.

Vermeire, B., Gellynck., X., Bartoszek, P. en Rijswijk, L., (2009), Strategic objectives for developing innovation clusters in the European food industry, FINE Project.

Wijnands, J.H.M., B.M.J van der Meulen en K.J. Poppe (eds): Competitiveness of the European Food Industry – an economic and legal assessment, DG Enterprise, Luxemburg, 2009

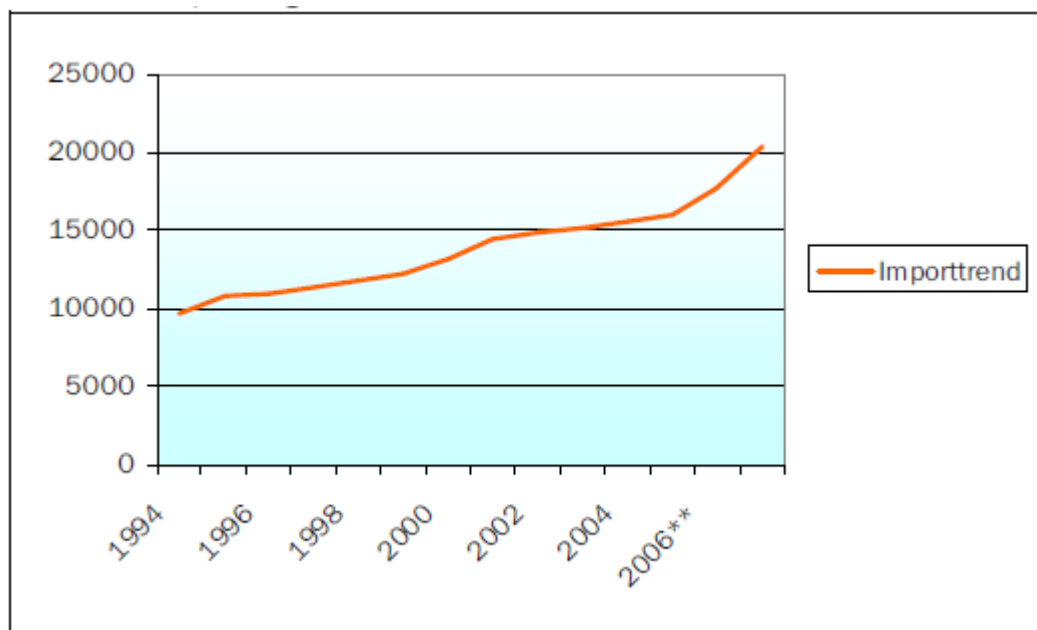
Bijlage 1 Aanvullende gegevens over invoer en uitvoer

(Overgenomen uit een door FNLI beschikbaar gestelde Decisio studie)

Trends in import

Absolute trends in import³

De import in de voedingsmiddelenindustrie had in 1994 een absolute waarde van € 9,6 miljard (niet gecorrigeerd voor slachterijen) die is toegenomen tot € 17,7 in 2006 en is verder toegenomen tot € 20,3 miljard in 2007 (zie grafiek 1).

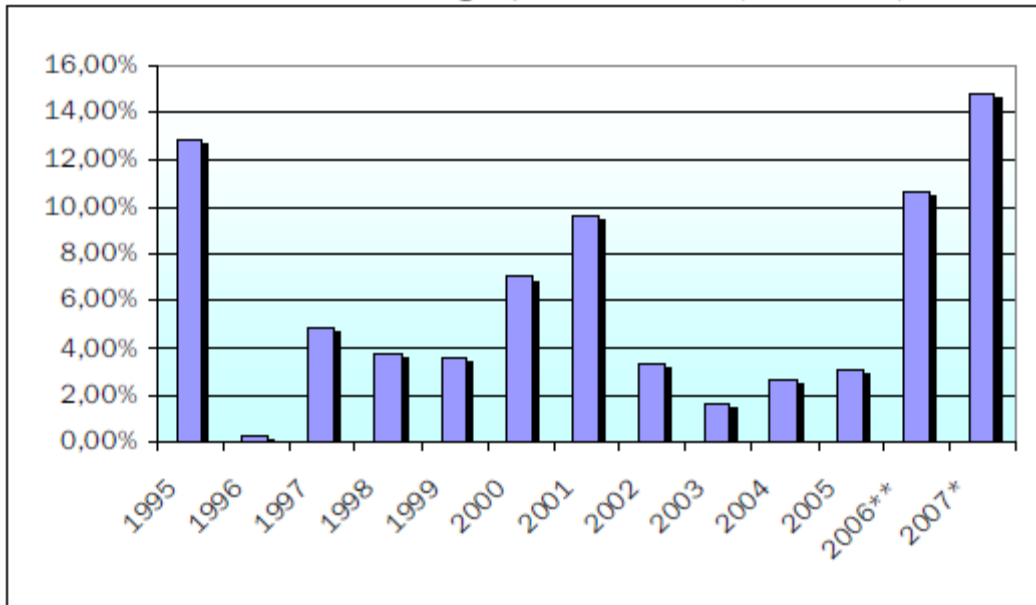


Grafiek 1 Import uitgedrukt in absolute waarde.

Relatieve trends in de importwaarde

Wat betreft de ontwikkeling van de importwaarde in de voedingsmiddelenindustrie kan men in 2007 ten opzichte van 1994 een procentuele stijging waarnemen van 110 procent. Dit is een gemiddelde stijging van afgerond 7 procent per jaar. In 2007 is de importwaarde ten opzichte van 2006 met meer dan 13 procent toegenomen (zie grafiek 2).

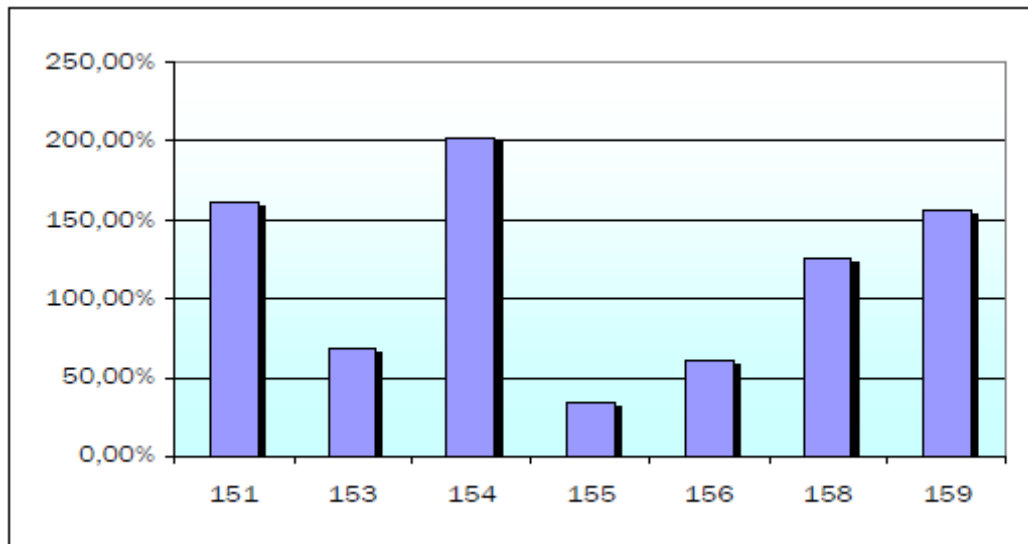
³ De importwaarde en de import is niet gecorrigeerd voor de bijdrage van slachterijen



Grafiek 2 Import uitgedrukt in relatieve waarde

Relatieve importtrends op groepsniveau

Op groepsniveau zien we in de periode 1994-2007 een hele sterke stijging van de import in de groepen (151) Vlees- en visproducten (160%), (154) Oliën en vetten (202%), (158) Voedingsmiddelen n.e.g. (126%) en (159) Dranken (156%). Voor en overzicht van alle relatieve importtrends, zie Grafiek 3 en Tabel 4.



Grafiek 3 Relatieve importtrends

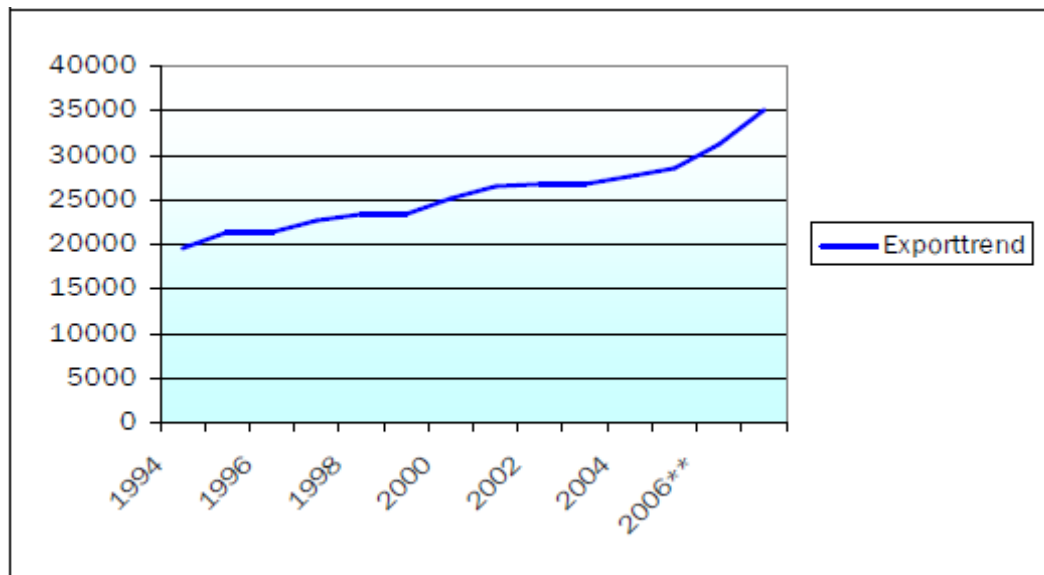
15 Vervaardiging voedingsmiddelen	Relatieve toename import in de periode 1994-2007
(151) Vlees- en visproductie (niet gecorrigeerd voor slachterijen)	160%
(153) Aardappel-, groente- en fruitproductie	68%
(154) Oliën en vetten	202%
(155) Zuivelproducten	34%
(156) Graan- en zetmeelproducten	60%
(158) Voedingsmiddelen n.e.g.	126%
(159) Dranken	156%

Tabel 4 Relatieve importtrends

Trends in export

Absolute trends in de export⁴

De export in de voedingsmiddelenindustrie had in 1994 een absolute waarde van € 19,6 miljard die is toegenomen tot € 31,3 miljard in 2006 en is verder toegenomen tot € 35 miljard in 2007 (zie grafiek 4).

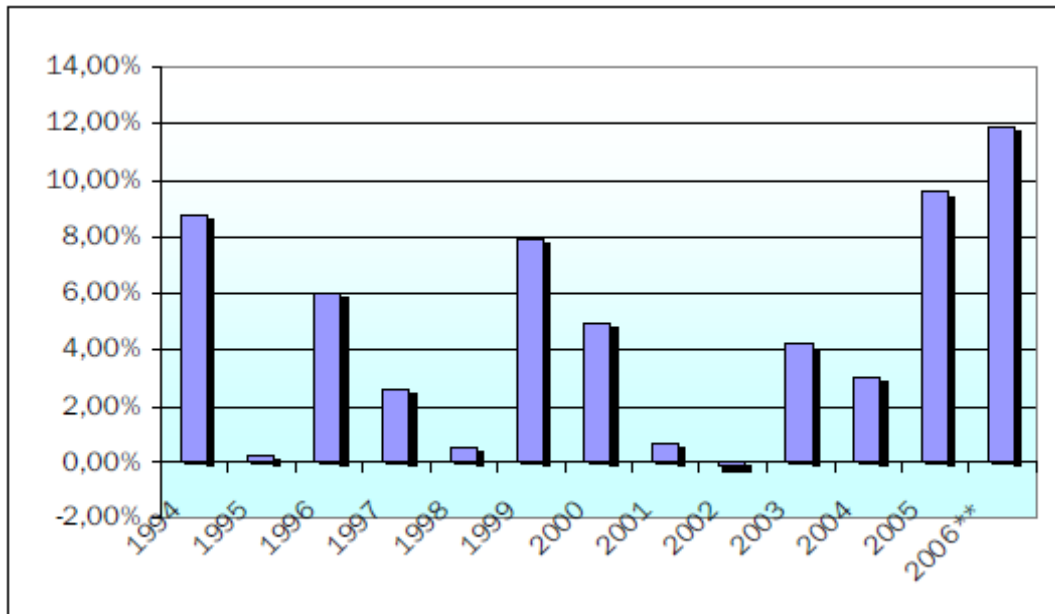


Grafiek 4 Export in absolute waarde.

Relatieve trends in de exportwaarde

Wat betreft de ontwikkeling van de exportwaarde in de voedingsmiddelenindustrie kan men in 2007 ten opzichte van 1994 een procentuele stijging waarnemen van 79 procent. Dit is een gemiddelde stijging van afgerond 5 procent per jaar. In 2007 is de exportwaarde ten opzichte van 2006 met meer dan 12 procent toegenomen (zie grafiek 5).

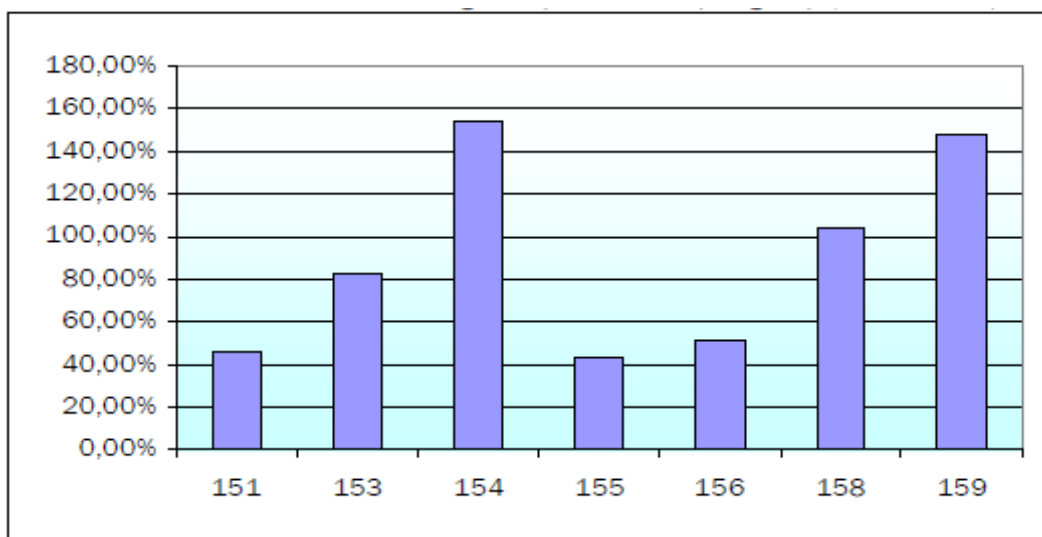
⁴ De exportwaarde is niet gecorrigeerd voor de bijdrage door slachterijen.



Grafiek 5 Export uitgedrukt in relatieve waarde.

Relatieve exporttrends op groepsniveau

Op groepsniveau zien we in de periode 1994-2007 een hele sterke stijging van de export in de groepen (154) Oliën en vetten (154%), (158) Voedingsmiddelen n.e.g. (104%) en (159) Dranken (148%). Voor een overzicht van alle relatieve exporttrends, zie grafiek 6 en Tabel 5.



Grafiek 6 Relatieve exporttrends

15 Vervaardiging voedingsmiddelen	Relatieve toename export in de periode 1994-2007
(151) Vlees- en visproductie (niet gecorrigeerd voor slachterijen)	46%
(153) Aardappel-, groente- en fruitproductie	83%
(154) Oliën en vetten	154%
(155) Zuivelproducten	43%
(156) Graan- en zetmeelproducten	52%
(158) Voedingsmiddelen n.e.g.	104%
(159) Dranken	148%

Tabel 5 Relatieve exporttrends