nieuws

Duurzaamheidsroadmap moet voedselketen tegen 2025 duurzamer maken

nieuws

Tijdens de jaarlijkse algemene vergadering heeft Fevia, de federatie van de Belgische voedingsindustrie, zijn duurzaamheidsroadmap richting 2025 gelanceerd. Door middel van vier pijlers en 32 concrete actiepunten wil de voedingssector duurzamer worden en op die manier het vertrouwen van de consument behouden. Opvallende punten daarbij zijn de aandacht die er gaat naar eerlijke handelsrelaties in de toeleveringsketen, naar meer dierenwelzijn en naar lokale bevoorradingsketens.

29 NOVEMBER 2021 – LAATST BIJGEWERKT OM 30 NOVEMBER 2021 8:26

Lees meer over:
voedingsindustrie
duurzaam

De aandacht voor duurzaamheid is niet nieuw bij Fevia. “Sinds 2011 hebben we al drie sectorale duurzamaheidsverslagen uitgebracht”, zegt CEO Bart Buysse. “Het was de bedoeling om in 2020 een nieuw rapport klaar te hebben, maar door de coronapandemie hebben we dat een jaar uitgesteld. Meteen schakelen we ook een versnelling hoger met de eerste duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie.” Daarmee gaat de sector volgens de CEO verder dan ooit tevoren.

nieuws

Gevoeligheid van consumenten voor duurzaamheid neemt toe

19 NOVEMBER 2021

Consumentenbevraging als startpunt

Startpunt van de duurzaamheidsroadmap is een bevraging van de consument. “Op basis van hun verwachtingen hebben we de relevante uitdagingen voor de sector afgebakend”, klinkt het. Uit die bevraging blijkt dat voor 40 procent van de Belgen kwaliteit en duurzaamheid van voeding primeert op de prijs. Voor 22 procent primeert de prijs, terwijl nog eens 38 procent schippert tussen de twee. Zij hebben niet echt vertrouwen in de voedingsindustrie, zo bleek uit de onderzoeksresultaten die Fevia vorige week bekendmaakte.
Ook blijkt het aankoopgedrag van Belgen de jongste jaren gewijzigd. Meer seizoensgroenten en -fruit (35 procent), verse voeding (34 procent), producten met minder verpakking (32 procent), minder voedselverspilling (31 procent) en meer lokale producten (31 procent). De consument past zijn gewoonten vooral aan uit bezorgdheid over het klimaat. Een andere belangrijke vaststelling is dat vier op tien consumenten bereid is om meer te betalen voor een duurzaam product.

> **We zullen proberen om vrijwillige dierenwelzijnsstandaarden door een maximaal aantal bedrijven te laten naleven**

Duurzaamheidsroadmap Fevia

Dierenwelzijn hoog op verlanglijstje consument

Het vertrouwen verdienen van de consument is dan ook de eerste belangrijke pijler van de duurzaamheidsstrategie van de voedingssector. Voedselveiligheid en gezonde, maar ook lekkere voeding zijn daarbij voor de hand liggende aandachtspunten, maar Fevia merkte ook dat dierenwelzijn hoog op het verlanglijstje van de consument staat. “Met bijkomende, extralegale eisen willen we ons engagement op scherp stellen. We proberen daarbij vrijwillige standaarden door een maximaal aantal bedrijven te laten naleven”, liet afscheidnemend voorzitter Jan Vander Stichele optekenen.
Ook de groene transitie is een belangrijke pijler. "We sluiten ons aan bij de doelstelling van 55 procent minder CO2-uitstoot in de voedselketen. Sinds de jaren 1990 was er al een daling met 18 procent", aldus duurzaamheidscoördinator Anne Nachtergaele van Fevia. Ook de voedselverspilling moet tegen 2025 met 30 procent zijn gedaald tegenover 2005. Daarnaast mikt de federatie op de recyclage van verpakkingen en het voedselverlies moet teruggedrongen worden. Daarnaast wordt circulariteit een aandachtspunt.
De derde pijler in de roadmap houdt verband met toekomstbestendige loopbanen. Op die manier wil Fevia iets doen aan het tekort aan arbeidskrachten in de sector. Dat probleem is de jongste maanden nog toegenomen door de coronacrisis, klinkt het. Fevia kijkt hiervoor naar jobdagen en naar vorming van personeel.

Eerlijke handelspraktijken en lokale grondstoffen

De vierde pijler van de duurzaamheidsstrategie draait om waardecreatie, dat bij voorkeur samen moet gebeuren. Blijven innoveren en investeren zijn daarbij belangrijk, want die kunnen de competitiviteit van de voedingsbedrijven verbeteren. Op die manier kan de Belgische voedingsindustrie internationaal blijven meedraaien. Dat is belangrijk want in een klein land als België vormt export de motor van de groei voor de voedingsbedrijven.
Belangrijk voor land- en tuinbouw zijn twee andere doelstellingen die Fevia binnen deze pijler naar voor schuift. Zo engageert de voedingssector zich om te werken met duurzame landbouwgrondstoffen en om eerlijke handelsrelaties en -praktijken in de toeleveringsketen na te streven. Ook stelt de duurzaamheidsroadmap dat er bij voorkeur gekozen moet worden voor lokale grondstoffen. Fevia mikt daarbij op een stijging van het aantal nieuwe initiatieven rond lokale landbouw in de voedingsindustrie.
Lees verder onder de foto.

Anthony Botelberge volgt Jan Vander Stichele op als Fevia-voorzitter

Tijdens de jaarvergadering werd Jan Vander Stichele (Lotus Bakeries) in de bloemetjes gezet als afscheidnemend voorzitter. Hij wordt opgevolgd door Anthony Botelberge, eigenaar van het bedrijf Frigilunch en voorzitter van BreMA, de sectorfederatie van de bereide maaltijden in België.

Vander Stichele blikte terug op een bewogen periode als Fevia-voorzitter, met de brexit, de coronacrisis en nu ook de stijgende grondstofprijzen en productiekosten. “Ik wil jan Vander Stichele nadrukkelijk bedanken voor de manier waarop hij het Fevia-team mee door een turbulente episode heeft geloodst”, zegt CEO Bart Buysse.

“Na een veelbelovend begin in 2019, met een recordjaar voor de Belgische voedingsindustrie, moesten we snel schakelen naar een soort permanente crisismodus. Op zo’n moment is het enorm dankbaar om in tandem constructief met een voorzitter te kunnen samenwerken om de sector met zo weinig mogelijk kleerscheuren doorheen de coronastorm te navigeren.”

Kersvers voorzitter Botelberge mag de komende drie jaar dit traject verder zetten. “Met de gloednieuwe duurzaamheidsroadmap wil ik samen met de voedingsbedrijven de komende jaren een voortrekkersrol opnemen om mee vorm te geven aan een duurzaam voedingssysteem”, stelde hij.

Hij wees er tijdens de digitale jaarvergadering ook nog op dat de vierde coronagolf het broodnodige herstel in de sector dreigt te fnuiken. "Onze bedrijven moeten absoluut open kunnen blijven", aldus Botelberge die het voorbeeld aanhaalt van zijn eigen bedrijf Frigilunch waarbij vandaag zo’n 30 van de 200 werknemers afwezig is.

Meer dan één voedingsbedrijf op vier kampt met een vertraging van zijn productie door de afwezigheid van personeel. "Maar dé grote kopzorg voor veel voedingsbedrijven zijn de explosie van kosten, vooral wanneer ze die niet kunnen doorrekenen", aldus de voorzitter. De rendabiliteit van de sector ligt daardoor op een historisch dieptepunt van 2,7 procent.

Bron: Eigen verslaggeving / Belga

VILT vzw

Bd Simon Bolivar 17
1030 Schaerbeek

Contact

T • 0473 59 41 39
M • info@vilt.be

Volg ons op:

screenreader.visit us on our facebook page: https://www.facebook.com/vilt.nieuws/
screenreader.visit us on our twitter page: https://twitter.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our linkedin page: https://www.linkedin.com/company/vilt-vzw/
screenreader.visit us on our instagram page: https://www.instagram.com/vilt.nieuws
screenreader.visit us on our x page: https://x.com/vilt_nieuws
screenreader.visit us on our bluesky page: https://bsky.app/profile/viltnieuws.bsky.social

---

© 2026 VILT vzw, all rights reserved |