

05 februari 2016

Hongerige foodsector vindt het groeipad weer

- In 2016 en 2017 groeit de sector food weer
- Faillissementen in de foodsector met ruim 25% gedaald in 2015
- Veiligstellen van duurzame grondstoffen is speerpunt

Consument geeft meer uit aan voeding

Ruim 57 miljard euro gaven consumenten in 2015 uit aan voedsel. Zo blijkt uit gegevens van het Food Service Instituut Nederland (FSIN). Dit is slechts 2,7% meer dan in 2008, maar na de krimp in 2014 lijkt het positieve consumentenvertrouwen zich ook te vertalen in meer uitgaven aan voeding. De verwachting is dan ook dat met het ingezette economische herstel en een verdere toename van de particuliere consumptie ook de uitgaven aan voeding de komende jaren verder zullen toenemen. Voor 2016 en 2017 verwacht ABN AMRO een gemiddelde toename van een kleine 2% in de uitgaven van de Nederlandse consument aan voedsel. Deze groei zal met name voortkomen uit de toename in buitenshuis consumptie. De toenemende behoefte aan gemak en beleving zorgen ervoor dat uitgaven

aan voedsel buitenshuis in de lift zitten. Dit wordt versterkt door dat er meer eenpersoonshuishoudens en tweeverdieners zijn die het zichzelf gemakkelijk willen maken. Met name de klassieke horeca en gemakszaken (bijv. op stations) profiteren hiervan. Naast de groei in buitenshuis consumptie nemen ook de voedseluitgaven voor thuisconsumptie de komende jaren verder toe. Weliswaar zal de groei hier licht achterblijven bij de groei van de buitenshuis consumptie, maar ook de supermarkten zullen profiteren van de positief gestemde consument. Ook de uitgaven aan voedsel via het online verkoopkanaal zullen hier de vruchten van plukken. Voor speciaalzaken blijft het lastig om een bestendig inkomen te genereren. Hier voorzien wij dan ook krimp ([zie ook onze retailprognoses](#))

Prognoses naar (sub)sector

Bron: CBS, ABN AMRO Economisch Bureau, betreft volumemutaties
* V&G staat voor voedings- & genotmiddelen, **betreft omzetprognose

%-mutaties op jaarbasis	2014	2015	2016	2017
Food	-0,9	0,0	1,5	2,0
Zuivelindustrie	1,2	6,0	3,5	2,5
AGF-industrie	-1,7	-1,5	0,5	1,0
Vleesindustrie	4,0	2,3	1,5	0,5
Visindustrie	1,1	2,3	2,5	3,0
Brood- & deegwarenindustrie	0,9	1,2	1,0	1,0
Drankenindustrie	-1,4	1,1	0,5	1,0
Overige V&G*-industrie	-6,7	-8,7	-1,0	0,5
V&G* Groothandel**	0,4	2,1	2,5	2,5

Kerncijfers Nederlandse economie

Bron: CBS, ABN AMRO Economisch Bureau.

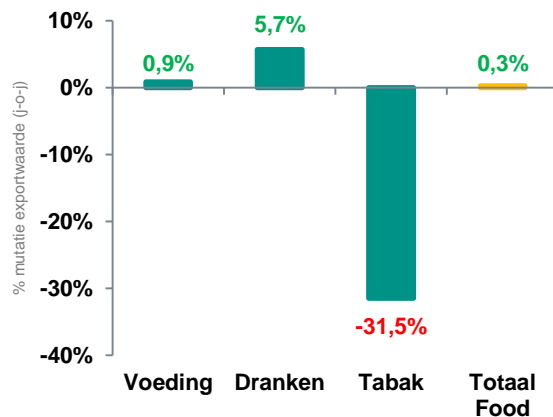
%-mutaties op jaarbasis	2014	2015	2016	2017
BBP	1,0	2,0	2,0	2,1
Particuliere consumptie	0,0	1,5	1,8	2,1
Overheidsconsumptie	0,3	0,1	1,2	0,9
Investeringen	3,5	10,3	4,0	4,0
Uitvoer	4,0	4,4	3,8	4,9
Invoer	4,0	5,2	5,2	5,5
Consumentenprijsindex	1,0	0,6	0,8	1,6
EUR/USD (ultimo)	1,21	1,09	1,00	1,10
EUR/GBP (ultimo)	0,80	0,74	0,75	0,70

Export belangrijk voor foodsector...

Net als voor de hele Nederlandse economie is de export ook voor de foodsector een belangrijke groeimotor. In 2015 is er voor een bedrag van circa EUR 60 miljard aan voeding, drank en tabak geëxporteerd vanuit Nederland naar de rest van de wereld. Een krappe 90% hiervan betreft de export van verse en bewerkte voedselproducten. De overige 10% komt voor rekening van dranken en tabak. Met name de laatste categorie heeft het lastig. Door het verdwijnen van de fabriek van Philip Morris uit Nederland is de export van tabak in 2015 gedaald met 31,5%. De groei van de exportwaarde van voeding (+0,9%) en dranken (+5,7%) zorgen er echter nog voor dat de export in 2015 niet is gedaald (zie figuur 1).

Figuur 1: Forse daling tabaksexport in 2015

Bron: CBS



... met voornaamste groei buiten eurozone...

De positieve cijfers voor de export van voedingsproducten komen met name tot stand door groei buiten de eurozone. Positieve valuta-effecten als gevolg van de verzwakte euro zorgen voor exorbitante groeicijfers in landen als het Verenigd Koninkrijk, Verenigde Staten en Zwitserland. In twee jaar tijd was de groei in deze landen respectievelijk 5,9%, 20,4% en 27,5%. Dit terwijl de groei naar het belangrijkste exportland Duitsland in diezelfde periode 2,8% bedroeg en vorig jaar zelfs stabiliseerde. Ook de impact van de Russische voedselboycot wordt gevoeld. De export naar Rusland is in de afgelopen 2 jaar met ruim 52,1% gedaald.

De belangrijkste continentale groeimarkt van de afgelopen jaren is Azië met een groei van ruim 19,6% over de afgelopen 2 jaar. Inmiddels gaat hierdoor ruim 10,4% van de totale exportwaarde naar het continent waar over 25 jaar ruim 5 miljard monden te voeden zijn volgens voorspellingen van de Wereldbank.

... ook in 2016

In 2016 zal de exportgroei doorzetten. De zwakke euro zorgt ook dit jaar voor een extra stimulans in export naar landen buiten de eurozone. De afkoeling van de Chinese economie, zal voor de export van voedsel niet direct een negatief effect hebben. Ook met een economische groei in dat land van 6,5% in 2016 en 6% in 2017 blijft de welvaart en

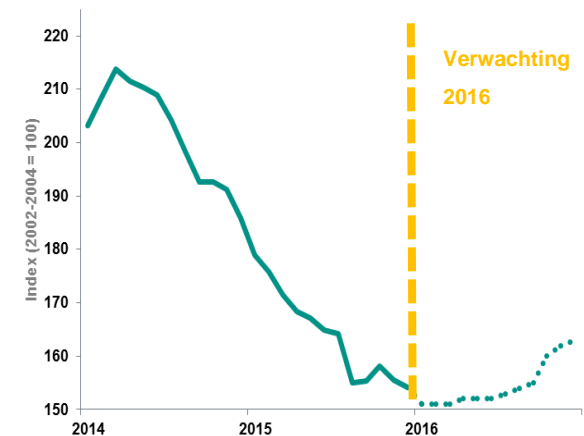
daarmee de behoefte aan meer gevarieerd (vaak westers) eten toenemen. Dit beeld wordt kracht bijgezet door de statistieken, waaruit blijkt dat de Nederlandse export van voeding naar China in 2015 met ruim 14% is toegenomen.

Lage grondstofprijzen leiden tot goedkopere inkoop

De voedselindustrie maakt op grote schaal gebruik van voedselgrondstoffen. De prijzen van deze grondstoffen staan al jaren onder druk. Ook in 2015 zijn de grondstofprijzen met ruim 19,5% gedaald (figuur 2). Hierbij spanden zuivel en suiker de kroon met dalingen van respectievelijk 29% en 22%. Belangrijkste reden voor de daling van voedselgrondstofprijzen betreft overcapaciteit die boven de markt hangt.

Figuur 2: Dal grondstofprijzen bereikt, verwacht herstel in 2016

Bron: FAO, ABN AMRO Economisch Bureau



Deze lagere inkoopwaarde wordt deels doorberekend in de verkoopprijzen, maar zorgt ook voor een positief effect op de winstmarges van de foodindustrie. Voor 2016 verwachten wij dat er een kentering gaat komen in de prijsdaling van grondstoffen die reeds jaren aanhoudt. Dit leidt nog niet direct tot forse prijsstijgingen, waardoor de producenten aan de inkoopzijde ook dit jaar nog profiteren van lagere prijzen vanwege lagere inkoopkosten.

Daling van het aantal faillissementen...

De aantrekkende economie heeft een positief effect op het aantal faillissementen in de foodsector. Voor het tweede jaar op rij daalde het aantal faillissementen in deze sector (zie figuur 3). Na een daling van 16,9% in 2014 bedroeg de daling in 2015 zelf 25,4%. Hiermee zit het aantal faillissementen in de foodsector op het niveau van voor de grote recessie.

Figuur 3: Aantal faillissementen in foodsector daalt

Bron: CBS



...maar uitdagingen genoeg

Ondanks het dalend aantal faillissementen en de positieve vooruitzichten zijn er voor de foodsector nog voldoende uitdagingen om een toekomstbestendige koers te kunnen varen. De belangrijkste trends en ontwikkelingen waarmee ondernemers in de foodsector rekening dienen te houden zijn:

Consumententrends

Een aantal trends versterkt zich de komende jaren. Vergrijzing, de toename van het aantal eenpersoonshuishoudens en de behoefte aan een meer verantwoord eetpatroon. Hier kan de industrie op inspelen door bijvoorbeeld kleinere porties aan te bieden in grote variëteit. Daarbij blijft de consument onverminderd gevoelig voor gemak (waaronder verdere groei van het online foodkanaal), gezondheid en kwaliteit. Ten aanzien van de kwaliteit van de producten kan er nog een slag gemaakt worden op het gebied van bijvoorbeeld traceerbaarheid, procesverbetering en ketenverkorting. Transparantie is hierbij het sleutelwoord.

Voedselverspilling

Kansen en mogelijkheden op dit gebied zijn er ten aanzien van het minimaliseren van reststromen. Dit kan enerzijds door productietechnieken aan te passen, waardoor minder reststromen uit een proces overblijven. Vaak zijn deze oplossingen veelal technologisch van aard en vindt langdurige

ontwikkeling op dit gebied plaats. Naast het minimaliseren van reststromen kan er ook gekeken worden naar het verwaarden van reststromen. Dit kan door ze te hergebruiken, combineren of een alternatieve manier van afzet te creëren. Verder kan verspilling worden tegengegaan door voedselverlies in de gehele keten te beperken. Hiervoor is samenwerking nodig, maar ook ontwikkeling op het gebied van recyclebare verpakkingen.

Sourcing

Dit is een thema wat blijft leven. Het veiligstellen van je grondstoffen in hoeveelheid en ook ten aanzien van kwaliteit en duurzaamheid. Producenten trachten hier op verschillende manieren mee om te gaan. Vaste leveranciers met langjarige contracten lijkt hierbij in de versindustrie versneld terrein te winnen. Daarnaast is er een aantal producenten dat de keten verkort door grondstoffenproductie voor eigen rekening te nemen.

Politiek

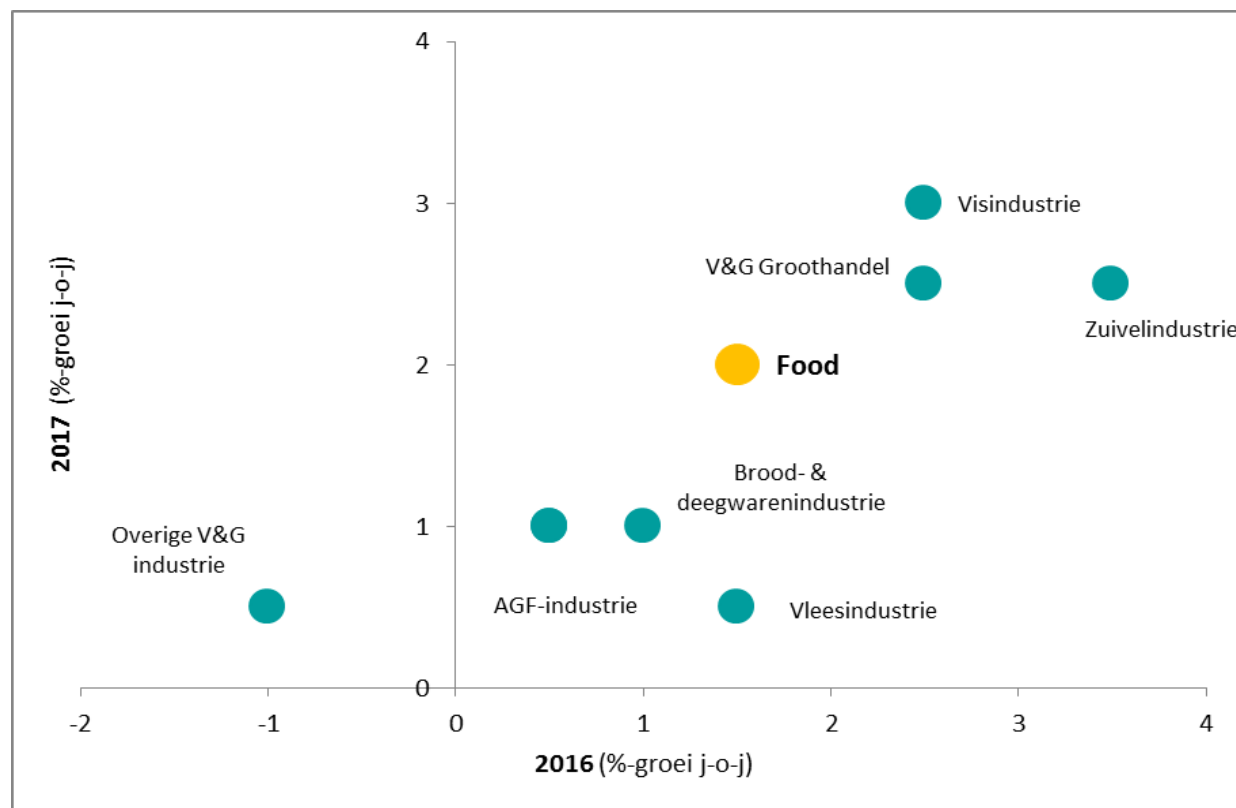
Wel of geen suikertaks? Accijnsverhoging, BTW-verhoging en doorpakken in regelgeving ten aanzien van digitalisering zijn allerlei vraagstukken die zorgen voor aanpassingen in het verdienmodel van ondernemers in de foodsector. Daarnaast speelt de internationale politieke onrust een rol op de exportmarkt, die tot beperkingen kan leiden ten aanzien van zowel import als export van voedingsmiddelen en grondstoffen.

Ondanks uitdagingen wel groei

De Foodsector gaat groeien in 2016 en 2017. Ondanks deze groeiverwachting zijn er wel verschillen tussen de verschillende branches. Zo groeit bijvoorbeeld de visindustrie veel harder dan de overige V&G-industrie (zie figuur 4). Daarnaast heeft elke subsector zijn eigen uitdagingen.

Figuur 4: Prognoses subsectoren food

Bron: ABN AMRO Economisch Bureau, betreft volumemutaties



In de **AGF-industrie** blijft het verder optimaliseren van de keten een belangrijk speerpunt. In het begin van de keten speelt sourcing een belangrijke rol, wat afgestemd moet worden op de groeiende hoeveelheid concepten aan het einde van de keten. Daarbij zien we een betere waardering van het Nederlandse product door de retailers. Duurzaamheid, voedselveiligheid en -kwaliteit spelen een grote rol bij deze waardering. De meerwaarde die geboden kan worden in het

meedenken in deze concepten ten aanzien van een goede planning met jaarrond consistente productkwaliteit wordt als waardevol ervaren door de retailers. Hierdoor wordt ook getracht prijsvolatiliteit uit te sluiten. Deze ontwikkeling alsmede de toenemende behoefte aan gezond voedsel zorgen voor een bestendige groei van de AGF-industrie in de komende jaren. Hiermee wordt de daling van de afgelopen jaren naar de achtergrond geduwd.

De **brood- & deegwarenindustrie** kent al jaren een eigen dynamiek. Vanwege het lastig realiseren van productinnovaties en toenemende druk op de vraag naar producten omwille van het wat verstofte imago zit deze industrie al ruime tijd in een optimaliseringsslag. Kostenbesparing door schaalgrootte en automatisering zijn hierbij cruciaal gebleken. Met het aantrekken van de economie en de bredere aandacht vanuit de retail voor broodproducten zien wij een bestendige groei de komende jaren. De focuspunten voor de brood- & deegwarenindustrie zijn daarbij nog wel efficiency en ook meer aandacht voor ambacht en kwaliteit. De brood- & deegwareindustrie kenmerkt zich verder door een grote mate van afhankelijkheid van de binnenlandse markt. Hierdoor profiteert de branche van positieve economische ontwikkeling binnen Nederland.

De **drankenindustrie** kenmerkt zich juist meer door de sterke afhankelijkheid van de exportmarkt. Deze zit in de lift, getuige de groeicijfers zoals eerder besproken. Binnen de drankenindustrie zijn met name overheidsbeslissingen ten aanzien van wet- en regelgeving rondom alcoholische dranken en suiker (frisdranken) belangrijk voor de ontwikkeling van deze branche. Daarnaast speelt met name duurzaamheid ten aanzien van verpakkingsmaterialen een grote rol. Al met al verwachten wij een gematigde groei van 0,5% (2016) tot 1,0% (2017) voor de drankenindustrie.

Eén van de best presterende branches in de komend jaren is de **visindustrie**. Verschuiving in eetpatronen van vlees naar vis en het toenemende aantal flexitariërs zorgt naast het gezonde imago van visproducten voor een toename in de consumptie. Deze toenemende vraag zorgt samen met lage brandstofprijzen voor een positieve ontwikkeling van het rendement voor primaire vissers, alsmede voor gunstige ontwikkelingen voor de visindustrie en handel. Belangrijk aandachtspunt in deze keten betreft ook duurzame sourcing. Waar komt de vis vandaan, hoe is deze gevangen en verwerkt? Certificeringen zoals MSC en ASC dragen in het kader van MVO bij aan het antwoord op deze vragen.

Zoals hierboven al geschetst zien we dat in het veranderende eetpatroon van de westerse consument minder ruimte is voor

vleesproducten. Daarnaast zorgt druk vanuit de publieke opinie op dierenwelzijn en gebruik van antibiotica voor een deuk in het imago van vleesproducten. De **vleesindustrie** is samen met ketenpartners op zoek naar een antwoord. Dit antwoord lijkt gevonden in de productie van vlees in concepten (bijv. “kip van morgen”) of met keurmerken die door de consument als betrouwbaar en positief worden ervaren (bijv. “beter leven vlees”). Ook hiervoor geldt dat sourcing een belangrijk thema is. Het gaat hier met name om de voldoende beschikbaarheid van “keurmerk vlees”. Voor de exportmarkt blijft kostprijsefficiency het allerbelangrijkste thema. De belangrijkste groeiemarkt hierbij blijft Azië. Al met al zien we ook voor de vleesindustrie een bescheiden groei in de komende jaren.

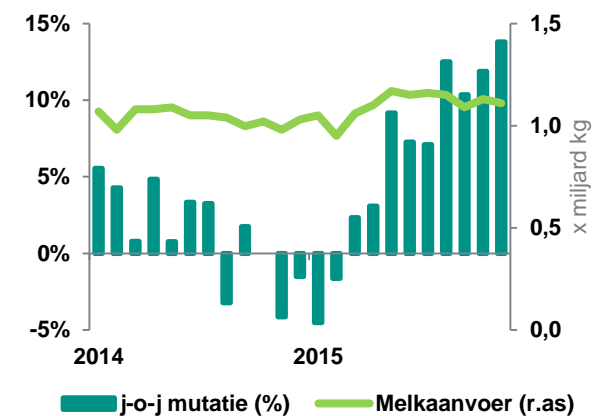
“Bij produceren voor de exportmarkt blijft kostprijsefficiency het belangrijkste thema”

Een andere branche waarbij veel over de sourcing wordt gesproken is de **zuivelindustrie**. Het vraagstuk wat hier nu voorligt is echter niet waar het vandaan moet komen, maar hoe de hoeveelheid melk binnen de perken kan worden gehouden. Voor de Nederlandse zuivelindustrie is derhalve van

groot belang wat er besloten gaat worden ten aanzien van fosfaatregelgeving voor melkveehouders. Om tot een oplossing voor het mestoverschot te komen denkt ook de industrie mee, zodat zij verzekerd blijven van hun toekomstige melkleveranties. Met het afschaffen van het melkquotum sinds 1 april 2015 is de hoeveelheid geproduceerde zuivel fors toegenomen (zie figuur 5). Doordat gelijktijdig de vraag vanuit de belangrijkste afzetmarkten China en Rusland tegenviel is er druk op de prijzen ontstaan. Over de toekomst zijn we nog altijd positief gestemd. We zien een mondiale groei in de vraag naar zuivelproducten in combinatie met de mogelijkheid tot het breed kunnen toevoegen van waarde, via diverse producten en marktcombinaties als de belangrijkste groeipijlers voor de zuivelindustrie.

Figuur 5: Forse toename zuivelproductie

Bron: CBS



De **overige foodindustrie** werd het afgelopen jaar zwaar getroffen door het grotendeels wegvallen van de tabaksindustrie. Verder stond de overige foodindustrie onder druk doordat het economisch wat minder ging. Binnen deze categorie valt bijvoorbeeld ook de snoep- & snacks industrie. Deze branche heeft druk ondervonden van de economische crisis. Daarnaast is er continue druk op producten met een minder gezond imago. De industrie probeert hierop in te spelen door in kleinere verpakkingen en met een aanpassing van de ingrediënten (bijv. minder suiker) te produceren. Het komend jaar gaat deze branche het nog lastig hebben. Voor 2017 verwachten wij wel weer groei voor de overige foodindustrie.

Door de groei in bijna alle branches van de foodindustrie profiteert ook de **groothandel in foodproducten**. Meer vraag naar (verantwoorde) voedingsproducten leidt tot meer handel. Efficiency en just-in-time levering zijn belangrijke aspecten voor de handel om in te zetten. Daarnaast moet deze schakel zorgen voor een vernieuwd bestaansrecht in de keten op het moment dat vele producenten in gesloten kortere ketens aan het werk gaan. Ontzorgen van ketenpartners is hierbij belangrijk een belangrijk aspect.

Economisch Bureau | Nederland

Contactgegevens ABN AMRO | Economisch Bureau Nederland:

	Aandachtsgebied	Telefoonnummer:	E-mailadres:
Jacques van de Wal (hoofd)	Algemeen	020 628 0499	jacques.van.de.wal@nl.abnamro.com
Eric Huliselan	Zakelijke Dienstverlening	020 628 2138	eric.huliselan@nl.abnamro.com
Casper Burgering	Industrie (w.o. industriële materialen)	020 383 2693	casper.burgering@nl.abnamro.com
Nadia Menkveld	Transport & Logistiek	020 628 6441	Nadia.menkveld@nl.abnamro.com
Frank Rijkers	Agrarisch, Food, Agrarische grondstoffen	020 628 6437	frank.rijkers@nl.abnamro.com
Sonny Duijn	Retail, TMT	020 343 6535	sonny.duijn@nl.abnamro.com
Hans van Cleef	Olie & Gas, Utilities	020 343 4679	hans.van.cleef@nl.abnamro.com
Madeline Buijs	Bouw, Real Estate	020-383 8201	madeline.buijs@nl.abnamro.com
Theo de Kort	Informatieanalist, Autoretail	020 628 0489	theo.de.kort@nl.abnamro.com
Nico Klene	Macro-economie	020-625 4204	nico.klene@nl.abnamro.com
Philip Bokeloh	Woningmarkt, Macro-economie	020-383 2657	philip.bokeloh@nl.abnamro.com

Volg ons ook op Twitter: [@ABNAMROeconomen](https://twitter.com/ABNAMROeconomen)

Disclaimer

This document has been prepared by ABN AMRO. It is solely intended to provide financial and general information on the food market. The information in this document is strictly proprietary and is being supplied to you solely for your information. It may not (in whole or in part) be reproduced, distributed or passed to a third party or used for any other purposes than stated above. This document is informative in nature and does not constitute an offer of securities to the public, nor a solicitation to make such an offer.

No reliance may be placed for any purposes whatsoever on the information, opinions, forecasts and assumptions contained in the document or on its completeness, accuracy or fairness. No representation or warranty, express or implied, is given by or on behalf of ABN AMRO, or any of its directors, officers, agents, affiliates, group companies, or employees as to the accuracy or completeness of the information contained in this document and no liability is accepted for any loss, arising, directly or indirectly, from any use of such information. The views and opinions expressed herein may be subject to change at any given time and ABN AMRO is under no obligation to update the information contained in this document after the date thereof.

Before investing in any product of ABN AMRO Bank N.V., you should obtain information on various financial and other risks and any possible restrictions that you and your investments activities may encounter under applicable laws and regulations. If, after reading this document, you consider investing in a product, you are advised to discuss such an investment with your relationship manager or personal advisor and check whether the relevant product –considering the risks involved- is appropriate within your investment activities. The value of your investments may fluctuate. Past performance is no guarantee for future returns. ABN AMRO reserves the right to make amendments to this material.

© ABN AMRO, 2016

Teksten zijn afgesloten op 02 februari 2016