

SPREEK SMAKELIJK

• een open gesprek over voedsel •



VOORWOORD

Voedsel is van grote betekenis voor ons allemaal. Het is onze eerste en belangrijkste levensbehoefte, vormt de basis van onze gezondheid, het laat ons genieten en is deel van onze cultuur. Voedsel is daarnaast een belangrijke motor van economische groei. De Nederlandse levensmiddelenindustrie behoort tot de internationale top, is met een jaarlijkse omzet van 62 miljard euro één van de grootste industrieën van Nederland en zorgt voor bijna 100.000 voltijdsbanen.

De wereld verandert en de levensmiddelenindustrie verandert mee. De samenleving en de voedselketen staan samen voor grote uitdagingen zoals in duurzaamheid en gezondheid. De Nederlandse levensmiddelenindustrie heeft de afgelopen jaren op verschillende fronten bijgedragen aan het vinden van oplossingen en de sector is vastberaden om op deze ingeslagen weg door te gaan.

Ons onderzoek 'Spreek Smakelijk', uitgevoerd door Roland Berger in opdracht van de FNLI, laat zien hoe de levensmiddelenindustrie in Nederland er anno 2016 voor staat. Het bouwt voort op het rapport "De Stille Kracht: Route voorwaarts voor de Nederlandse levensmiddelenindustrie" uit 2010.

In 'Spreek Smakelijk' concluderen wij dat de levensmiddelenindustrie op koers ligt. Tegelijkertijd leggen wij de vinger op een gevoelige plek: er bestaat een afstand tussen de sector en de samenleving. De levensmiddelenindustrie bevindt zich in een dynamisch en complex krachtenveld van burger- en consumentenbehoeften, waarin spanningen optreden tussen maatschappelijke thema's enerzijds en het bedienen van de consument anderzijds. Bijvoorbeeld, het duurzaam voeden van een groeiende wereldbevolking die meer en anders eet; en het gezond houden van een vergrijzende bevolking die lekker wil eten. De levensmiddelenindustrie is op dit moment nog niet voldoende in staat om vertrouwen van de samenleving te winnen bij de keuzes en afwegingen die bedrijven maken in dit spanningsveld.

Om de concurrentiekracht van de levensmiddelindustrie op de lange termijn te versterken, is het cruciaal dat de samenleving vertrouwen in de sector heeft – en dat vertrouwen is op dit moment niet vanzelfsprekend. Een dialoog, waarin openheid als uitgangspunt fungeert en signalen, zorgen en vragen vanuit burgers serieus worden genomen, helpt om dit vertrouwen te versterken.

Daarom biedt 'Spreek Smakelijk' het startsein voor een beweging: 'Een open gesprek over voedsel'. De levensmiddelenindustrie slaat hiermee een weg in om intensiever in gesprek te gaan en samen op te trekken met consumenten, burgers, maatschappelijke organisaties, overheden en politiek om maatschappelijke uitdagingen aan te gaan, begrip voor elkaar te creëren, en dilemma's gezamenlijk op te lossen.

De FNLI gaat de komende periode veel van zich laten horen om dit open gesprek op gang te helpen. Wij hopen dat velen meedoen: Spreek Smakelijk!

Alexander Belderok, Roland Berger
Philip den Ouden, FNLI

VOEDSEL BETEKENT VEEL MEER DAN 'ETEN' ALLEEN

Voedsel staat ook voor emotie, economische groei en maatschappelijke uitdagingen



LEKKER GEZOND KLIMAAT
ONTMOETEN JEUGDSENTIMENT MILIEU
EXPERIMENTEREN HISTORIE INNOVATIE
ONTDEKKEN LEVENSBEOEFTE PROBEREN
SNACKEN BEDRIJF RELAXEN LIEFDE
FAMILIE NATUUR VRIENDSCHAP
SAMEN VAKANTIE STIMULEREN
GEVOEL AFKOMST OVERVOED
EROTISCH GELUK SCHAARSTE
ONGEZOND GEZELLIGHEID
CULTUUR KUNST DIEREN
OVERLEVEN SPELEN GENIETEN
ZINVOL VRIJHEID FEEST PRIKKELEND
CREATIVITEIT ONTMOETEN RIJKDOM
SMAAK GELUK BAAN PASSIE
ECONOMIE GRONDSTOFFEN

DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE PRESENTEERDE IN 2010 IN 'DE STILLE KRACHT' EEN SOCIAALECONOMISCHE AGENDA VOOR DE LANGE TERMIJN

De Stille Kracht (2010)

DE STILLE KRACHT ROUTE VOORWAARTS VOOR DE NEDERLANDSE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE



Charter van de Nederlandse levensmiddelenindustrie

- ▶ Blijvend investeren in de concurrentiekracht van de levensmiddelenindustrie als drijver van de Nederlandse economie
- ▶ Samenwerken aan een sterke agrofoodketen
- ▶ Borgen en stimuleren van open handel en grondstofzekerheid
- ▶ Inspelen op de behoeften van de consument en maatschappelijke thema's als gezondheid en duurzaamheid
- ▶ Intensiveren van innovatieactiviteiten in de levensmiddelenindustrie
- ▶ Creëren van het beste vestigingsklimaat in Europa

Werkgebieden FNLI

- ▶ Concurrentiekracht
- ▶ Efficiënte ketens
- ▶ Verduurzaming
- ▶ Gezondheid
- ▶ Veiligheid & regelgeving





'DE STILLE KRACHT' WERKT AAN DEZE LANGE-TERMIJNAGENDA, MAAR WEET DIE ONVOLDOENDE OM TE ZETTEN IN VERTROUWEN VANUIT DE SAMENLEVING

- 1 BELOFTE:** De internationale markt voor levensmiddelen groeit sterk door stabiele sociaaleconomische krachten
- 2 KRACHT:** De Nederlandse levensmiddelenindustrie behoort tot de internationale top en is van groot belang voor de Nederlandse economie
- 3 SPANNING:** De levensmiddelenindustrie wordt beïnvloed door een dynamisch en complex krachtenveld van burger- en consumentenbehoeften waarin spanningen ontstaan tussen enerzijds bijdragen aan maatschappelijke thema's zoals duurzaamheid en gezondheid en anderzijds het optimaal bedienen van de consument
- 4 KOERS:** De levensmiddelenindustrie heeft veel bereikt, houdt koers en werkt samen aan verantwoordelijke oplossingen voor bovengenoemde spanningen
- 5 WANTROUWEN:** De levensmiddelenindustrie weet belofte, kracht en koers onvoldoende om te zetten in vertrouwen, en heeft nog geen goed antwoord op voedselincidenten en verspreiding van wantrouwen via (social) media
- 6 GESPREK:** De Nederlandse levensmiddelenindustrie moet veel meer in gesprek treden met burger en consument om de agenda te versterken en vertrouwen te verdienen



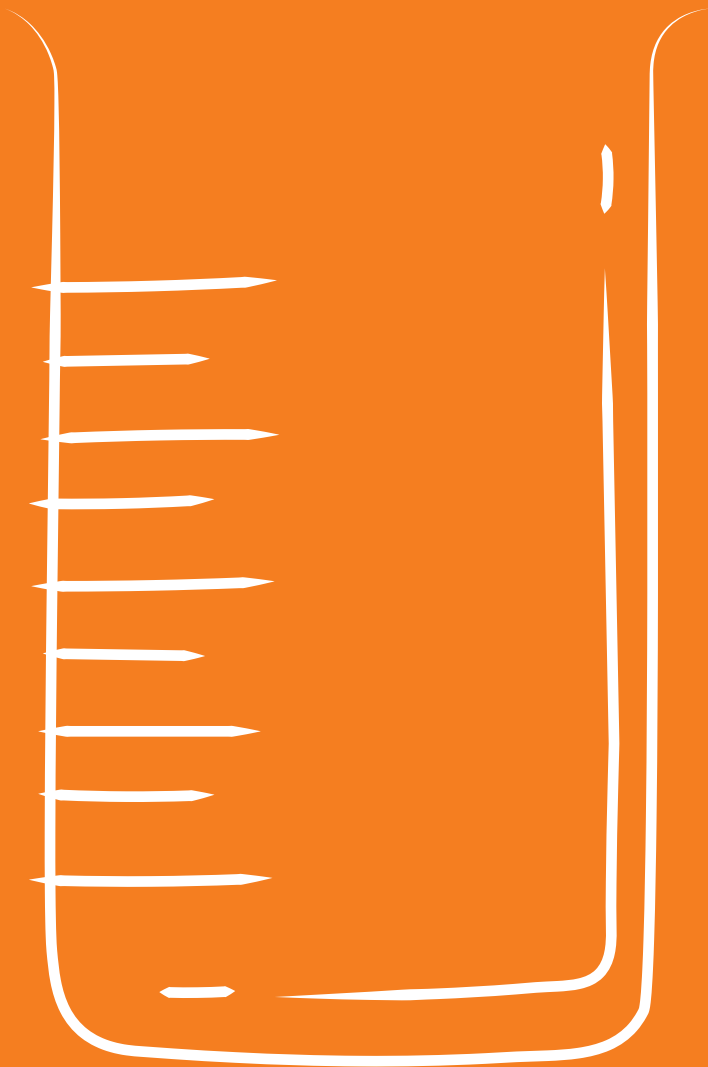
DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE MOET MEER IN GESPREK TREDEN MET DE SAMENLEVING OM DE AGENDA TE VERSTERKEN EN VERTROUWEN TE VERDIENEN

Een open gesprek over voedsel

- **PARTICIPATIE:** Gesprekken over voedsel initiëren, participeren in gesprekken, en verhalen en informatie delen; niet controleren
- **TRANSPARANTIE:** Transparantie bieden over wat de levensmiddelenindustrie doet en hoe zij dat doet; aan iedereen die daarin is geïnteresseerd
- **BEGRIJP:** Niet alleen vertellen over het ‘wat’ en ‘hoe’ van de levensmiddelenindustrie, maar ook ingaan op het ‘waarom’
- **TOEGANKELIJKHEID:** Open staan voor alle input, kritiek en initiatieven uit de maatschappij en het eigen bedrijf; duidelijk maken waar geïnteresseerden terecht kunnen voor dialoog, reacties of samenwerking

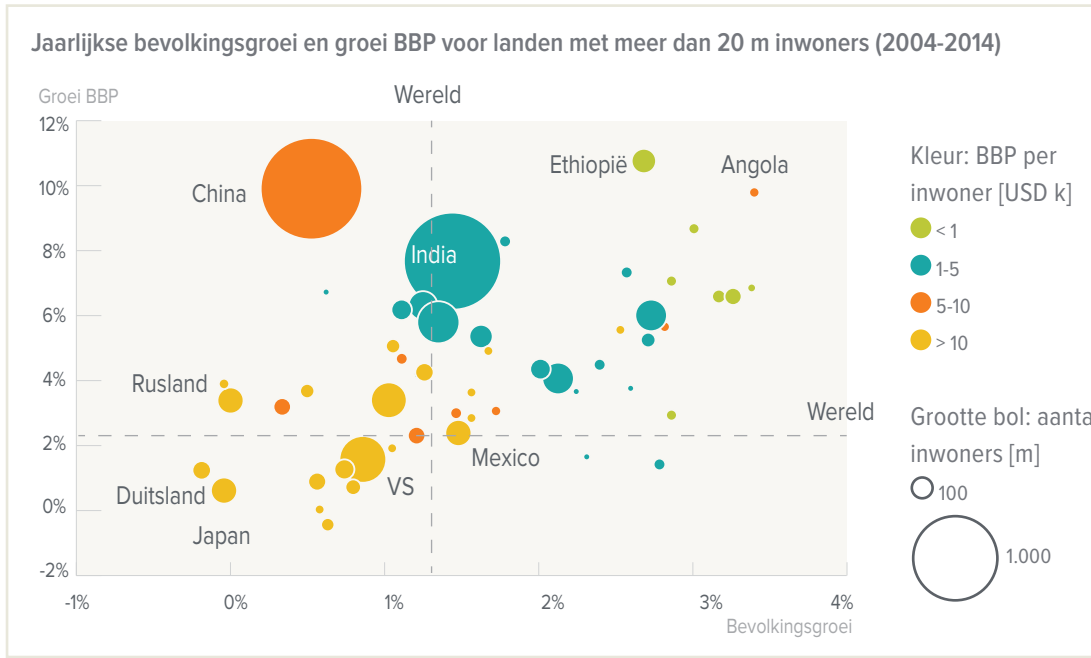
01

Belofte

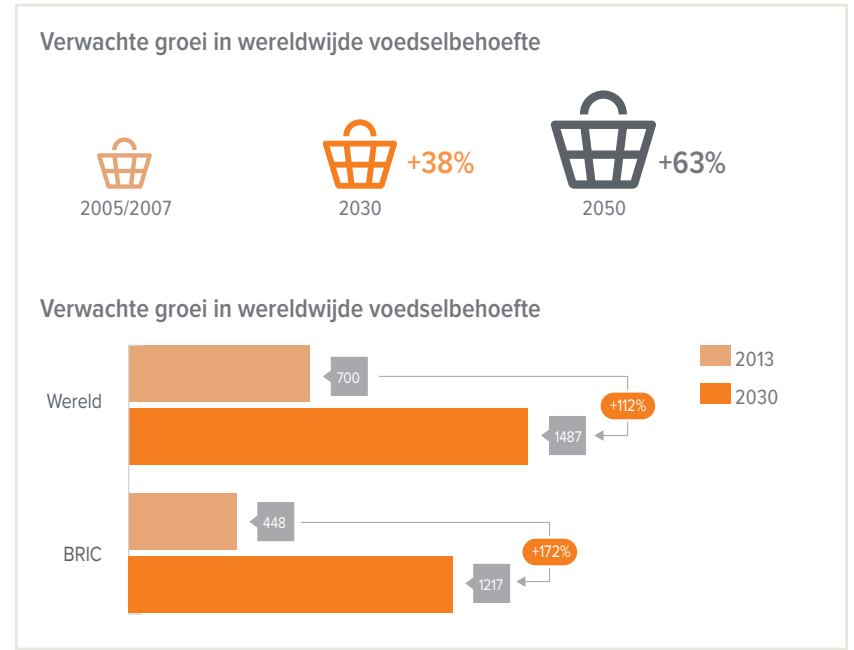


DE INTERNATIONALE MARKT VOOR LEVENSMIDDELEN GROEIT STERK DOOR STABIELE SOCIAALECONOMISCHE KRACHTEN

GROEIENDE WERELDBEVOLKING EN WELVAART

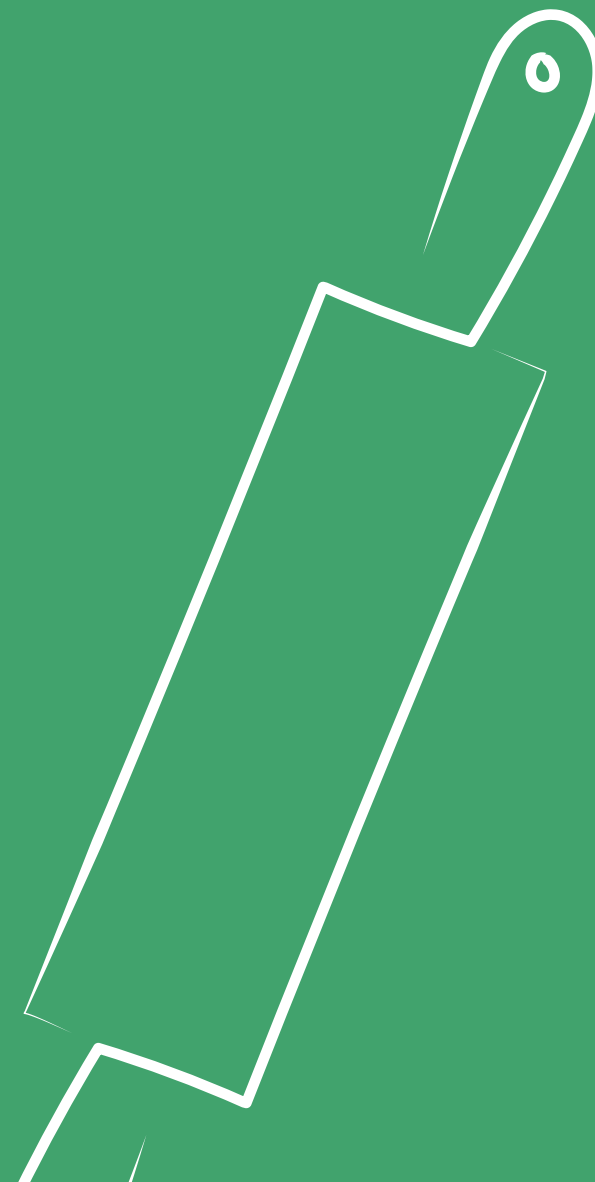


TOENAME VOEDSELCONSUMPTIE EN UITGAVEN



02

Kracht





DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE IS VAN GROOT BELANG VOOR DE NEDERLANDSE ECONOMIE

Economische impact van de levensmiddelenindustrie

- Eén van de **grootste industrieën van Nederland**, goed voor 17-20% van de omzet, werkgelegenheid en toegevoegde waarde
- **~5.500 bedrijven** waarvan vier in de internationale top 30 van grootste levensmiddelenbedrijven - het MKB is goed voor 64% van de werkgelegenheid en 47% van de omzet
- Fundamentele schakel in de Nederlandse **agrofoodketen** - de keten schept **10% van de Nederlandse werkgelegenheid**
- De agrofoodketen **exporteert voor EUR 51 miljard** aan producten (**~70%** verwerkt) wereldwijd
- De agrofoodketen neemt **~30% van de totale Nederlandse handelsbalans** voor haar rekening



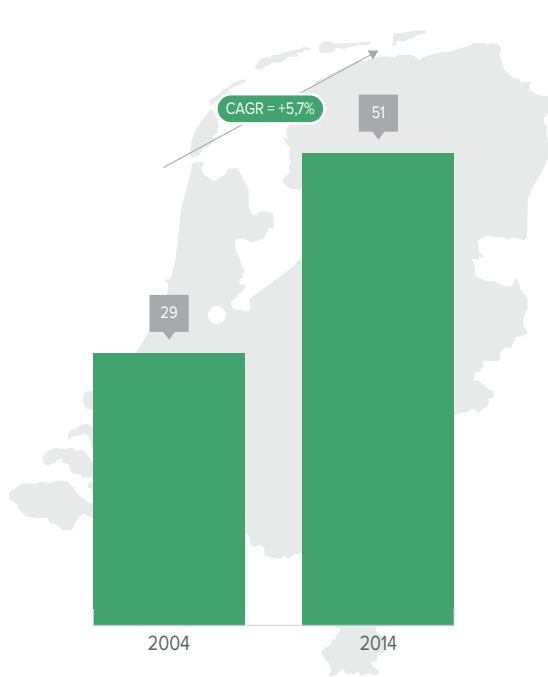
DE NEDERLANDSE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE BEHOORT TOT DE INTERNATIONALE TOP

Vergelijking met het buitenland

- 3^e plaats voor omzet per inwoner in Europa
- Bedrijven investeren ongeveer EUR 400 m per jaar in R&D en dat bedrag is de afgelopen jaren toegenomen
- R&D-intensiteit van de Nederlandse levensmiddelenindustrie behoort tot de hoogste in Europa
- 1^e plaats voor Wageningen UR in de categorie landbouw in de NTU ranking, en 3^e plaats in de categorie landbouw en bosbouw in de toonaangevende QS World University Rankings 2015

DE NEDERLANDSE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE IS AFHANKELIJK VAN TOEGANG TOT INTERNATIONALE MARKTEN EN EEN GELIJK SPEELVELD IN EUROPA

Export van Nederlandse agrofoodketen [EUR mld]¹⁾



80%
van export
naar Europese landen

20%
van export
naar landen buiten Europa

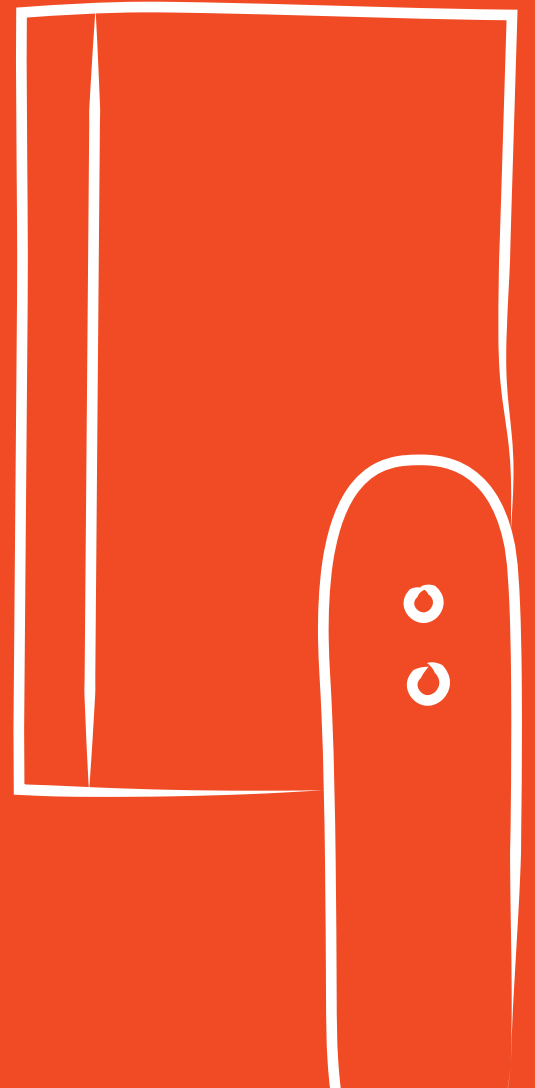
Levensaders van de levensmiddelenindustrie:

- ▶ Vrije toegang tot internationale markten
- ▶ Gelijk speelveld: eenduidige Europese wetgeving en uitvoering
- ▶ Geen onnodige administratieve lasten

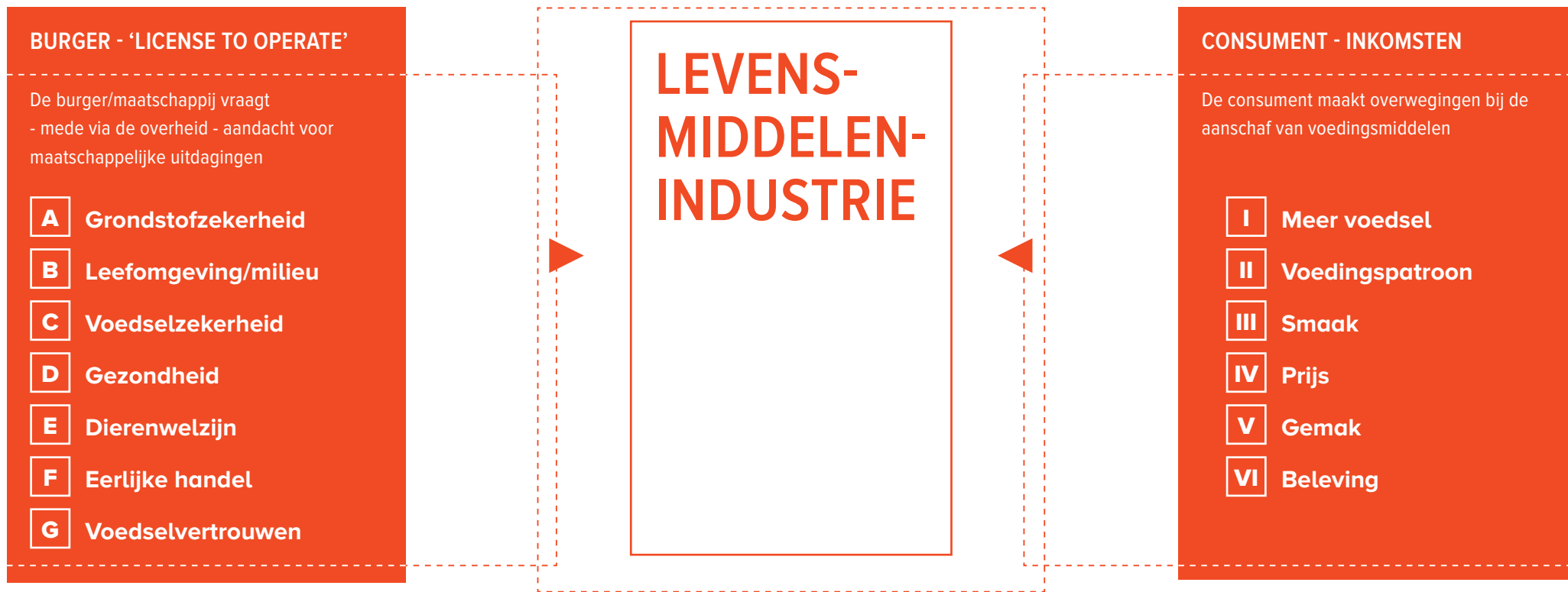
1) Exclusief tabaksindustrie en voedselproductie voor boerderijdieren

03

Spanning



DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE WORDT BEÏNVLOED DOOR EEN DYNAMISCH EN COMPLEX KRACHTENVELD VAN BURGER- EN CONSUMENTENBEHOEFTE



IN DIT KRACHTENVELDVELD ONTSTAAN SPANNINGEN TUSSEN BIJDRAGEN AAN MAATSCHAPPELIJKE THEMA'S EN HET BEDIENEN VAN DE CONSUMENT

Voorbeelden

	BURGER - VRAAGT AANDACHT VOOR MAATSCHAPPELIJKE UITDAGINGEN	CONSUMENT - MAAKT OVERWEGINGEN BIJ AANSCHAF VAN VOEDINGSMIDDELEN
Duurzaam voeden van een groeiende wereldbevolking die meer en anders eet	Overbelasting omgeving en grondstoffen <ul style="list-style-type: none"> ▶ Voetafdruk mondiale consumptie 1,5 aardes ▶ 10% EU broeikasuitstoot door landbouw 	Meer consumenten, ander voedingspatroon <ul style="list-style-type: none"> ▶ 63% grotere mondiale voedselbehoefte in 2050 ▶ 29% dierlijk in dieet ontwikkelingslanden 2050
Gezond houden van een vergrijzende bevolking die lekker wil eten	Ouder, zieker en hogere zorgkosten <ul style="list-style-type: none"> ▶ 43% Nederlanders overgewicht/obesitas ▶ 5% jaarlijkse groei zorgkosten in NL '01-'14 	Smaak en prijs belangrijker dan gezondheid <ul style="list-style-type: none"> ▶ 94% Nederlanders kiest o.a. o.b.v. smaak ▶ 65% Nederlanders kiest o.a. o.b.v. gezond
Borgen van dierenwelzijn en eerlijke handel in een prijsbewuste markt	Dierenwelzijn, eerlijke handel veel besproken <ul style="list-style-type: none"> ▶ <i>"Dierenwelzijn weegt zwaar bij partijkeuze"</i> ▶ 84% Nederlanders wil eerlijke banaan 	Prijsbewust, goede bedoelingen ten spijt <ul style="list-style-type: none"> ▶ 86% Nederlanders kiest o.a. o.b.v. prijs ▶ 21% Nederlanders kiest o.a. o.b.v. keurmerk
Balanceren verpakkingsafval, voedselverspilling en gemak	Afvalreductie en tegengaan verspilling <ul style="list-style-type: none"> ▶ 88% NL stoot zich aan zwerfafval van eten ▶ 12% voedsel in Westen verspild bij consument 	Bereid te betalen voor gemak <ul style="list-style-type: none"> ▶ ~300% hogere prijs voor diverse voorgesneden verpakte groente t.o.v. onverpakt

04

Koers



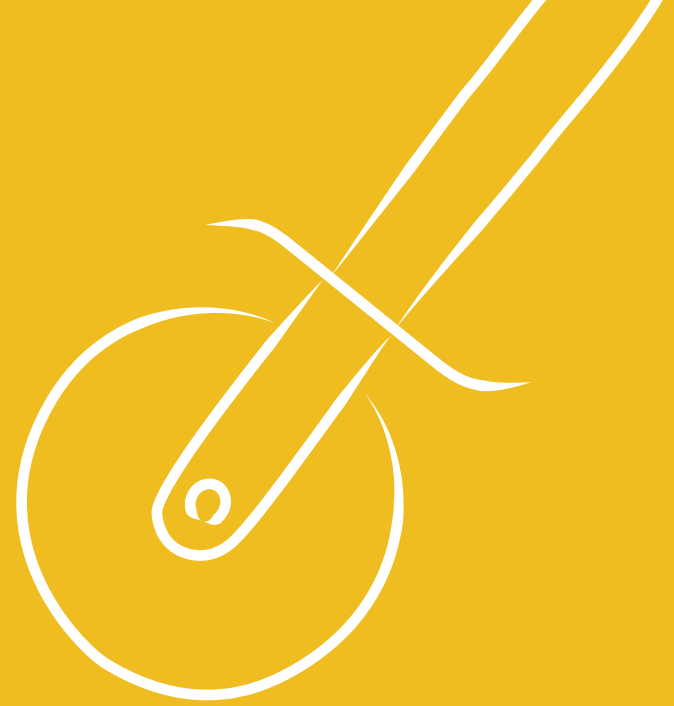
DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE HEEFT VEEL BEREIKT, HOUDT KOERS EN WERKT SAMEN AAN VERANTWOORDELIJKE OPLOSSINGEN VOOR DEZE SPANNINGEN

Voorbeeld van maatschappelijke initiatieven

INITIATIEVEN	PARTICIPANTEN	DOELSTELLINGEN	RESULTATEN TOT OP HEDEN
Jongeren Op Gezond Gewicht	(Lokale) samenwerking tussen gemeenten, NGO's, en bedrijfsleven waaronder de levensmiddelenindustrie	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Aanduidbare stijging aantal jongeren op gezond gewicht ▶ 1 miljoen kinderen en jongeren bereiken in 2020 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Meer dan 100 participerende gemeenten ▶ Lokaal 10 tot 20% daling van kinderen met overgewicht
Akkoord Verbetering Productsamenstelling	Ministerie van VWS, FNLI, CBL, Veneca en KHN	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Verminderen van zout, verzadigd vet, en calorieën (suiker en vet) in producten ▶ Maximumnormen per productcategorie 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Doelen en afspraken voor 10 productcategorieën vastgelegd ▶ Onder andere 30% minder zout in groentenconserven en peulvruchten
Agenda Verduurzaming Voedsel	Ministerie van EZ en Alliantie Verduurzaming Voedsel (LTO, FNLI, CBL, Veneca en KHN)	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Significant duurzamere productie en distributie in 2020 ▶ Vermindering voedselverspilling in 2020 t.o.v. 2013 	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Jaar tegen Voedselverspilling 2014 leidt tot veel initiatieven ▶ Focus 2015 op monitoring en belemmeringen regelgeving
Plastic Heroes	Verpakkend bedrijfsleven, vertegenwoordigd in Afvalfonds Verpakkingen, en gemeenten	In 2017 52% van plastic verpakkingsafval recycleren	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Inzameling en recycling van 130 kton plastic afval in 2014 ▶ Doelstelling 2014 (44%) ruimschoots gehaald

05

Wantrouwen



TOCH RESONEERT HET VERHAAL VAN DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE ONVOLDOENDE

FTM

19 juni 2015
 HOE DE VOEDINGSINDUSTRIE ONZE SMAAK
 VERPEST

HP/DE TIJD

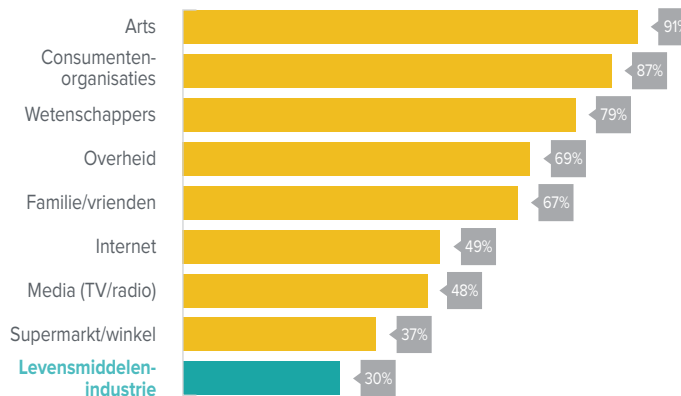
22 juni 2015
 WAAROM DE BIEFSTUK OP UW BORD
 SJOEMELVLEES IS

VOLKSKRANT

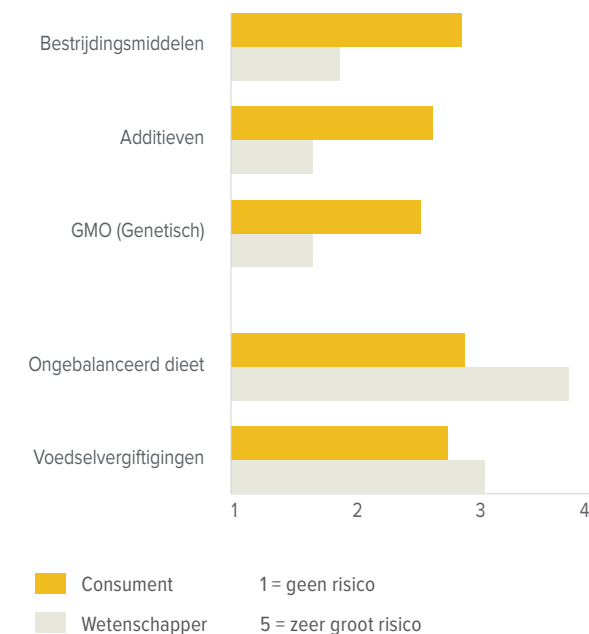
3 oktober 2015
 DE ZOETE LEUGENS VAN DE
 VOEDINGSINDUSTRIE

VERTROUWEN IN INFORMATIEVOORZIENING OVER VOEDSELRISICO'S, 2010

Aandeel van Nederlandse bevolking dat informatievoorziening over serieuze voedselrisico's vertrouwt gegeven de bron van informatie



INSCHATTING GEZONDHEIDSRISICO'S, 2011



DISCUSSIES OVER DE REGULERING VAN VOEDINGSMIDDELEN ZIJN TALRIJK

Voorbeelden van berichtgeving in de media

DE TELEGRAAF

27 januari 2014
PVDA AAN DE SLAG MET 'ZOUTWET'

DEN HAAG – Om zeker te weten dat het echt wat wordt met de afspraak om minder zout in voedsel te verwerken, komt PvdA met een wetsvoorstel. Tweede Kamerlid Agnes Wolbert kondigde dat maandag aan.

EENVANDAAG

11 februari 2015
'HERKOMST VLEES MOET DUIDELIJK ZIJN VOOR CONSUMENT'

Consumenten moeten kunnen achterhalen uit welk land het vlees komt dat bijvoorbeeld in kant-en-klare lasagne en pizza zit. De herkomst moet op het etiket staan van levensmiddelen waarin vlees is verwerkt.

AD.NL

2 december 2015
PVDA WIL VERBOD OP 'KILOKNALLERS'

De PvdA wil een verbod op kiloknallers. Door de populaire grootverpakkingen met spotgoedkoop vlees worden boeren gedwongen hun vee te fokken tegen de laagst mogelijke kosten. De partij noemt dat 'onverantwoord' en eist maatregelen van het kabinet.

BNR

10 september 2015
CARDIOLOGEN: VERBOD FRISDRANK IN SCHOLEN EN SPORTKANTINES

De Europese Vereniging van cardiologen pleit ervoor om frisdrank in sportkantines en op scholen te weren. Wie iedere dag frisdrank drinkt heeft 20 tot 35 procent meer kans op een hartinfarct, blijkt uit recent onderzoek.

NU.NL

23 april 2015
CHRISTENUNIE WIL OOK STATIEGELD OP KLEINERE PET-FLESJES

De ChristenUnie wil niet alleen dat het statiegeld op grote plastic flessen blijft bestaan, maar ook dat dit wordt ingevoerd voor kleinere PET-flesjes.

HET PAROOL

1 oktober 2015
AMSTERDAM BINDT STRIJD AAN MET KINDERMARKETING

De gemeente Amsterdam bindt de strijd aan met reclames voor ongezonde voeding die zich richten op kinderen. Als eerste gemeente in Nederland heeft zij zich aangesloten bij de Alliantie Stop Kindermarketing.

VOEDSELINCIDENTEN ZETTEN HET VERTROUWEN IN VOEDSEL EN DE INDUSTRIE VERDER ONDER DRUK

Voorbeelden van voedselincidenten

EHEC-CRISIS, 2011

"Agressieve EHEC-bacterie op kiemgroenten in Duitsland"

- ▶ De EHEC-epidemie in Noord-Duitsland leidt tot circa 50 dodelijke slachtoffers en enkele duizenden zieken, waarschijnlijk door een besmetting van lokaal geteelde biologische taugé
- ▶ Financiële schade in Nederland ruim EUR 300 m voor telers, handelaren en exporteurs van glas- en kiemgroenten

SALMONELLA-ZALM, 2012

"Recall zalm vanwege salmonella"

- ▶ Een salmonellabacterie in gerookte zalmproducten veroorzaakt een infectieziekte-uitbraak tussen juli 2012 en januari 2013
- ▶ De uitbraak leidt tot 1149 zieken en 4 doden in Nederland

PAARDENVLEESSCHANDAAL, 2013

"50 miljoen kilo rundvlees verdacht"

- ▶ Ruim 300 ton paardenvlees uit Nederland, Ierland en Engeland wordt in Nederland verwerkt als rundvlees
- ▶ NVWA roept 50 miljoen kg rundvlees terug in verband met de onduidelijke herkomst

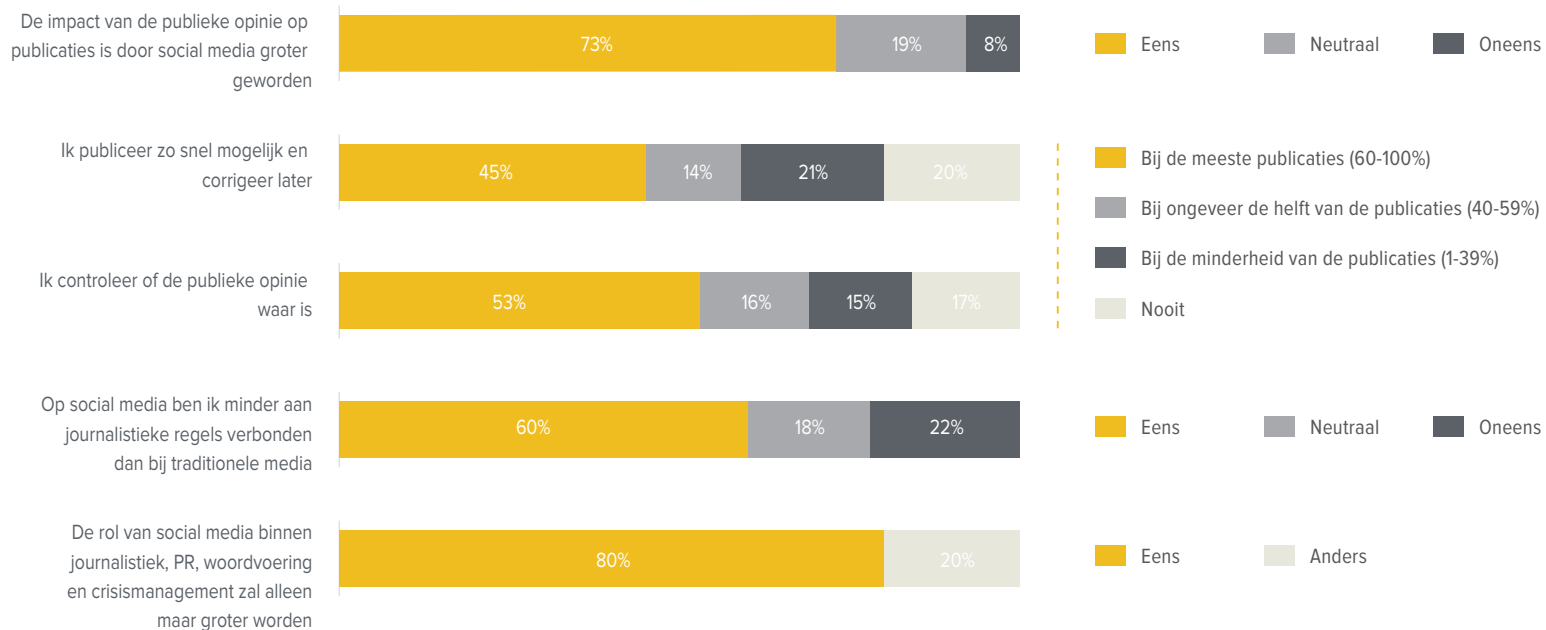
OPNIEUW GROTE HOEVEELHEID NAMAAKVOEDSEL AANGETROFFEN, 2016

"Grote hoeveelheid namaak eten en drinken in Interpol-Europol operatie"

- ▶ Operatie Opson V in november 2015 t/m februari 2016 van INTERPOL-Europol in 57 landen, heeft meer dan 10.000 ton namaak voedsel onderschept, waaronder suiker en olijen

IN SOCIAL MEDIA VERTROEBELT DE GRENS TUSSEN FEITEN EN EMOTIE - ZE VERSPREIDEN NIEUWS SNEL EN MAKEN COMMUNICATIE ONCONTROLEERBAAR

Uitkomst enquête over social media onder journalisten



06

Gesprek





DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE MOET MEER IN GESPREK TREDEN MET DE SAMENLEVING OM DE AGENDA TE VERSTERKEN EN VERTROUWEN TE VERDIENEN

Een open gesprek over voedsel

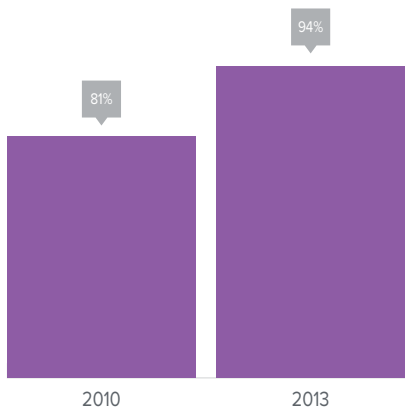
- **PARTICIPATIE:** Gesprekken over voedsel initiëren, participeren in gesprekken, en verhalen en informatie delen; niet controleren
- **TRANSPARANTIE:** Transparantie bieden over wat de levensmiddelenindustrie doet en hoe zij dat doet; aan iedereen die daarin is geïnteresseerd
- **BEGRIP:** Niet alleen vertellen over het ‘wat’ en ‘hoe’ van de levensmiddelenindustrie, maar ook ingaan op het ‘waarom’
- **TOEGANKELIJKHEID:** Open staan voor alle input, kritiek en initiatieven uit de maatschappij en het eigen bedrijf; duidelijk maken waar geïnteresseerden terecht kunnen voor dialoog, reacties of samenwerking

DIGITALISERING BIEDT KANSEN OM HET GESPREK MET DE SAMENLEVING TE VERBETEREN...

Digitale kansen

BEREIK

Bereiken van een groot deel van de samenleving

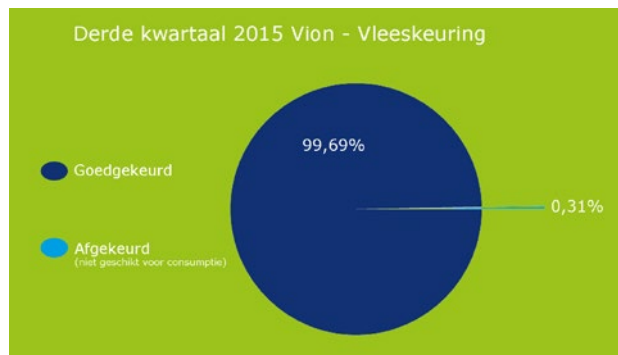


Beschikbaarheid internet in Nederland [% bevolking]

Bron: Worldbank [Beschikbaarheid internet]; Vion; Foodlog

TRANSPARANTIE

Borgen en delen van informatie over bv. keten, herkomst en kwaliteit



"Vion zet resultaten vleeskeuring online"

23 oktober 2014

PARTICIPATIE

Zelf en direct deelnemen aan discussies in de samenleving en eigen ervaringen delen



"Social media is the ultimate equalizer. It gives a voice and a platform to anyone willing to engage."

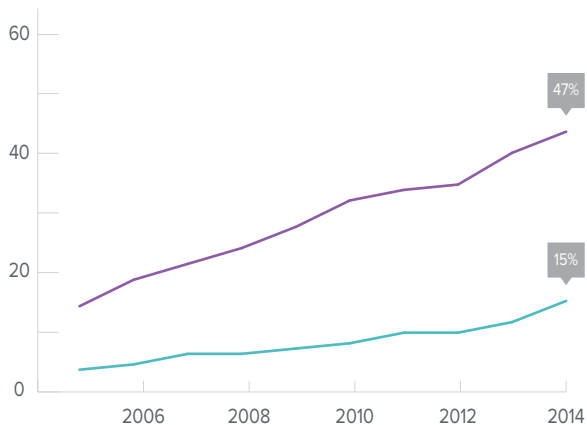
Amy Jo Martin (auteur en social media ondernemer)

...EN KANSEN OM DE CONSUMENT TE BEREIKEN EN TE BEDIENEN

Digitale kansen

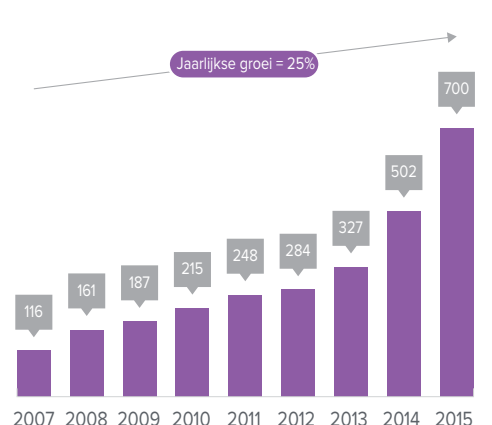
BEREIKEN

Online-aankoop [% van internetgebruikers p/j]



— Kleding
— Levensmiddelen

Omzet onlineverkoop levensmiddelen [EUR m]¹⁾



1) Meetmethode vanaf 2014 wijkt af van die van voor 2014

BEDIENEN



"Bio+ introduceert **boercode** op Bio+ kip. Door deze code kun je achterhalen wanneer de kip uit het ei gekomen is, bij welke boer de kip is opgegroeid en wanneer de kip is geslacht en verpakt."

06 februari 2014

Waar komt uw vis vandaan?

Ontdek nu waar uw Iglo vis vandaan komt, vul hieronder de **Herkomstcode** in. U kunt de code vinden op de zijkant van de verpakking, naast de houdbaarheidsdatum.



Digitaal etiket



QR-codes



Digitaal betalen



Path intelligence



Boodschappenlijsten

Appendices met analyses



Appendix A:

Economisch belang
Nederlandse
levensmiddelenindustrie

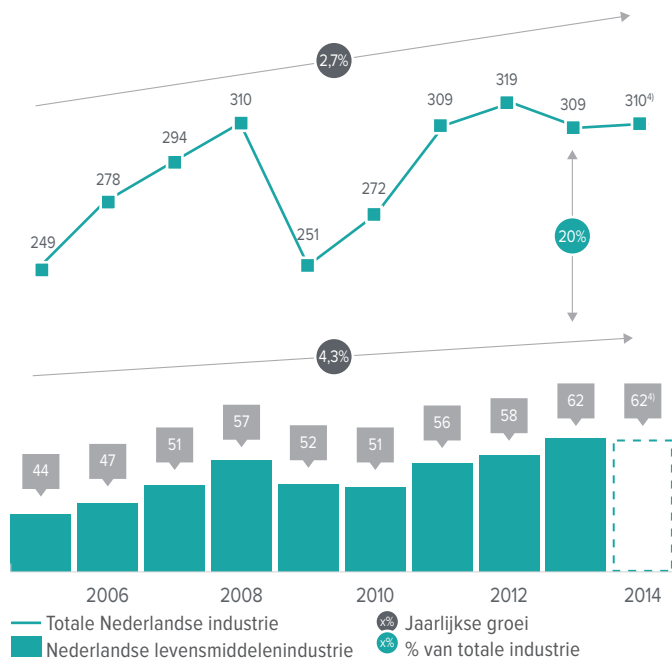


Appendix A

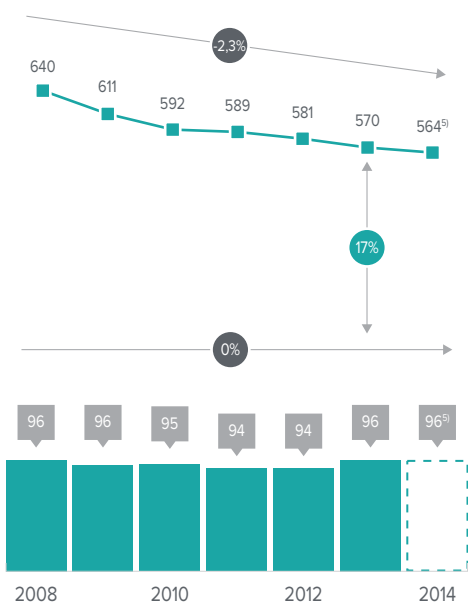
DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE IS MET 17-20% VAN OMZET, WERKGELEGENHEID EN TOEGEVOEGDE WAARDE ÉÉN VAN DE GROOTSTE INDUSTRIËN VAN NEDERLAND

Cijfers levensmiddelenindustrie¹⁾ en totale Nederlandse industrie

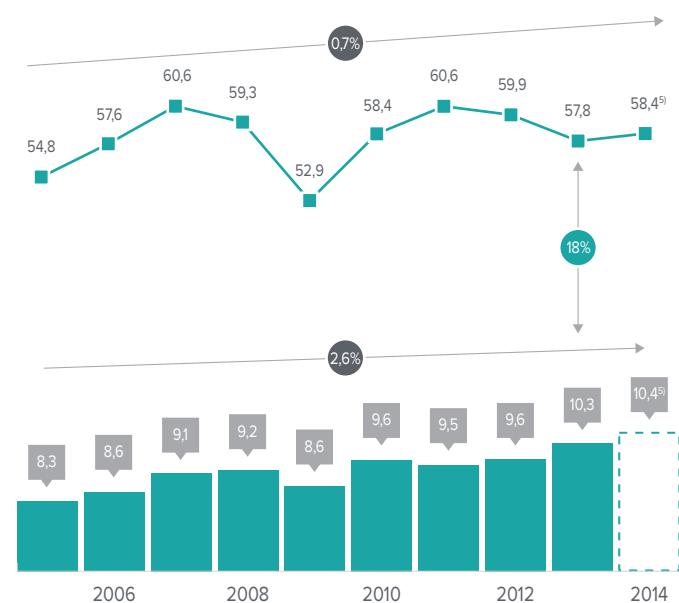
OMZET [EUR MLD]



WERKGELEGENHEID²⁾ [1000 FTE]



TOEGEVOEGDE WAARDE³⁾ [EUR MLD]



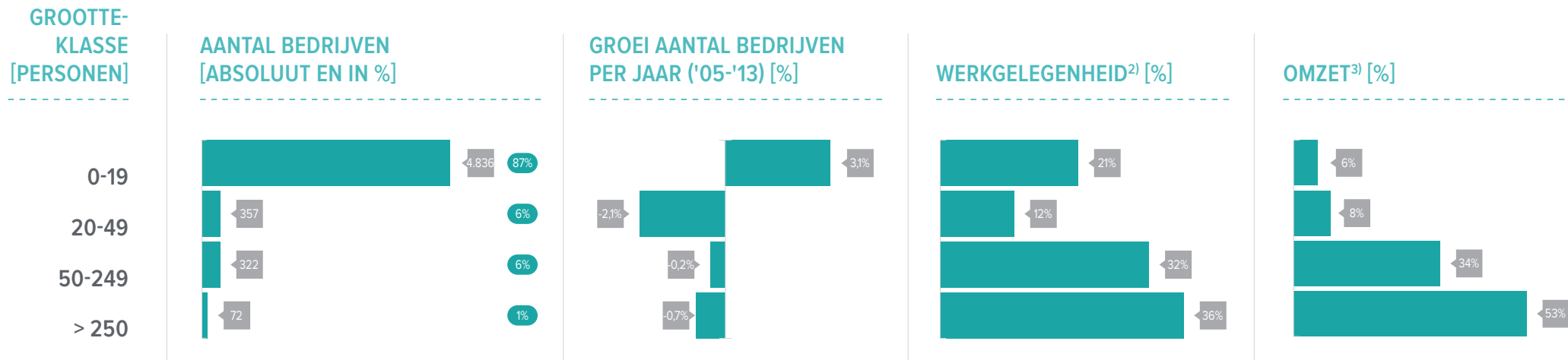
1) Exclusief tabaksindustrie en voedselproductie voor boerderijdieren; voor invulling van ontbrekende cijfers is gebruik gemaakt van inter- en extrapolatie;

2) Werkgelegenheid omvat FTE werknemers in loondienst; 3) Toegevoegde waarde tegen factorkosten; 4) Voorlopige cijfers (feb. 2016); 5) Op basis van voorlopige groei-indices

Appendix A

DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE BESTAAT UIT 5.500 BEDRIJVEN - HET MKB IS GOED VOOR 64% VAN DE WERKGELEGENHEID EN 47% VAN DE OMZET

Cijfers levensmiddelenindustrie per grootteklasse¹⁾, 2013



BEDRIJVEN

- ▶ 9% van alle Nederlandse productiebedrijven behoort tot de levensmiddelenindustrie
- ▶ Vier Nederlandse bedrijven staan in de internationale top 30 van levensmiddelenbedrijven met de hoogste omzet: Unilever, Heineken, FrieslandCampina en Vion
- ▶ Unilever, Heineken en FrieslandCampina staan ook in de nationale top 25 van bedrijven met de hoogste omzet

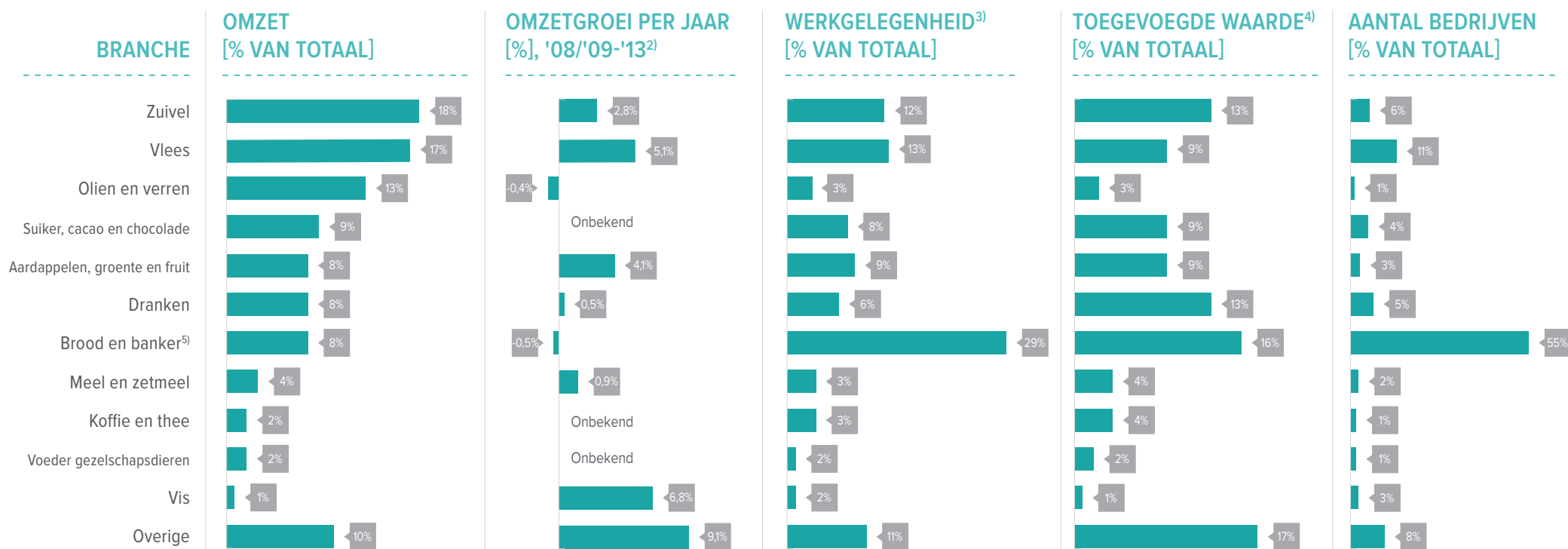
1) Exclusief tabaksindustrie, inclusief bedrijven in voedselproductie voor boerderijdieren; totalen tellen niet altijd op tot 100% door afronding;

2) Werkgelegenheid omvat FTE werknemers in loondienst; 3) Voor invulling ontbrekende cijfers is gebruik gemaakt van extrapolatie

Appendix A

DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE BESTAAT UIT DIVERSE BRANCHES DIE ONDERLING VERSCHILLEN IN GROOTTE EN DYNAMIEK

Cijfers levensmiddelenindustrie per branche, 2013¹⁾



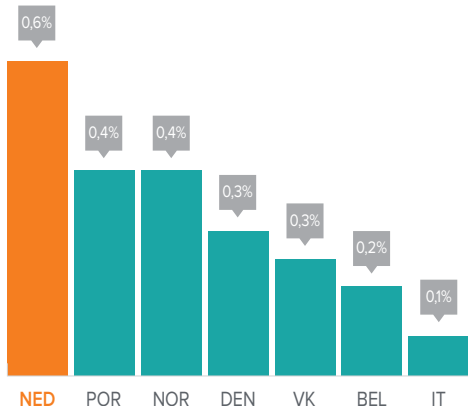
1) Exclusief tabaksindustrie en voedselproductie voor boerderijdieren; voor invulling van ontbrekende cijfers is gebruik gemaakt van inter- en extrapolatie; totalen tellen niet altijd op tot 100% door afronding; 2) Jaarlijkse groei over 4 of 5 jaar op basis van beschikbaarheid data; 3) Werkgelegenheid omvat FTE werknemers in loondienst; 4) Toegevoegde waarde tegen factorkosten; 5) De relatief grote percentages bij brood en banket worden mede veroorzaakt doordat deze groep ook de bakkersbedrijven bevat die direct aan de consument leveren

Appendix A

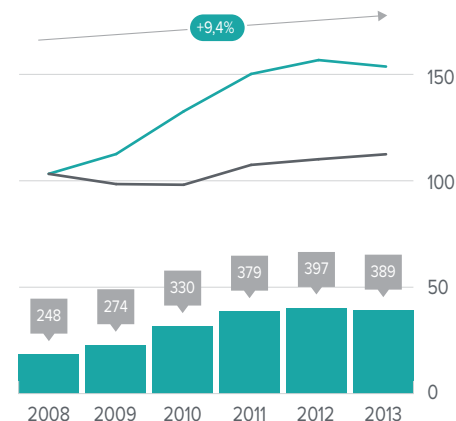
DE NEDERLANDSE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE INVESTEERT VEEL IN R&D - KENNISINSTELLINGEN VOOR LANDBOUW ZIJN WERELDWIJD TOONAANGEVEND

R&D-INVESTERINGEN LEVENSMIDDELENINDUSTRIE¹⁾

R&D-intensiteit²⁾ levensmiddelenindustrie van enkele landen in Europa, 2013 [%]



R&D-uitgaven industrie in Nederland, 2008-2012 [2008 = 100]



— Industrie (index)
— Levensmiddelenindustrie (index)
■ Levensmiddelenindustrie [EUR m]
ⓧ% Jaarlijkse groei '08-'13

KENNIS- EN INNOVATIE-INFRASTRUCTUUR VOOR VOEDSEL

WAGENINGEN UR

Wereldwijd toonaangevend in **voeding & landbouw**

► **Tweede plaats** in categorie Agriculture and Forestry van QS World University Rankings 2015

► **Beste universiteit ter wereld** in categorie Agriculture volgens National Taiwan University (2014)

TOPSECTOR EN TKI AGRI & FOOD

Nationaal programma waarin overheid, bedrijfsleven en kennisinstellingen samenwerken om de ontwikkeling van nieuwe kennis en innovaties te stimuleren.

FOOD VALLEY NL

Cluster van innovatieve bedrijven en universiteiten in voedsel; werkt samen met de industrie rondom energie- en waterreductie, eiwitbronnen, verspilling en productiviteitsverhoging

TI FOOD & NUTRITION

Internationaal toonaangevend publiekprivaat onderzoeksinstituut rondom levensmiddelen

1) Voeding en drank, inclusief diervoeder, exclusief tabak 2) R&D-intensiteit is ratio tussen de totale R&D-uitgaven en de omzet; landen o.b.v. beschikbaarheid cijfers

Appendix A

DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE IS EEN FUNDAMENTELE SCHAKEL IN EEN PRODUCTIEKETEN DIE 10% VAN DE WERKGELEGENHEID IN NEDERLAND SCHEPT

Agrofoodketen en cijfers levensmiddelenindustrie

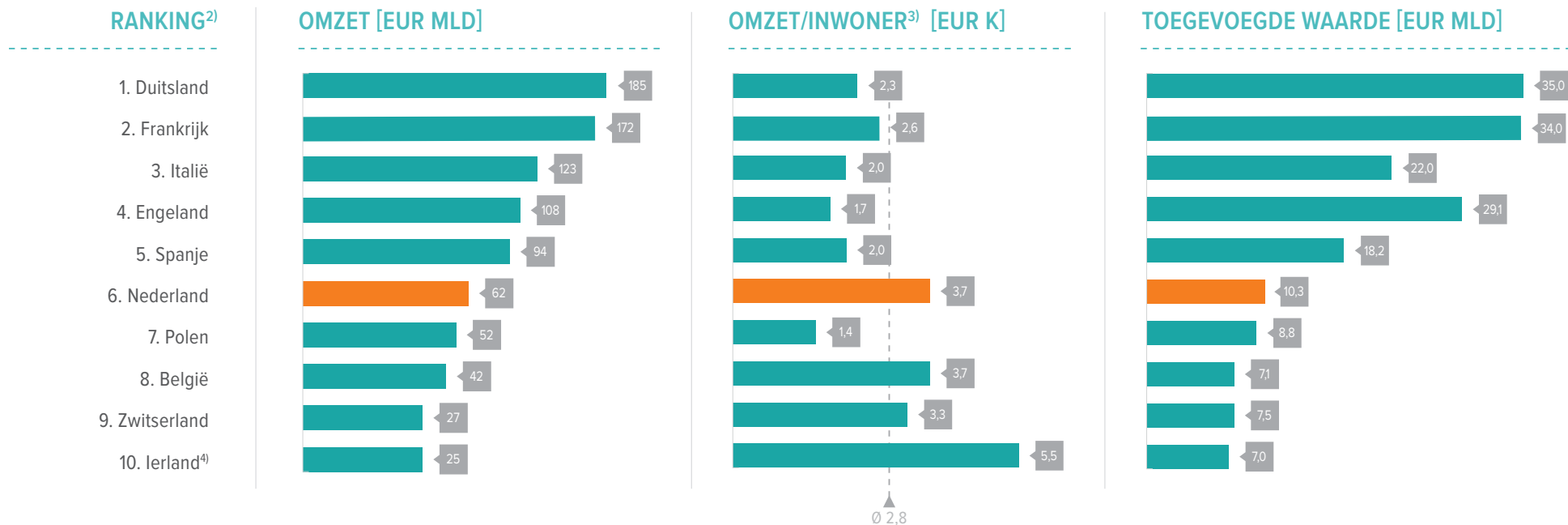


1) Exclusief tabaksindustrie en voedselproductie voor boerderijdieren; voor invulling van ontbrekende cijfers is gebruik gemaakt van inter- en extrapolatie

Appendix A

DE OMZET VAN DE NEDERLANDSE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE IS GOED VOOR EEN ZESDE PLAATS IN DE EU, DE PER INWONER OMZET IS ÉÉN VAN HOOGSTE

Ranking levensmiddelenindustrie in EU-28 landen¹⁾, 2013



► De Nederlandse levensmiddelenindustrie is goed voor ~6% van de omzet van de levensmiddelenindustrie in de EU-28

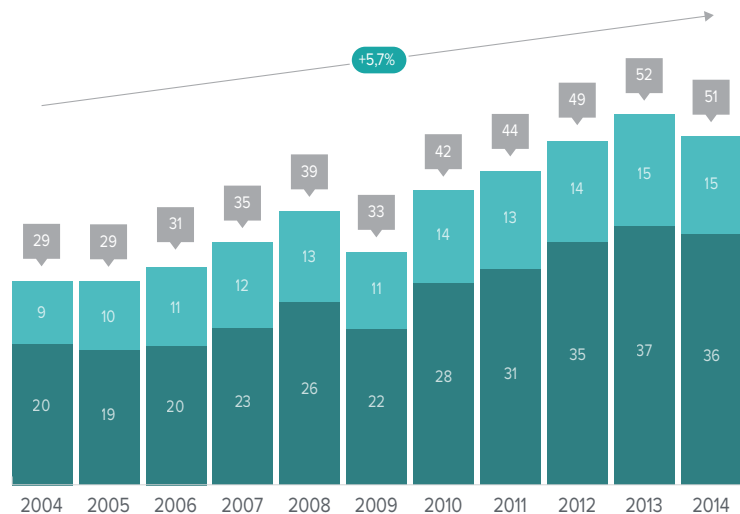
1) Exclusief tabaksindustrie en voedselproductie voor boerderijdieren, voor invulling van ontbrekende cijfers is gebruikt gemaakt van inter- en extrapolatie; 2) Op basis van omzet; 3) Op basis van aantal inwoners op 1 januari 2014; 4) Omzet is voorlopige data en toegevoegde waarde is 2012 data

Appendix A

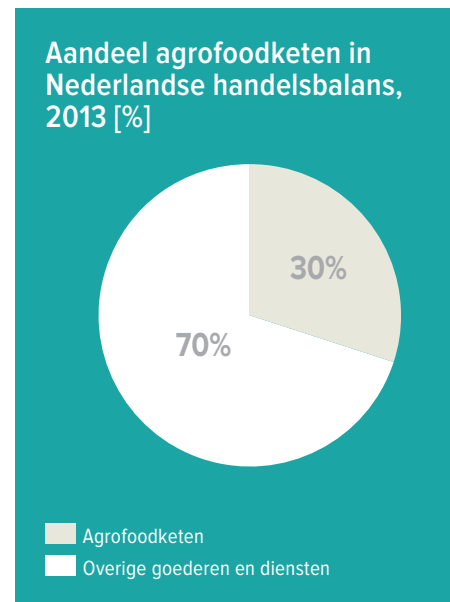
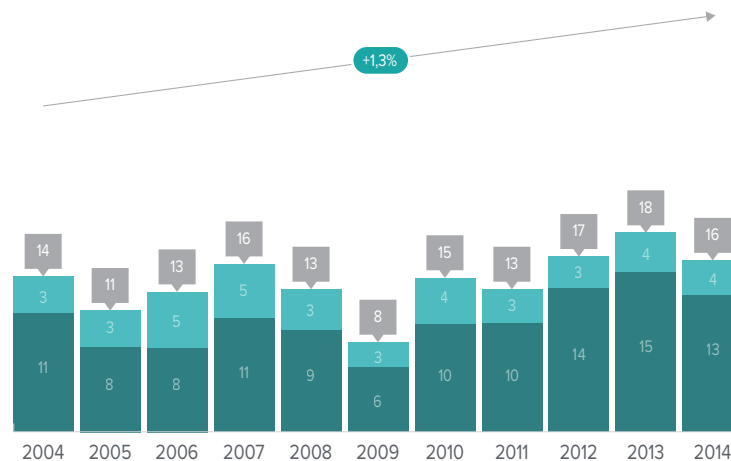
DE AGROFOODKETEN IS EEN GROTE EXPORTEUR EN VERANTWOORDELIJK VOOR 30% VAN DE TOTALE NEDERLANDSE HANDELSBALANS VAN 2013

Export en handelsbalans van agrofoodketen¹⁾

EXPORT AGROFOODKETEN [EUR MLD]



HANDELSBALANS AGROFOODKETEN [EUR MLD]



x% Jaarlijkse groei '04-'14 Onverwerkt²⁾ Verwerkt³⁾

1) Exclusief tabaksindustrie en voedselproductie voor boerderijdieren; cijfers tellen niet altijd op door afronding 2) Productgroepen waar geen verwerkende stappen hebben plaatsgevonden; 3) Productgroepen waar mogelijk verwerkende stappen hebben plaatsgevonden

Appendix A

EUROPA IS DE GROOTSTE HANDELSPARTNER

Martkaandelen in export en import van agrofoodketen in 2014 en groei 2004-2014¹⁾

— export; totaal (verwerkt/onverwerkt)
— import ; totaal (verwerkt/onverwerkt)

NOORD-AMERIKA

- ▶ % van export = 3,0% (3,5%/2,0%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 0,4% (0,0%/2,7%)
- ▶ % van import = 3,0% (2,4%/4,2%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 12,1% (10,8%/13,7%)

LATIJS-AMERIKA EN CARIBEN

- ▶ % van export = 1,5% (1,9%/0,5%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 8,3% (8,4%/7,3%)
- ▶ % van import = 10,7% (8,5%/14,9%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 9,8% (7,8%/12,8%)

AFRIKA

- ▶ % van export = 4,3% (4,2%/4,4%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 8,8% (9,1%/8,2%)
- ▶ % van import = 9,7% (9,7%/9,6%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 9,1% (8,6%/10,2%)

OCEANIË

- ▶ % van export = 0,7% (1,0%/0,1%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 14,5% (14,8%/8,0%)
- ▶ % van import = 1,2% (1,4%/0,8%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 4,9% (3,8%/9,5%)

EUROPA

- ▶ % van export = 79,8% (75,6%/89,7%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 5,1% (5,2%/4,9%)
- ▶ % van import = 69,1% (72,0%/63,3%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 8,2% (10,0%/5,1%)

AZIË

- ▶ % van export = 10,7% (13,8%/3,3%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 11,4% (12,0%/6,6%)
- ▶ % van import = 6,4% (6,0%/7,1%)
- ▶ Jaarlijkse groei = 11,7% (15,6%/7,4%)

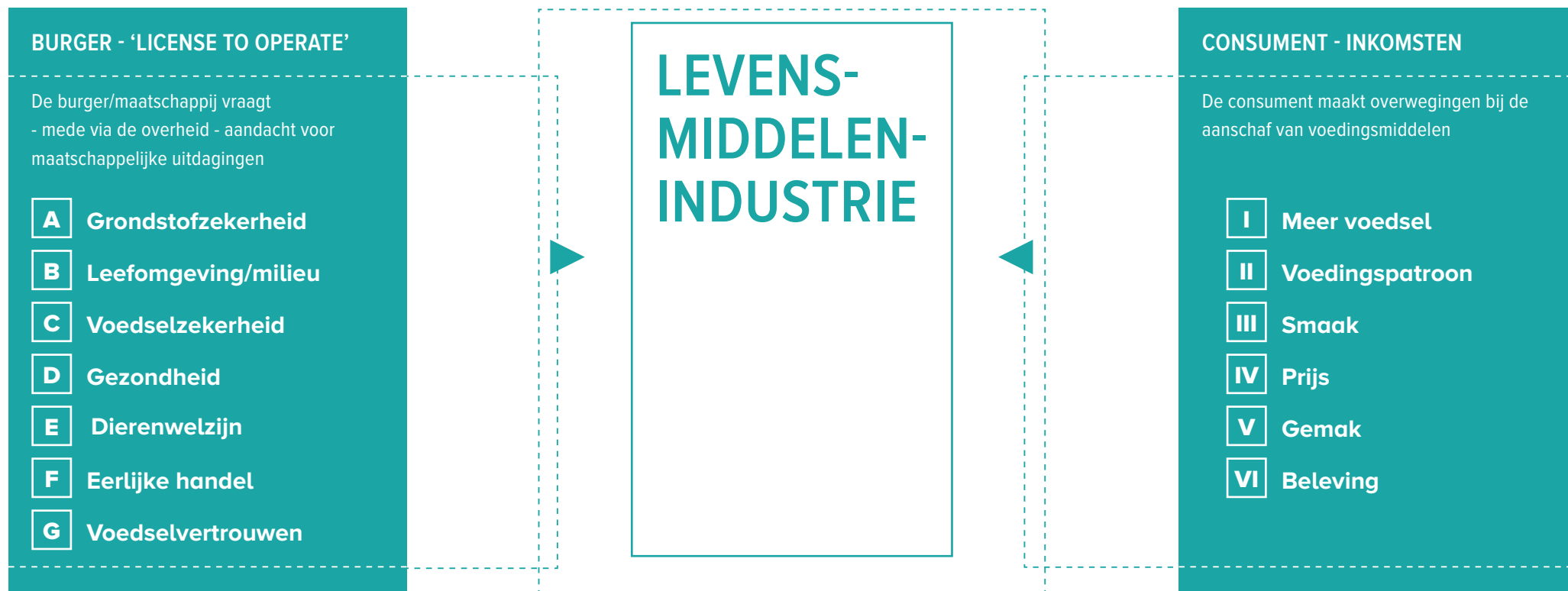
1) Exclusief tabaksindustrie en voedselproductie voor boerderijdieren

Appendix B:

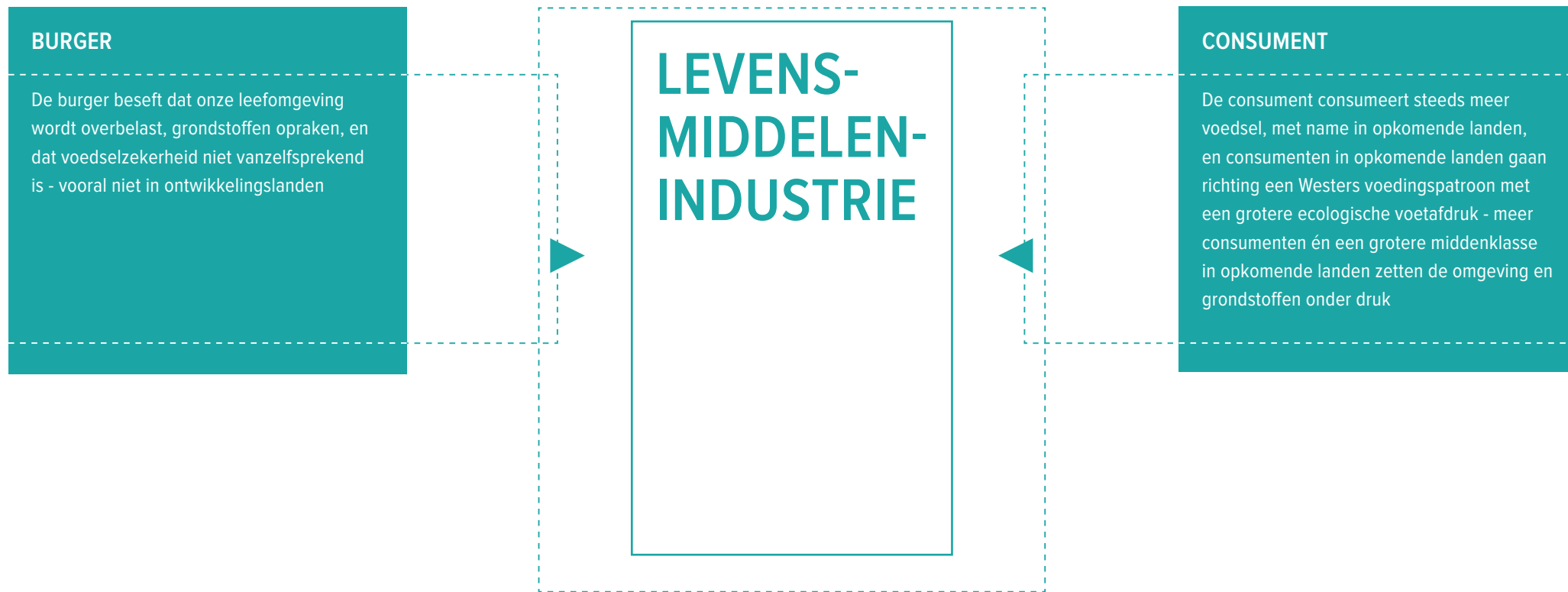
Spanningsveld in voedsel



DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE WORDT BEÏNVLOED DOOR EEN DYNAMISCH EN COMPLEX KRACHTENVELD VAN BURGER- EN CONSUMENTENBEHOEFTE

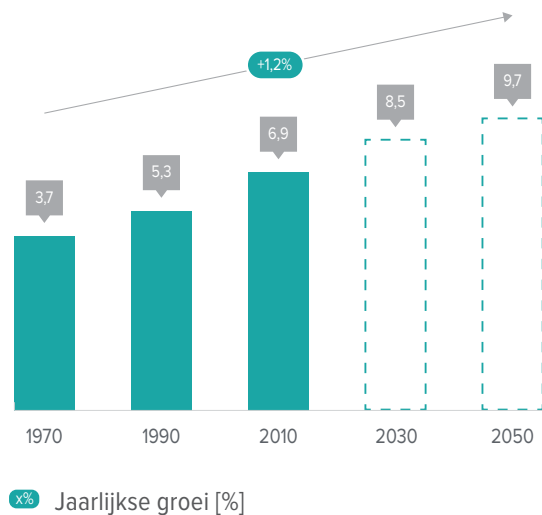


UITDAGING: DUURZAAM VOEDEN VAN EEN GROEIENDE WERELDBEVOLKING DIE MEER EN ANDERS EET

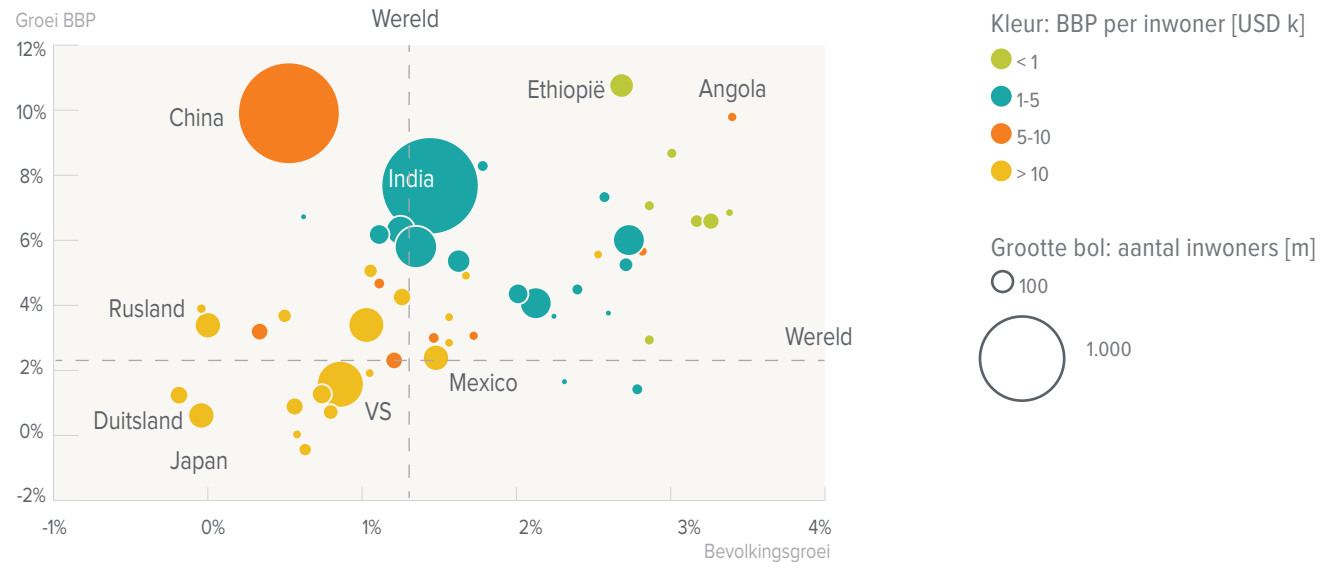


DE WERELDBEVOLKING EN WERELDWIJDE WELVAART GROEIEN

ONTWIKKELING WERELDBEVOLKING [MLD]



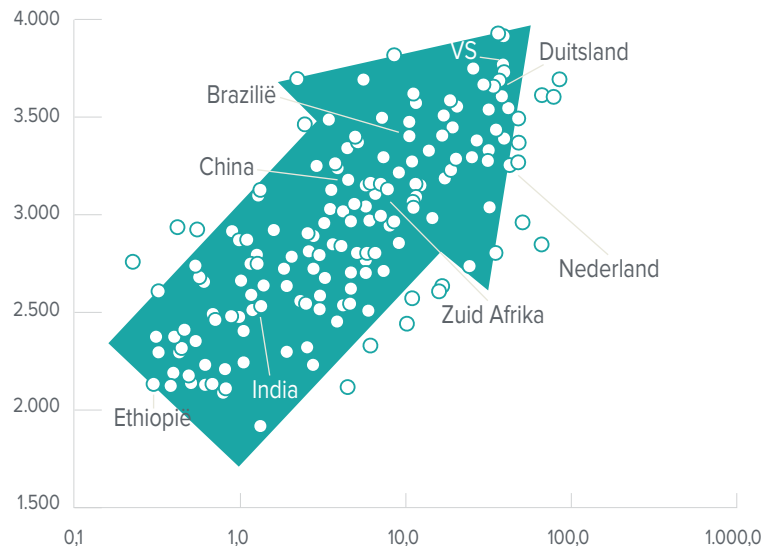
JAARLIJKSE BEVOLKINGSGROEI EN GROEI BBP VOOR LANDEN MET MEER DAN 20 M INWONERS [2004-2014]



DE GROEIENDE WERELDBEVOLKING EN WELVAART VEROORZAKEN EEN TOENAME VAN DE VRAAG NAAR VOEDSEL

DAGELIJKE BESCHIKBAARHEID ENERGIE¹⁾ EN BBP PER PERSOON, 2011

Energie-aanbod¹⁾ [kcal/inwoner/dag]

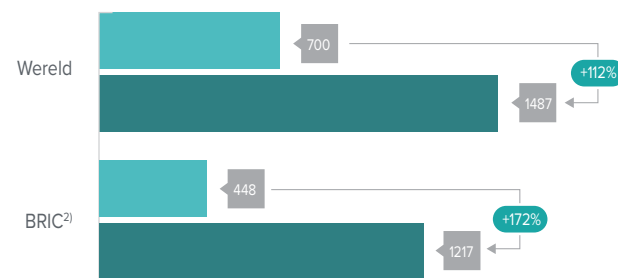


GROEI IN WERELDWIJDE VOEDSELBEHOEFTE

Consumptie in kcal



Groei in uitgaven aan eten en drinken [EUR per inwoner]



■ 2013
■ 2030

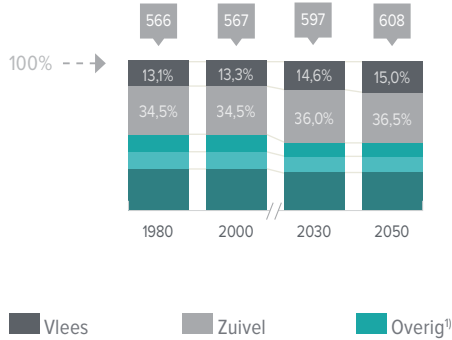
De sterke groei van het voedselbudget hangt samen met de groeiende middenklasse - tussen 2009 en 2030 neemt die klasse toe met meer dan 3 miljard mensen

1) De daadwerkelijke consumptie kan lager liggen door voedselverlies in het huishouden, bijvoorbeeld tijdens het bereiden van maaltijden; 2) Benaming voor Brazilië, Rusland, India en China

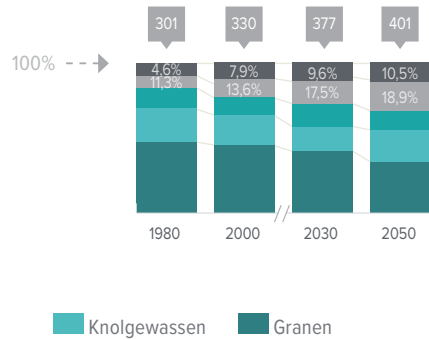
ONTWIKKELINGSLANDEN GAAN RICHTING WESTERS VOEDINGSPATROON: PRODUCTEN MET VAAK HOGERE VOEDINGSWAARDE ÉN FOOTPRINT, ZOALS VLEESPRODUCTEN

ONTWIKKELING VOEDINGSPATROON

Basisproducten in samenstelling voedingsspatroon van **geïndustrialiseerde landen** [kg/inwoner/jaar]



Basisproducten in samenstelling voedingsspatroon van **ontwikkelingslanden** [kg/inwoner/jaar]



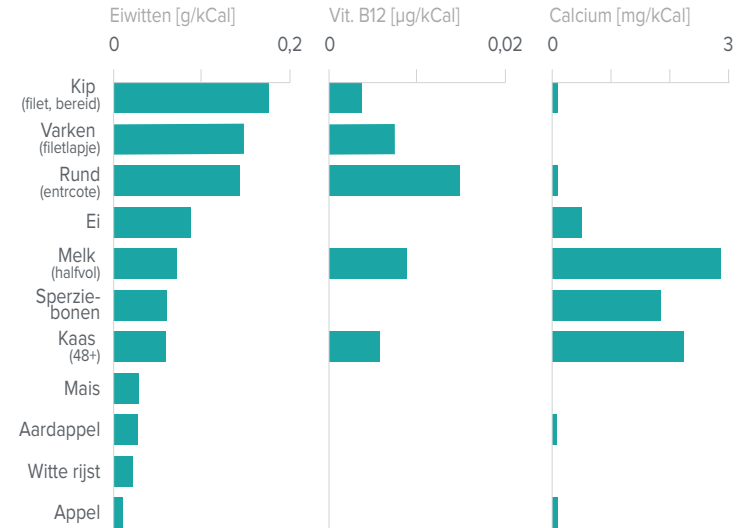
1) Overig omvat onder andere suiker, (plantaardige) oliën en peulen

FOOTPRINT EN VOEDINGSWAARDE

Broeikasgasemissies tijdens productie van levensmiddelen [kg CO2-equivalent per kg product]



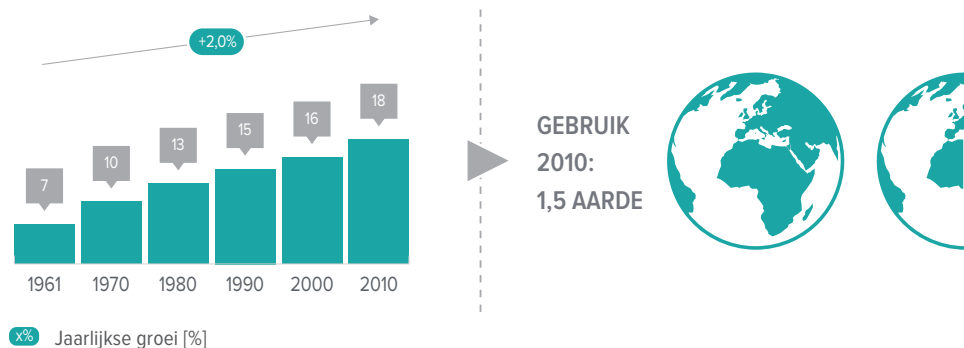
Voedingsdichtheid van producten naar enkele voedingsstoffen die sterk vertegenwoordigd zijn in dierlijke producten



DE DRUK OP DE BESCHIKBAARHEID VAN GRONDSTOFFEN IS NU AL GROOT EN ZAL VERDER TOENEMEN

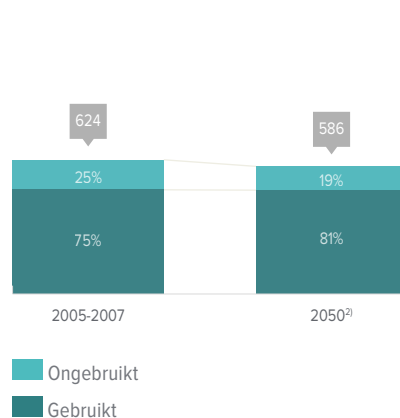
ECOLOGISCHE VOETAFDruk VAN WERELDWIJDE CONSUMPTIE¹⁾

Globale voetafdruk [mld gha]¹⁾

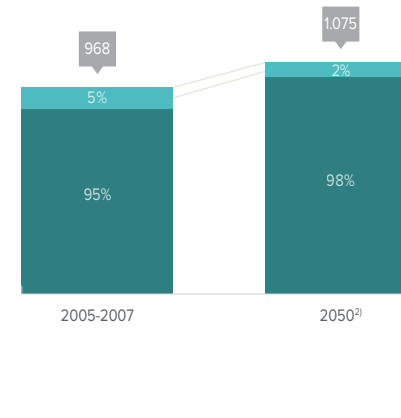


BESCHIKBAARHEID LAND VOOR LANDBOU [MHA]

Geïndustrialiseerde landen



Ontwikkelingslanden

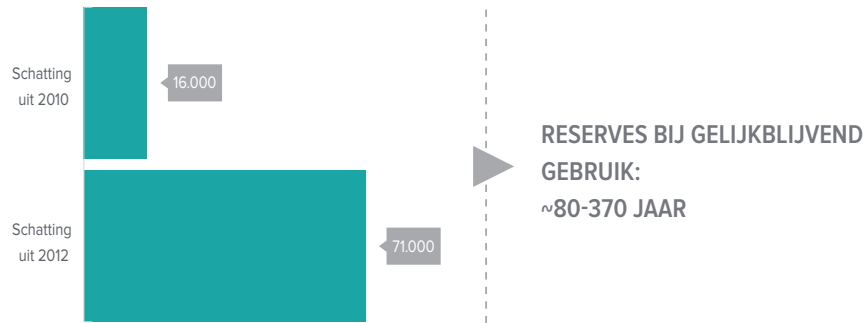


1) De ecologische voetafdruk geeft weer hoeveel biologisch productieve grond- en wateroppervlak er wereldwijd jaarlijks nodig is om het consumptieniveau te handhaven en de afvalproductie te verwerken, gemeten in mondiale of globale hectares [gha]; 1 gha staat gelijk aan de gemiddelde globale productiviteit van alle beschikbare biologisch productieve ruimte op 1 hectare, rekening houdend met de huidige technologie. In 2010 was de voetafdruk 1,5 keer zo groot als de biocapaciteit van de Aarde (18,1 om 12 mld gha);

DE DRUK OP DE BESCHIKBAARHEID VAN GRONDSTOFFEN IS NU AL GROOT EN ZAL VERDER TOENEMEN

WERELDWIJDE FOSFAATRESERVES [MTON]

- ▶ Wereldwijde vraag naar fosfaathoudend gesteente is 191 Mton (2011)
- ▶ Schattingen van fosfaatreserves (winbare voorraden) lopen sterk uiteen en zijn onderwerp van discussie



GEBRUIK INTERN HERNIEUWBARE WATERVOORRADEN¹⁾ VOOR IRRIGATIE [%]

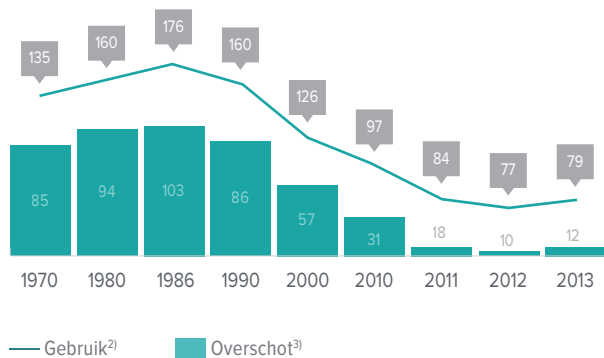


1) Intern hernieuwbare watervoorrden bestaan uit neerslag en zijn exclusief instroom via rivieren vanuit andere landen

VOEDSELPRODUCTIE ZET DE LEEFOMGEVING ONDER DRUK

EUTROFIËRING¹⁾ DOOR OVERSCHOT AAN VOEDINGSSTOFFEN

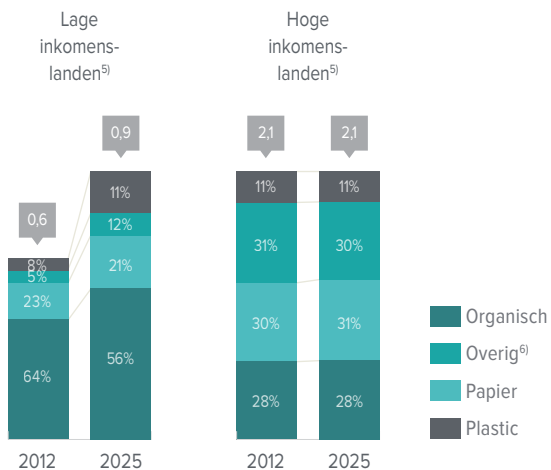
Fosfaatbalans van Nederlandse cultuurgrond [kg/ha]



► De gebruiksnorm voor fosfaat ligt voor 2015-2017 op 60 kg/ha/jaar voor bouwland en 90 kg/ha/jaar voor grasland⁴⁾

AFVAL

Afvalproductie in steden [kg/inwoner/dag]

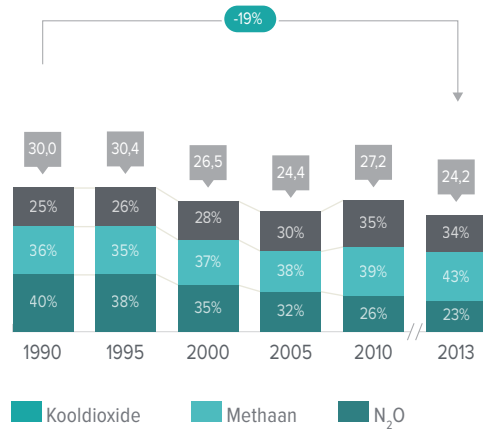


1) Door een overmaat aan voedingsstoffen kan een sterke groei en vermeerdering van bepaalde soorten (bv. algen) optreden, waarbij de soortenrijkheid of biodiversiteit sterk afneemt; 2) Gebruik na aftrek van geëxporteerde mineralen en exclusief voorraadveranderingen; 3) Een overschot wordt opgeslagen als mest of komt terecht in het milieu – dit leidt tot vervuiling van bodem, grond- en oppervlaktewater (eutrofiëring); 4) Zoals vastgesteld in de Meststoffenwet voor bouw- en grasland met een neutrale fosfaattoestand (Pw- en PAL-waarden tussen 27-50); 5) Inkomens/inwoner: < 975 USD (Laag) en >11.906 USD (Hoog); 6) Onder andere glas, metaal en dergelijke

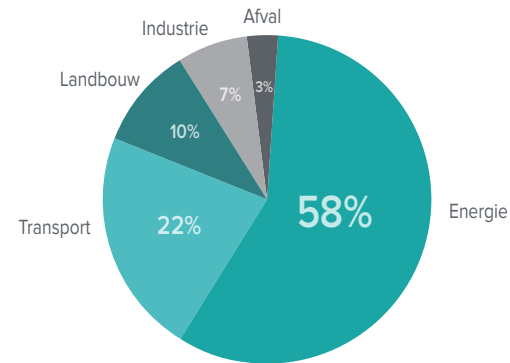
VOEDSELPRODUCTIE ZET DE LEEFOMGEVING ONDER DRUK

UITSTOOT VAN BROEIKASGASSEN

Broeikasgasemissie Nederlandse landbouw
[Mton CO₂-equivalent]



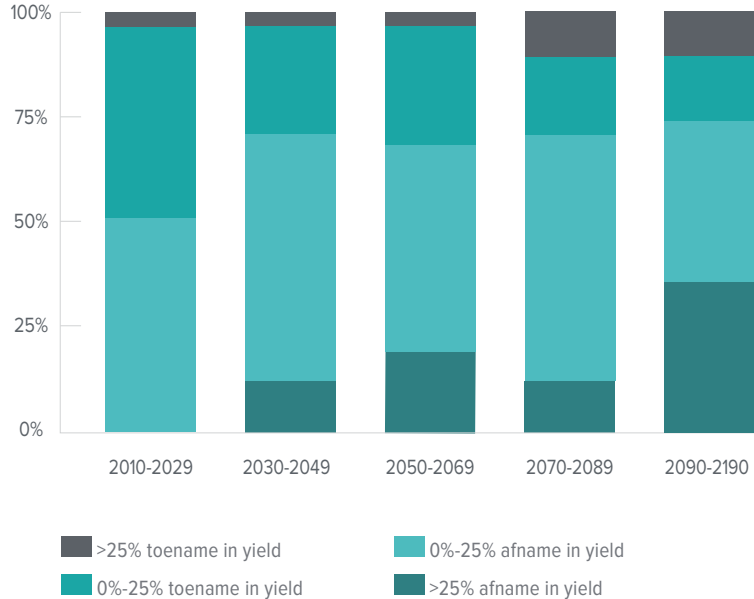
Uitstoot van broeikasgassen in EU-28 (2012)



► Bijdrage van primaire landbouw aan Nederlandse uitstoot in 2012 was ~4% (kooldioxide), ~60% (methaan) en ~70% (N₂O)

VERANDERENDE LEEFOMGEVING EN KLIMAAT KUNNEN OP HUN BEURT VOEDSELPRODUCTIE EN DAARMEE VOEDSELZEKERHEID BEÏNVLOEDEN

Kansverdeling van verandering van yield van gewassen t.o.v. eind 20ste eeuw als gevolg van klimaatverandering



Climate change is projected to undermine food security (Figure SPM.9). Due to projected climate change by the mid-21st century and beyond, global marine species redistribution and marine biodiversity reduction in sensitive regions will challenge the sustained provision of fisheries productivity and other ecosystem services (high confidence). For wheat, rice and maize in tropical and temperate regions, climate change without adaptation is projected to negatively impact production for local temperature increases of 2°C or more above late 20th century levels, although individual locations may benefit (medium

confidence). Global temperature increases of ~4°C or more above late 20th century levels, combined with increasing food demand, would pose large risks to food security globally (high confidence). Climate change is projected to reduce renewable surface water and groundwater resources in most dry subtropical regions (robust evidence, high agreement), intensifying competition for water among sectors (limited evidence, medium agreement). - **IPCC (Intergovernmental Panel on Climate Change)**



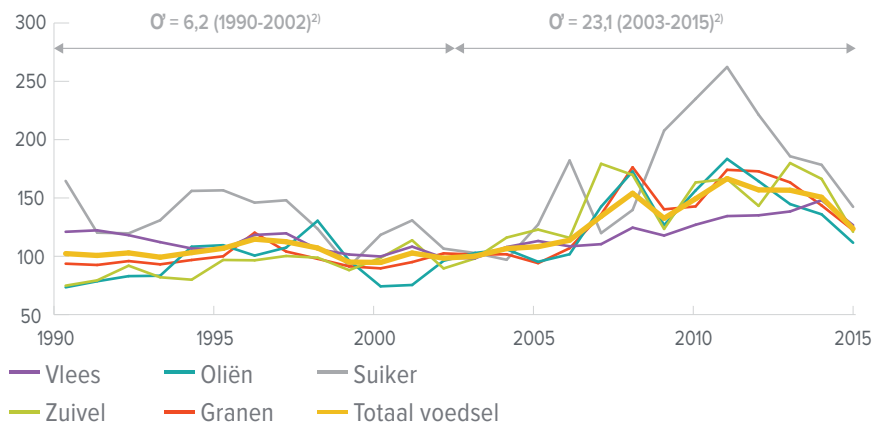
DRUK OP DE BESCHIKBAARHEID VAN VOEDSEL MAAKT PRIJZEN VOLATIEL - VOORAL IN ONTWIKKELINGSLANDEN KAN DAT LEIDEN TOT SOCIALE ONRUST

WERELDWIJDE SCHOMMELINGEN IN VOEDSELPRIJZEN ...

► De voedselprijs is volatiel – producten kunnen door tegenvallende oogsten en geopolitieke factoren sterk schommelen in prijs

- Graanprijs steeg tussen 2006 en 2008 jaarlijks met 31%
- Suikerprijs steeg tussen 2008 en 2011 jaarlijks met 25%

Prijsindex¹⁾ (2002-2004 = 100)

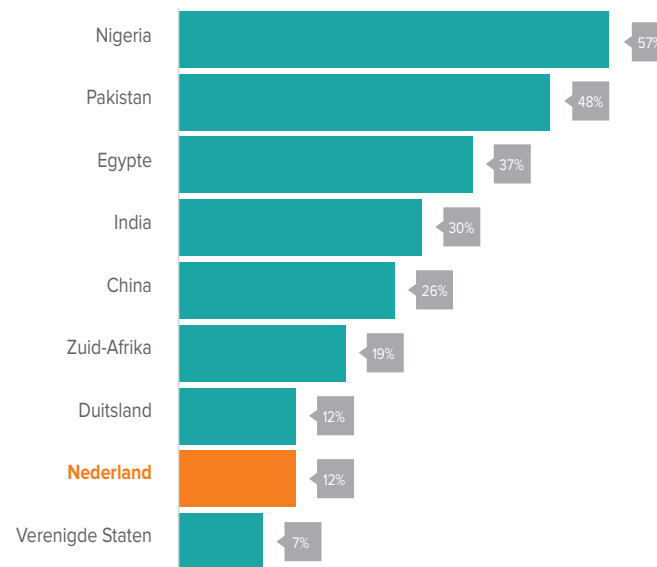


1) Voor inflatie gecorrigeerd; 2) Standaarddeviatie van totale voedselprijsindex; 3) Inclusief non-alcoholische dranken;

4) Oorzaken voor deze crisis waren o.a. tegenvallende oogsten wereldwijd, kleinere voedselvoorraden, grotere vraag naar voedsel (met name vlees) in Azië en de hogere olieprijs die de kosten voor landbouw en transport verhoogde

... HEBBEN GELEID TOT SOCIALE ONRUST

Aandeel voedsel³⁾ in totale consumentenuitgaven, 2013 [%]



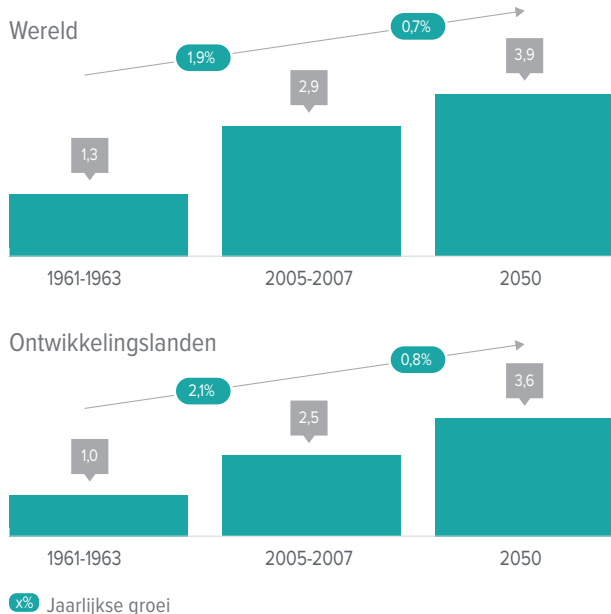
► Bevolking in veel ontwikkelingslanden spendeert relatief veel aan voedsel en is gevoelig voor prijsschommelingen

► Volatiliteit van voedselprijs kan leiden tot sociale onrust

- Wereldwijde voedselprijs crisis⁴⁾ in 2007-2008 veroorzaakte onrust in zowel ontwikkelde als ontwikkelingslanden
- Prijsstijgingen van voedsel in 2010-2011 leidden tot rellen in delen van Noord-Afrika en het Midden-Oosten

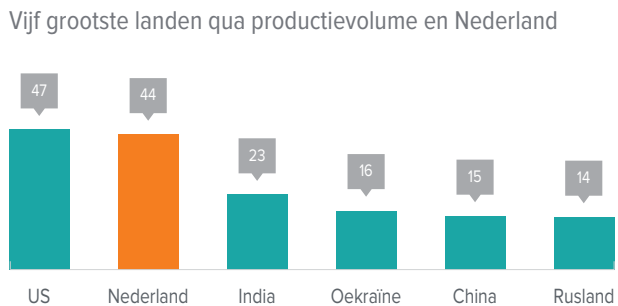
EFFICIËNTER GEBRUIK VAN GRONDSTOFFEN IS NOODZAKELIJK OM DE WERELD OOK IN DE TOEKOMST DUURZAAM TE KUNNEN VOEDEN

PRODUCTIE-EFFICIËNTIE ('YIELD') VAN GRANEN [TON/HA]

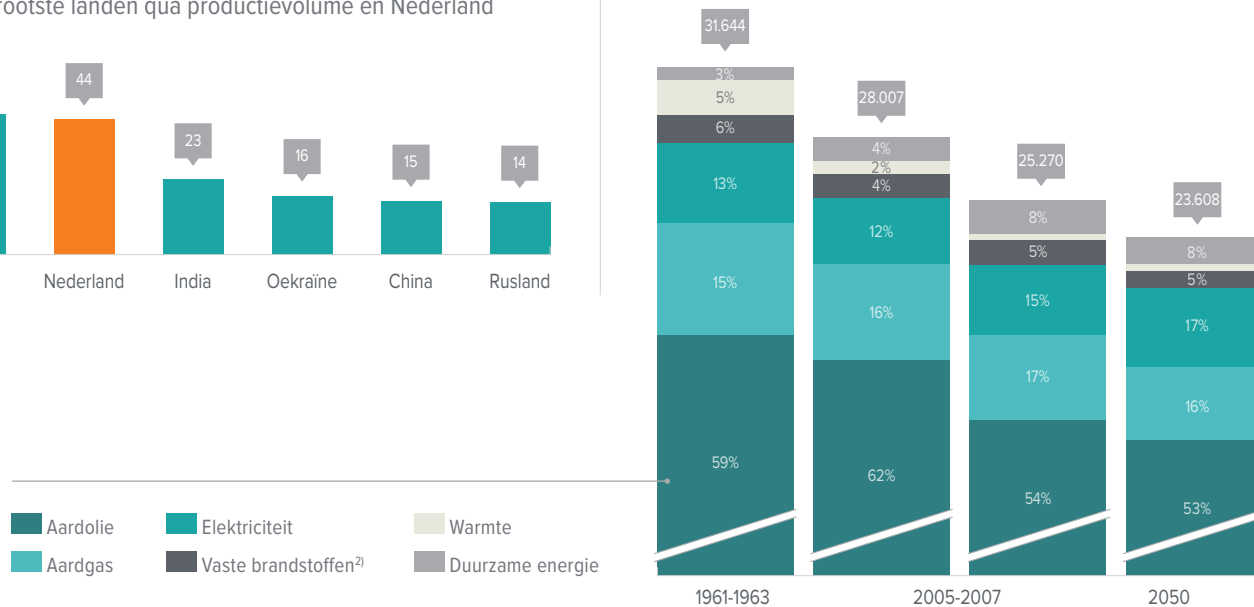


1) TOE = tonnes of oil-equivalent; 2) Vaste brandstoffen zijn hout, steenkool e.d.

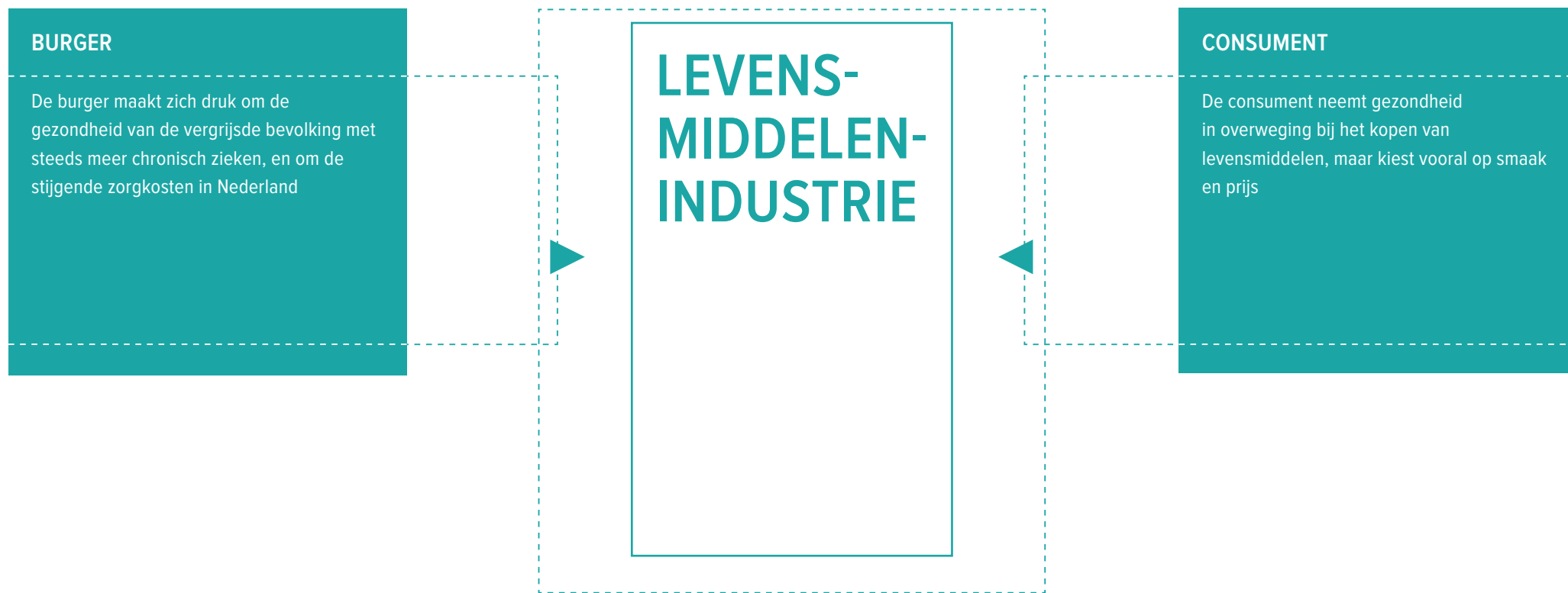
PRODUCTIE-EFFICIËNTIE VAN AARDAPPELEN [TON/HA], 2013



ENERGIEGEBRUIK IN LANDBOUW EU-28 [1.000 TOE]¹⁾



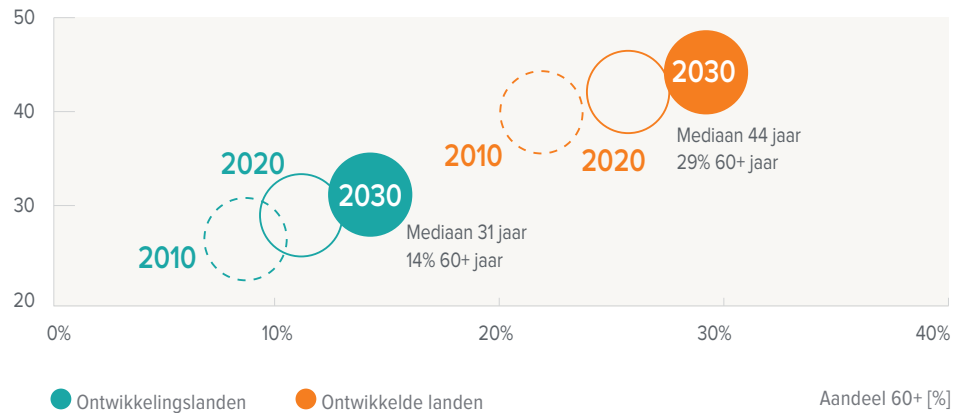
UITDAGING: GEZOND HOUDEN VAN EEN VERGRIJZENDE BEVOLKING DIE LEKKER EN GOEDKOOP WIL ETEN



VEROUDERING EN EEN TOENAME VAN OVERGEWICHT DRAGEN BIJ AAN EEN TOENAME VAN CHRONISCHE ZIEKTEN EN HOGERE KOSTEN VAN ZORG

OUDER WORDENDE BEVOLKING WERELDWIJD

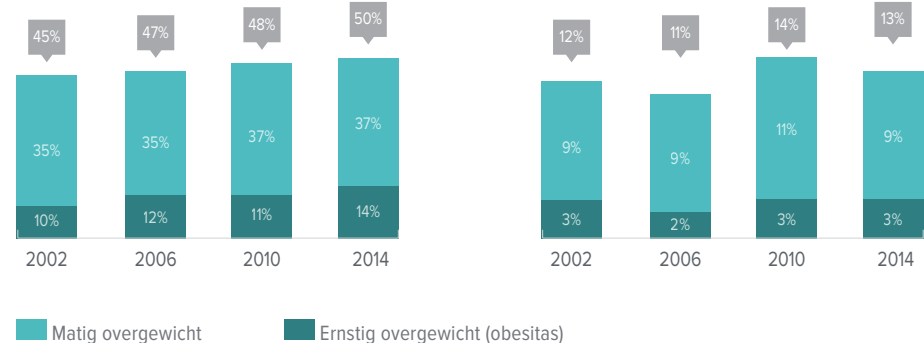
Mediane leeftijd [jaren]



OVERGEWICHT EN OBESITAS IN NEDERLAND

Bevolking 20+ jaar [%]

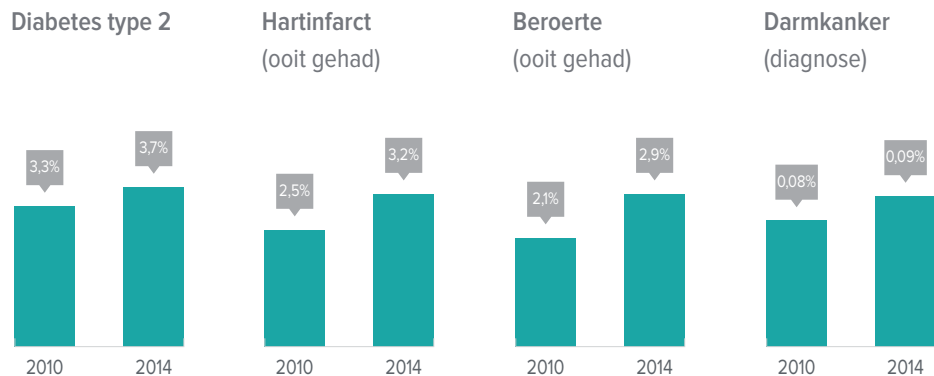
Bevolking 4-20 jaar [%]



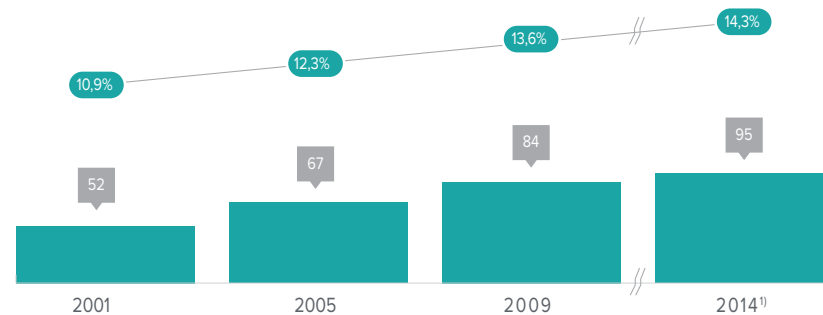
VEROUDERING EN EEN TOENAME VAN OVERGEWICHT DRAGEN BIJ AAN EEN TOENAME VAN CHRONISCHE ZIEKTEN EN HOGERE KOSTEN VAN ZORG

ZIEKTES GERELATEERD AAN ASPECTEN VAN VOEDING

Deel van Nederlandse bevolking dat lijdt aan ziektes [%]



KOSTEN VAN TOTALE NEDERLANDSE ZORG EN WELZIJN



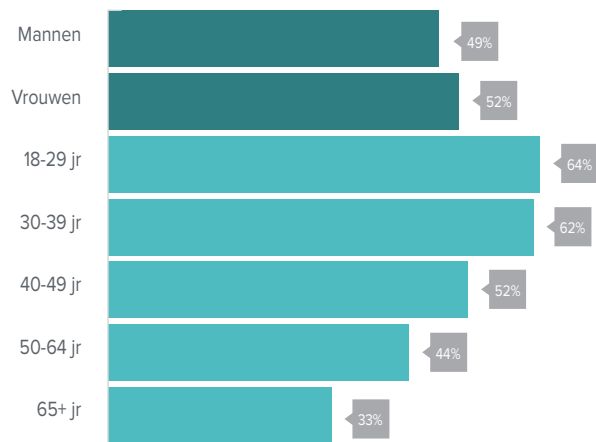
Uitgaven zorg en welzijn: — % van BBP ■ EUR in mrd

1) Op basis van voorlopige cijfers

~50% VAN DE NEDERLANDERS WIL GEZONDER ETEN - ~75% VOLDOET NIET AAN RICHTLIJNEN VOOR GOEDE VOEDING

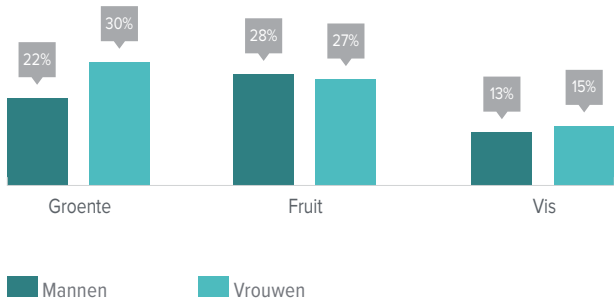
PERCENTAGE CONSUMENTEN DAT GEZONDER WIL ETEN

Wil gezonder eten [%], 2010



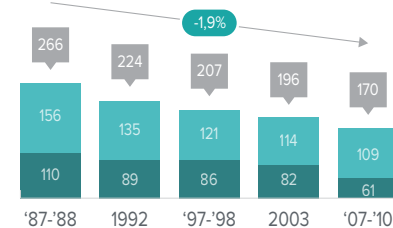
GEZONDHEIDSENQUÊTE RICHTLIJNEN GOEDE VOEDING

Percentage van Nederlandse bevolking dat naar eigen zeggen voldoet aan de Richtlijnen Goede Voeding voor groente, fruit en vis¹⁾ (2014)

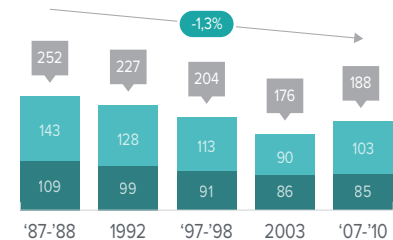


GROENTE- EN FRUITCONSUMPTIE IN NEDERLAND²⁾

Mannen



Vrouwen



x% Jaarlijkse groei 1987-2010

Groente

Fruit [g/dag]

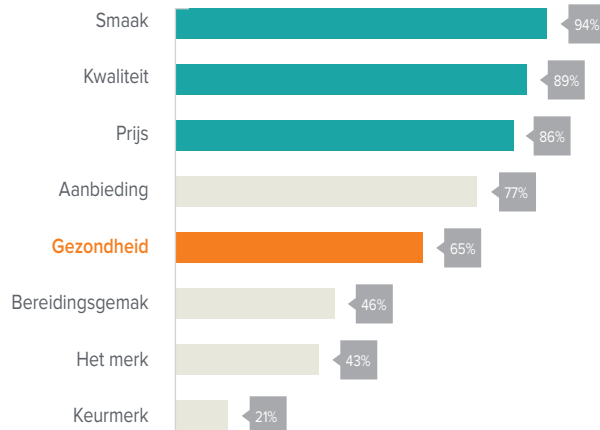
1) Op basis van de in 2014 geldende dagelijkse richtlijnen: 200 gram groente, 200 gram fruit en wekelijks tweemaal (vette) vis; Nieuwe richtlijnen zijn in november 2015 gepubliceerd; 2) Meetmethode '87-'98 is anders dan voor 2003 en '07-'10

SMAAK IS DE BELANGRIJKSTE OVERWEGINGEN VOOR DE CONSUMENT - OOK PRIJS EN KWALITEIT SCOREN HOOG

Aandachtspunten bij aankoop eten en drinken

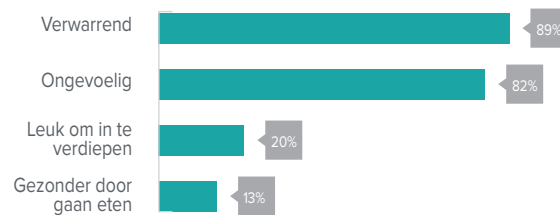
AANDACHTSPUNTEN IN NEDERLAND, 2013¹⁾

Aandeel van bevolking



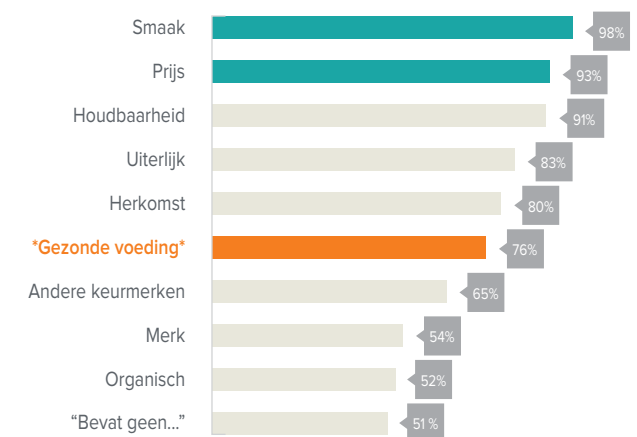
PERCEPTIE VAN TRENDS IN VOEDING EN GEZONDHEID, 2015

Aandeel van bevolking



AANDACHTSPUNTEN IN EU, 2014¹⁾

Aandeel van bevolking

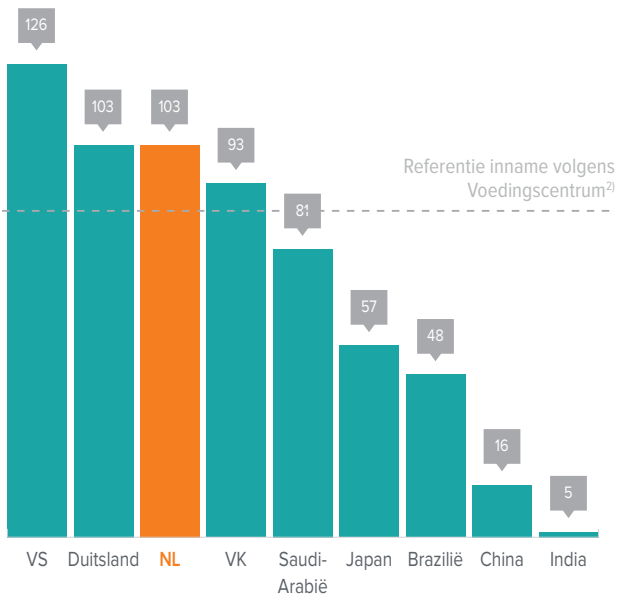


1) Uitkomsten van aandachtspunten in Nederland en de EU bij aankoop van voedingsmiddelen kunnen niet één-op-één worden vergeleken omdat het verschillende studies zijn met verschillende aanpak en vraagstelling

SMAKEN VERSCHILLEN PER LAND EN 'SMAAKVOL ETEN' IS NIET PER SE GEZONDER

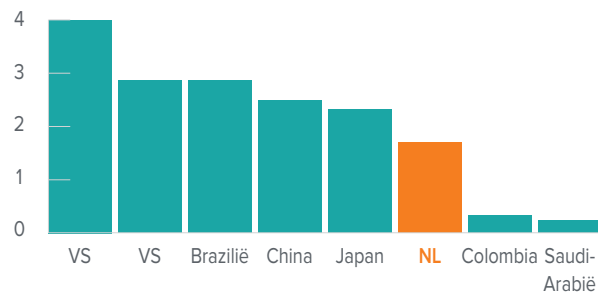
LOKALE SMAAKVERSCHILLEN IN CONSUMPTIE VAN ZOET

Suikerconsumptie o.b.v. frisdrank en verpakt voedsel¹⁾,
2014 [g/persoon/dag]



LOKALE SMAAKVERSCHILLEN IN CONSUMPTIE VAN ZOUT

Zoutgehalte van ketchupmerk X in verschillende landen,
2014 [g per 100 g ketchup]



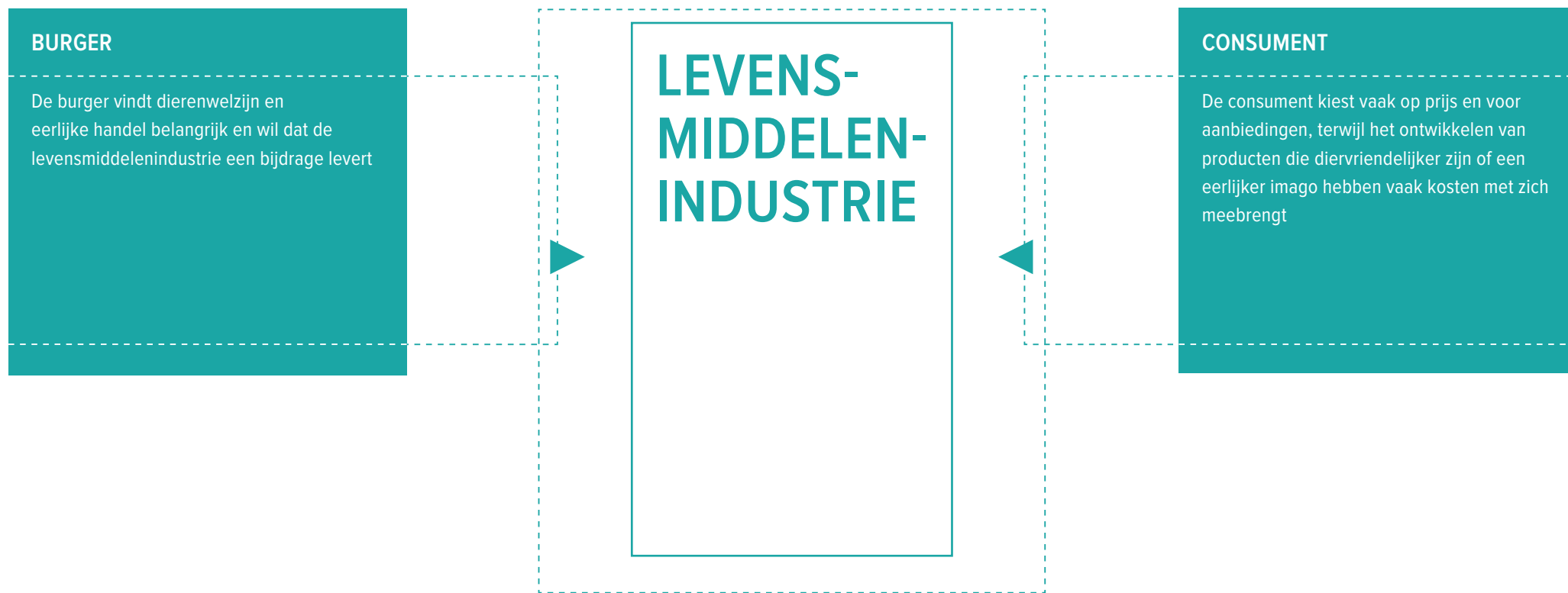
Zoutconsumptie in Nederland, 2007-2010 [g/persoon/dag]



- Smaak en dus consumptie verschilt per land
- De consument ervaart zoet en/of zout eten vaak als smaakvol, daardoor ligt de consumptie daarvan vaak boven de gezondheidsnormen

- 1) Dit is exclusief factoren zoals de consumptie van verse producten en buiten de deur eten
- 2) Het Voedingscentrum hanteert een referentie-inname voor volwassenen van 90 gram suiker en adviseert een maximale zoutinname van 6 gram per dag

UITDAGING: BORGEN VAN DIERENWELZIJN EN EERLIJKE HANDEL IN EEN PRIJSBEWUSTE MARKT



DIERENWELZIJN IS EEN VEELBESPROKEN THEMA VOOR BURGERS EN OVERHEID - VERKOOP VAN PRODUCTEN MET EEN KEURMERK VOOR DIERENWELZIJN GROEIT

DIERENWELZIJN IN DE MEDIA

ELSEVIER

26 oktober 2014

DIJKSMA ORGANISEERT TOP OVER DIERENWELZIJN

DE VOLKSKRANT

29 december 2014

MEER BEDRIJVEN WILLEN STOPPEN MET KOOIEIEREN

TROUW

15 mei 2014

EEN STAL MET 100 KOEIEN? NIET DOEN.

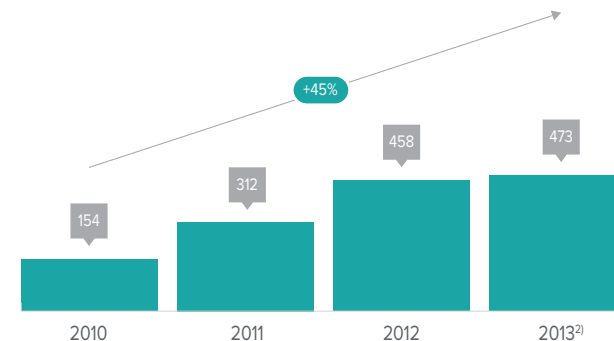
DIERENWELZIJN IN REGELGEVING, '14-'15

Voorbeelden regelgeving

- ▶ Besluit heffing bestrijden dierziekten (2014): heffingen in verband met gezondheidszorg dieren
- ▶ UDD-regeling (2014): zorgvuldig gebruik antibiotica in de veehouderij
- ▶ Kamerbrief ontwikkeling stallen (2015): reactie bericht in Trouw

"VVD maakt dierenwelzijn breekpunt in vrijhandelsakkoord met VS", Boerderij.nl¹⁾

BESTEDING PRODUCTEN MET 'BETER LEVEN'-KEURMERK [EUR M]



x% Jaarlijkse groei '10-'13

1) Quote van Foodlog; 2) Cijfers volgens oude systematiek – in 2014 is een nieuwe systematiek ontwikkeld waardoor 2014 niet vergelijkbaar is; besteding 2014 is groter dan in 2013

BURGERS EN OVERHEID VINDEN EERLIJKE HANDEL BELANGRIJK - VERKOOP VAN PRODUCTEN MET EEN KEURMERK VOOR EERLIJKE HANDEL GROEIT

MAATSCHAPPELIJK DEBAT OVER EERLIJKE HANDEL

84% Nederlanders wil eerlijke banaan

84% van de Nederlanders wil dat de boeren en arbeiders die hun bananen telen een inkomen verdienen waar zij van kunnen leven. Dat blijkt uit een consumentenonderzoek van Q&A Research & Consultancy

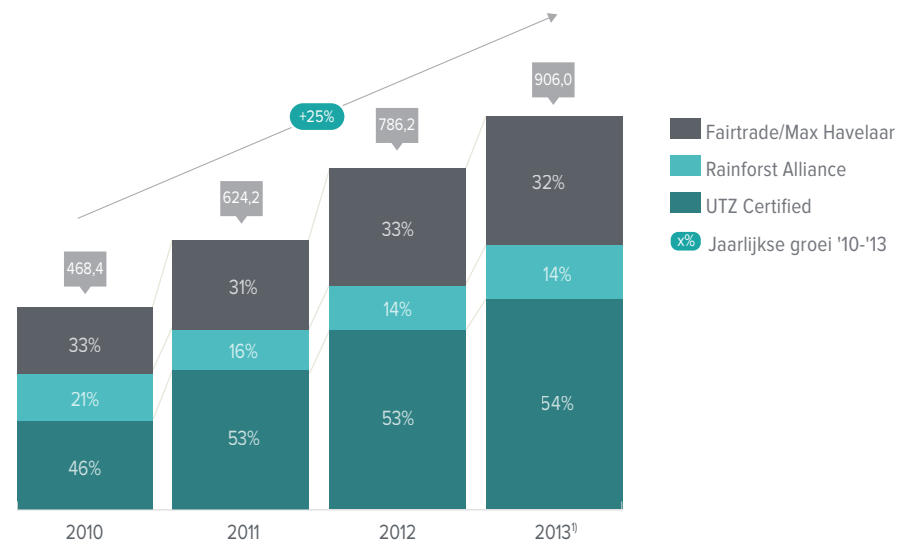
Steeds meer mensen kiezen voedsel

Het aantal huishoudens in Nederland dat fairtrade levensmiddelen koopt is vorig jaar met bijna 500.000 (plus 6 procent) gestegen tot 4,8 miljoen

- ▶ Ondersteuning van ontwikkelingslanden bij de productie van voedsel gaat langs verschillende kanalen
 - Export van kennis over landbouwsystemen
 - Eerlijke handel

CONSUMPTIE VAN PRODUCTEN MET EEN KEURMERK VOOR EERLIJKE HANDEL IN NEDERLAND

Totale bestedingen aan keurmerken eerlijke handel [EUR m]



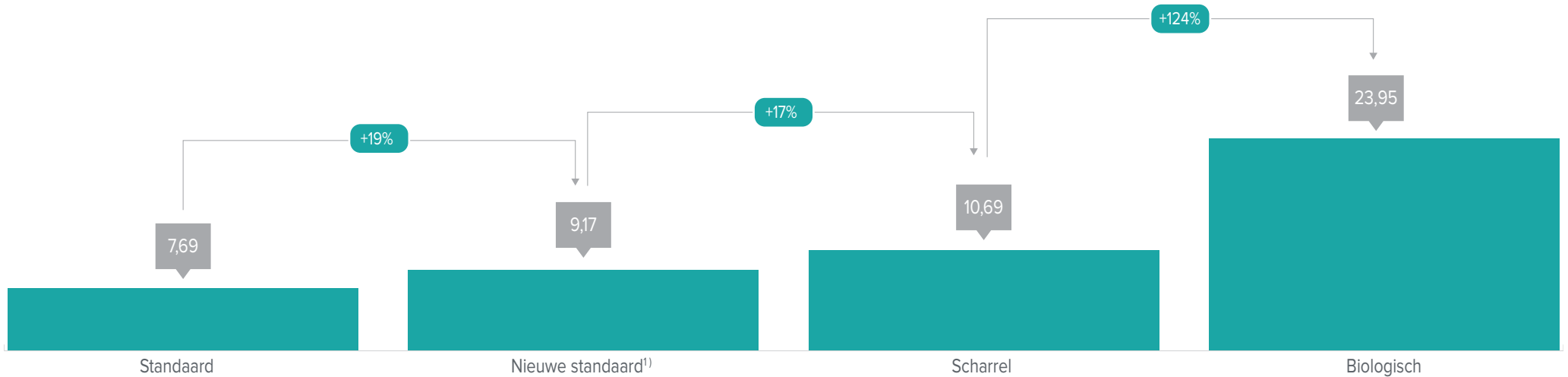
1) Cijfers volgens oude systematiek – in 2014 is een nieuwe systematiek ontwikkeld waardoor 2014 niet vergelijkbaar is; totale besteding 2014 is groter dan in 2013

HET ONTWIKKELEN VAN PRODUCTEN DIE DIERVRIENDELIJKER ZIJN OF EEN EERLIJKER IMAGO HEBBEN, BRENGT VAAK KOSTEN MEE - DAT LEIDT TOT EEN HOGERE PRIJS

Voorbeeld - prijs kip bij Jumbo supermarkt [EUR, november 2015]

MATE VAN DIERVRIENDELIJKHEID

[EUR/kg]



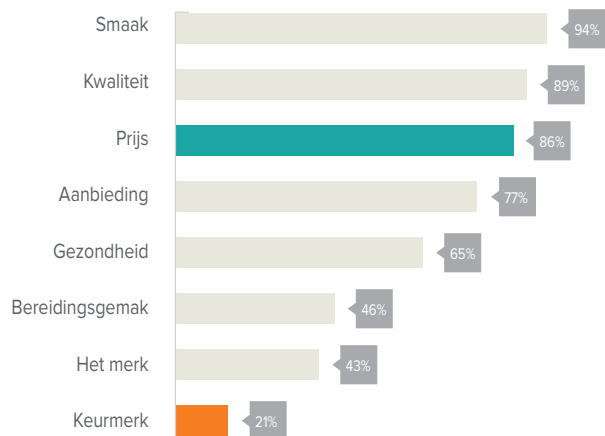
1) De Nieuwe Standaardkip van Jumbo is een diervriendelijke variant en krijgt 56% meer leefruimte maar heeft geen 'Beter Leven'-ster toebedeeld gekregen

PRIJS IS EEN BELANGRIJKE CONSUMENTENOVERWEGING EN HEEFT AAN BELANG GEWONNEN SINDS HET BEGIN VAN DE CRISIS

Belang van prijs in Nederland

AANDACHTSPUNTEN BIJ AANKOOP ETEN EN DRINKEN, 2013

Aandeel van bevolking

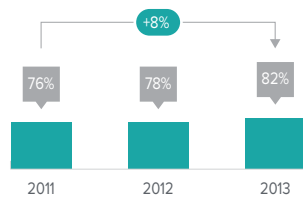


1) Het gaat hier om de oriëntatie van de consument (bijvoorbeeld op aanbiedingen) voorafgaand aan het boodschappen doen

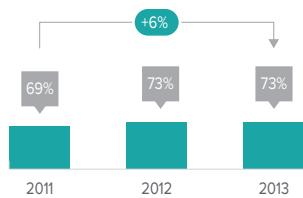
ONTWIKKELING CONSUMENTENGEDRAG T.A.V. VOEDSEL

► 42% van de consumenten heeft een ander voedingspatroon sinds het begin van de crisis

Oriëntatie op boodschappen¹⁾



Prijsvergelijken

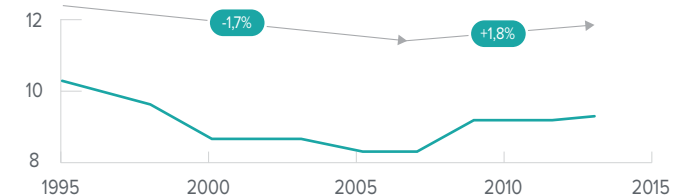


x% Relatieve verandering consumentengedrag '11-'13
 ■ % van consumenten

PERCEPTIE PRIJS VAN FAIRTRADEPRODUCTEN, 2011

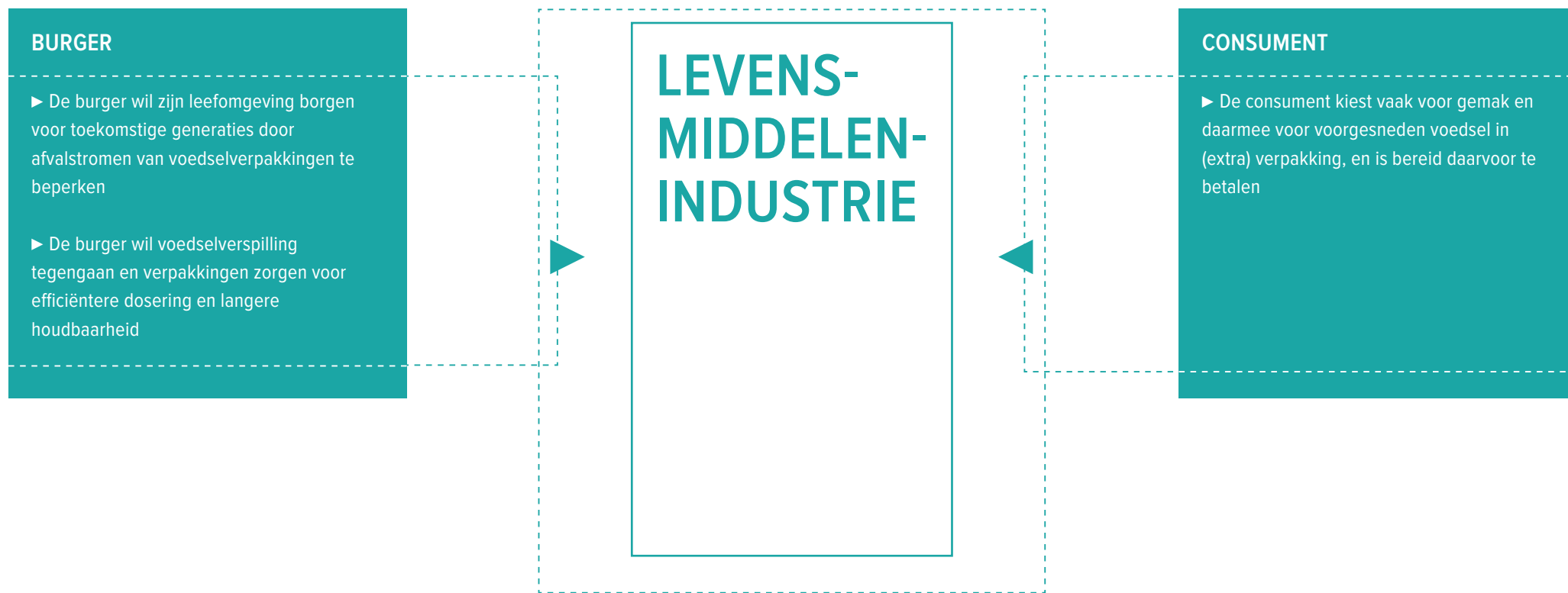
► 48% van de Nederlanders vindt het prijsverschil tussen fairtrade producten en reguliere levensmiddelen te groot
 ► 76% van de Nederlanders zou meer geneigd zijn om fairtrade producten te kopen als deze in de aanbieding zijn

AANDEEL VOEDSEL IN CONSUMENTENBESTEDINGEN [%]



x% Jaarlijkse groei 1995-2007 en 2007-2013 [%]

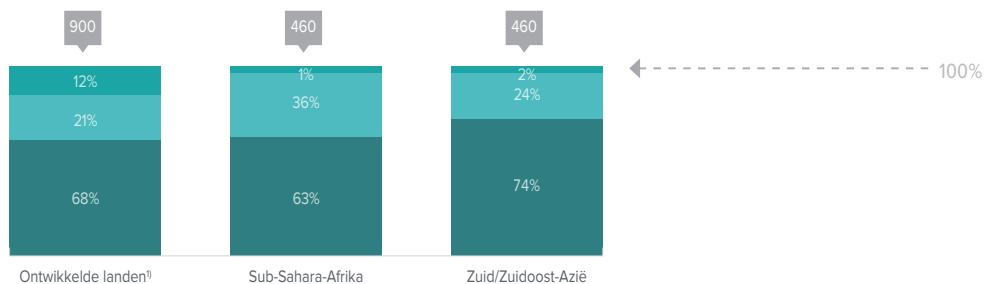
UITDAGING: BALANCEREN VAN VERPAKKINGSAFVAL, VOEDSELVERSPILLING EN GEMAK



DE CONSUMENT IN ONTWIKKELDE LANDEN VERSPILT ~12% VAN HET VOEDSEL

VOEDSELVERSPILLING WERELDWIJD

Totale voedselproductie en -verlies, schattingen 2011 [kg/jaar/persoon]

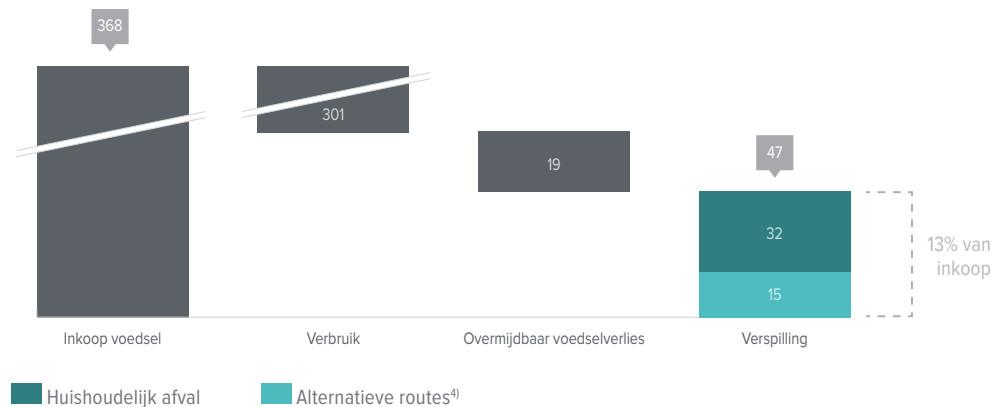


■ Voedselverlies (Consument)
 ■ Voedselverlies (Productie tot retail)²
■ Consumptie

- ▶ ~800 miljoen mensen in de wereld hebben niet genoeg eten
- ▶ ~1/3 van het geproduceerde voedsel wereldwijd wordt weggegooid

VOEDSELVERSPILLING NEDERLAND

Voedselverspilling van vast voedsel³ per persoon [kg/jaar]



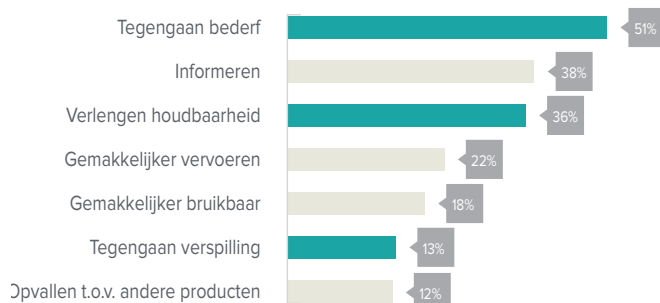
- ▶ Jaarlijkse voedselverspilling in Nederland: 1,8 tot 2,7 Mton (2013)
- ▶ Verspilling van voedsel door de consument kost jaarlijks EUR 2,5 mld, dat is ruim EUR 150 per persoon per jaar

1) Europa, Noord-Amerika en Oceanië; 2) Het gaat hier om verlies tijdens landbouw, productie, opslag, transport, verwerking en verpakking en retail (supermarkten); 3) Inclusief melkproducten en olie, maar exclusief dranken en ander vloeibaar voedsel; 4) Alternatieve routes omvatten verliezen via gootsteen en toilet (riool), het voeren van dieren en thuiscomposteren

VERPAKKING KAN WORDEN INGEZET OM VERSPILLING TEGEN TE GAAN EN SPEELT EEN BELANGRIJKE ROL IN DE CONSUMENTENVRAAG NAAR GEMAK

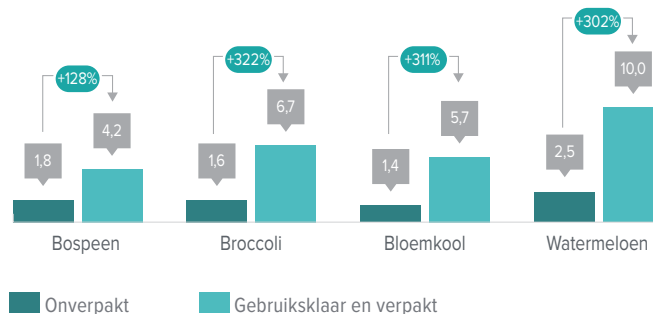
VERPAKKING EN VOEDSELVERSPILLING EN -BEDERF

Perceptie Nederlander van functie productverpakking¹⁾, 2013



VERPAKKING EN GEMAK

Voorbeelden van prijsverschil tussen onverpakt en verpakte gebruiksklare groenten bij Albert Heijn [EUR/kg, november 2015]



► De consument heeft behoefte aan het gemak van verpakt gebruiksklaar voedsel en is bereid daarvoor extra te betalen

FUNCTIE PRODUCTVERPAKKING

- Beschermen en bijhouden van producten
- Communiceren productinformatie (herkomst ingrediënten, keurmerk) en reclame-uitingen
- Verlengen houdbaarheid
- Efficiënter doseren bij consumptie
- Toegankelijk maken van aanbod voor consument

1) De Nederlander werd gevraagd naar de twee belangrijkste functies van productverpakking

CONSUMENTEN KIEZEN VOOR HET MEEST VERSE PRODUCT IN EEN SCHAP, VOOR HET GEMAK VAN EEN ZO LANG MOGELIJKE HOUDBAARHEIDSDATUM

dS De
Standaard

DELHAIZE VINDT SIMPELE OPLOSSING OM VERSPILLING TEGEN TE GAAN

19/08/2015

Supermarktketen Delhaize vraagt zijn personeel om producten met een langere houdbaarheidsdatum niet direct in de rekken te leggen. 'Anders raken de eerste in de rij nooit verkocht.'

Dagelijks blijft Delhaize met zo'n 35.000 niet verkochte maaltijden zitten. Dat kost niet alleen geld, het is ook verspilling, zegt woordvoerder Roel Dekelver. 'Een deel kunnen we wel wegschenken, maar wat vervallen is, moeten we vernietigen. Daarom zoeken we oplossingen. Bij onszelf, maar ook bij de klant.'

Veel klanten plukken maar al te graag het achterste pakje uit de rekken, op zoek naar de verste houdbaarheidsdatum. Met als resultaat dat de eerste pakjes in de rij amper of zelfs nooit in een karretje belanden.

Delhaize heeft daarvoor een simpele oplossing uitgedokterd. 'We vragen het personeel om minder in de rekken te leggen. Zo hebben producten in de winkel doorgaans een gelijkaardige houdbaarheidsdatum. Kroppen sla van vijf, zes of zeven dagen bijvoorbeeld. Verre datums komen er pas bij als er niet meer voldoende is. Op die manier heeft het geen zin meer om nog naar het achterste pakje of zakje te zoeken.'

TI FOOD
NUTRITION

PROJECT: REDUCTIE VAN VERSPILLING IN VERSE EN GEKOELDE PRODUCTEN

De Nederlandse levensmiddelenindustrie en retail onderzoeken in het publiek-private instituut TI Food & Nutrition (TIFN) hoe verspilling tegen te gaan.

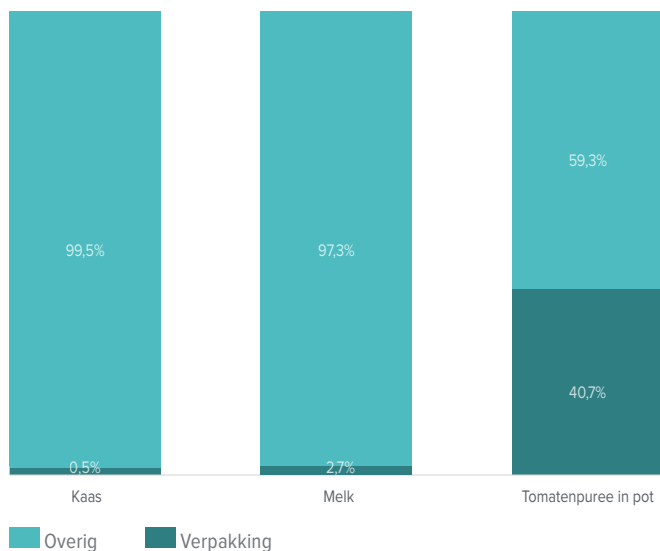
TIFN onderzoekt in dit project het bederf van etenswaren, zowel vanuit microbiel bederf als achteruitgang van zintuiglijke achteruitgang van etenswaren, en manieren om verspilling tegen te gaan.

Onderdeel van het berekenen van de meest optimale logistieke ketens is het selectiegedrag van consumenten in winkels. Bij sla en vlees heeft TIFN deze factor als relevant bevonden.

VERPAKKING BEÏNVLOEDT DE DIRECTE LEEFOMGEVING - ALS ONDERDEEL VAN DE FOOTPRINT VAN EEN PRODUCT EN ALS ZWERFAFVAL

AANDEEL VERPAKKING IN LEVENSCYCLUSANALYSE (LCA)

Aandeel van verpakking in de LCA van voorbeelden van levensmiddelen in termen van uitstoot van CO2-equivalenten



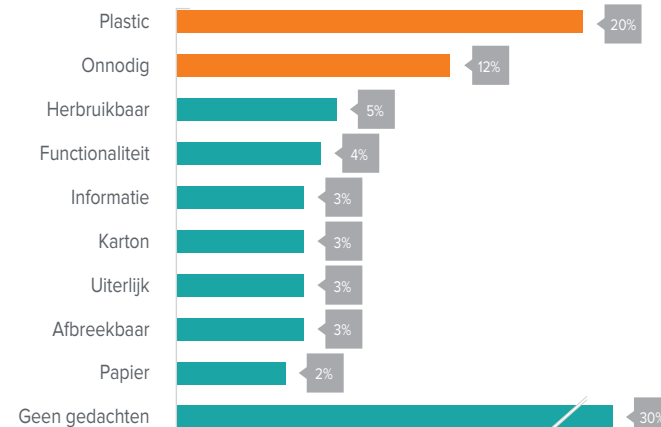
PERCEPTIE NEDERLANDSE BURGER VAN ZWERFAFVAL

Aandeel Nederlanders dat zich stoort aan zwerfafval, 2012 [%]



PERCEPTIE NEDERLANDSE BURGER VAN PRODUCTVERPAKKING

Primaire gedachten over productverpakking Nederlander, 2013



Appendix C:

Voorbeelden van
initiatieven



Appendix C

PARTIJEN VAN BINNEN EN BUITEN DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE NEMEN HET INITIATIEF IN MAATSCHAPPELIJKE VRAAGSTUKKEN

Voorbeelden van initiatieven - Gezondheid

INITIATIEVEN	PARTICIPANTEN	DOELSTELLINGEN	RESULTATEN TOT OP HEDEN
Jongeren Op Gezond Gewicht	(Lokale) samenwerking tussen gemeenten, NGO's, en bedrijfsleven waaronder de levensmiddelenindustrie	<ul style="list-style-type: none">▶ Aanduidbare stijging aantal jongeren op gezond gewicht▶ 1 miljoen kinderen en jongeren bereiken in 2020	<ul style="list-style-type: none">▶ Meer dan 100 participerende gemeenten▶ Lokaal 10 tot 20% daling van kinderen met overgewicht
Akkoord Verbetering Productsamenstelling	Ministerie van VWS, FNLI, CBL, Veneca en KHN	<ul style="list-style-type: none">▶ Verminderen van zout, verzadigd vet, en calorieën (suiker en vet) in producten▶ Maximumnormen per productcategorie	<ul style="list-style-type: none">▶ Doelen en afspraken voor 10 productcategorieën vastgelegd▶ Onder andere 30% minder zout in groentenconserven en peulvruchten
De gezonde sportkantine	Ministerie van VWS, KHN, NOC*NSF, MVV Nederland, Voedingscentrum, KNHB, KNLTB en Stichting JOGG	<ul style="list-style-type: none">▶ Gezonde keuze stimuleren in sportkantines▶ 300 verenigingen advies op maat geven in 2015	<ul style="list-style-type: none">▶ Formulering Richtlijnen Gezondere Sportkantines▶ 369 sportkantines actief in 136 gemeenten (mei 2015)
Onlineplatform Voeding Vooruit	FNLI-leden	Activiteiten bedrijfsleven rondom voeding en gezondheid inzichtelijk maken voor stakeholders en consumenten	Op www.voedingvooruit.nl tonen levensmiddelenproducenten hun initiatieven voor een gezonde leefstijl

Appendix C

PARTIJEN VAN BINNEN EN BUITEN DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE NEMEN HET INITIATIEF IN MAATSCHAPPELIJKE VRAAGSTUKKEN

Voorbeelden van initiatieven - Verduurzaming

INITIATIEVEN	PARTICIPANTEN	DOELSTELLINGEN	RESULTATEN TOT OP HEDEN
Agenda verduurzaming voedsel	Ministerie van EZ en Alliantie Verduurzaming Voedsel (LTO, FNLI, CBL, Veneca en KHN)	<ul style="list-style-type: none">▶ Significant duurzamere productie en distributie in 2020▶ Vermindering voedselverspilling in 2020 t.o.v. 2013	<ul style="list-style-type: none">▶ Jaar tegen Voedselverspilling 2014 leidt tot veel initiatieven▶ Focus 2015 op monitoring en belemmeringen regelgeving
Task Force Duurzame Palmolie	Brancheorganisaties, NGO's en palmolieketen	Alle palmolie die in NL voor de Nederlandse markt wordt verwerkt in voedingsmiddelen en voedertoepassingen is RSPO gecertificeerd in 2015	Groei aandeel duurzame palmolie in Nederlandse levensmiddelenindustrie van 30% (2011) naar 72% (2014)
No Waste Network	Ministerie van VWS, KHN, NOC*NSF, MVV Nederland, ▶ Voedingscentrum, KNHB, KNLTB en Stichting JOGG	<ul style="list-style-type: none">▶ Verhogen waarde voedselresten▶ Reduceren voedselverspilling	Veel en gevarieerde initiatieven van bedrijven en instellingen uit de gehele agrofoodketen
Plastic Heroes	Verpakkend bedrijfsleven, vertegenwoordigd in Afvalfonds Verpakkingen, en gemeenten	In 2017 52% van plastic verpakkingsafval recycleren	<ul style="list-style-type: none">▶ Inzameling en recycling van 130 kton plastic afval in 2014▶ Doelstelling 2014 (44%) ruimschoots gehaald
Duurzame Zuivelketen	Nederlandse Zuivel Organisatie en LTO Nederland	Klimaatneutrale ontwikkeling, continue verbetering van dierenwelzijn, behoud van weidegang, biodiversiteit en milieu	LEI monitort jaarlijks de resultaten; veel al bereikt in bv. energie-efficiëntie, verantwoorde soja en antibioticagebruik

Appendix C

PARTIJEN VAN BINNEN EN BUITEN DE LEVENSMIDDELENINDUSTRIE NEMEN HET INITIATIEF IN MAATSCHAPPELIJKE VRAAGSTUKKEN

Voorbeelden van initiatieven - Veiligheid en maatschappij

INITIATIEVEN VEILIGHEID	PARTICIPANTEN	DOELSTELLINGEN	RESULTATEN TOT OP HEDEN
Taskforce Voedselvertrouwen	Ministeries van VWS en EZ, levensmiddelenindustrie, NVWA	<ul style="list-style-type: none">▶ Herstellen voedselvertrouwen bij consument▶ Borgen publieke en private voedselveiligheid en -integriteit	<ul style="list-style-type: none">▶ Kwaliteitsschema's en criteria vastgesteld▶ Lancering website ketenborging.nl in 2014
Digitale etiketinformatie	FNLI, CBL, Ministerie van VWS, GS1 Nederland	<ul style="list-style-type: none">▶ Registratie en uitwisseling etiketinformatie levensmiddelen▶ Transparantie en informatievoorziening voor consument	Etiketinformatie van ruim 100.000 producten ingevoerd in online database: GS1 Data Source

INITIATIEVEN MAATSCHAPPIJ	PARTICIPANTEN	DOELSTELLINGEN	RESULTATEN TOT OP HEDEN
Taskforce Human Capital Agenda Food	FNLI, overheid, bedrijven, Stichting Opleidingsfonds Levensmiddelenindustrie (SOL), onderwijsinstellingen	<ul style="list-style-type: none">▶ Aansluiting tussen onderwijs en arbeidsmarkt▶ Beantwoorden verwacht tekort technisch geschoold personeel	<ul style="list-style-type: none">▶ Inventarisatie regionale instroombehoefte vanuit bedrijven in 2014▶ Pilot week van de levensmiddelenindustrie 2015
Sectorplan Levens- middelenindustrie	FNLI, FNV, CNV, SOL, Ministerie van SZW	<ul style="list-style-type: none">▶ Structurele aanpak van werkgelegenheid in levensmiddelenindustrie	<ul style="list-style-type: none">▶ EUR 67 m beschikbaar, waarvan EUR 20 m overheid en EUR 47 m bedrijfsleven

Colofon

Spreek Smakelijk is een publicatie van:

Federatie Nederlandse Levensmiddelen Industrie (FNLI) &
Roland Berger

Vormgeving: IN10, Rotterdam

Beeld: stockfotografie FNLI via Getty Images; stockfotografie
Roland Berger via Fotolia; fotografie door Nathalie de Vilder bij
CSK en Holiday Ice, 2015.

FNLI, Den Haag

T: +31 70 336 51 50

E: info@fnli.nl

W: www.fnli.nl

Roland Berger B.V., Amsterdam

T: + 31 20 79 60 600

W: www.rolandberger.nl

©FNLI, april 2016

