



Duurzaamheidsroadmap van de Belgische voedingsindustrie

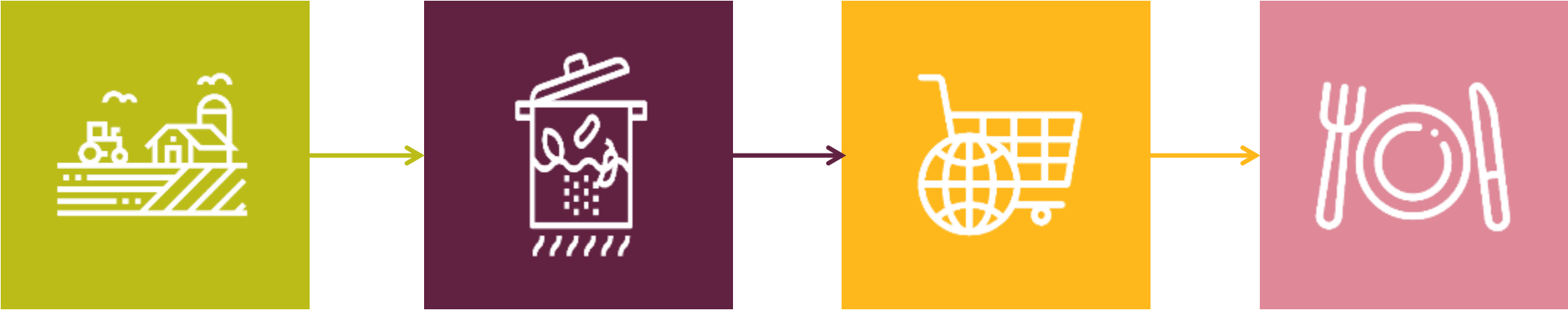
Roadmap de développement durable de l'industrie alimentaire belge

2021-2025

**Fevia**

# Maillon essentiel dans la chaîne alimentaire

## Fevia



Matières premières :

- Agriculture
- Eau

Transformation et conditionnement des produits alimentaires et boissons :

- 1<sup>ère</sup> transformation
- 2<sup>ème</sup> transformation

Distribution et commerce

- Consommateurs
- Horeca
- Collectivités



# Notre 27 secteurs



VIP - BELGIE

SUBEL



Fevia

Promouvoir nos atouts, en Belgique et à l'étranger



Qualité



Durabilité



Innovation

## **Notre mission**

Guider et soutenir  
l'industrie alimentaire  
belge dans la création  
d'une valeur durable.

## **Notre vision**

En tant qu'industrie alimentaire  
belge, nous reconnaissons que nous  
avons un rôle de chef de file à jouer  
dans la co-crédation d'un système  
alimentaire durable permettant à  
chacun d'avoir une vie plus saine et  
agréable.

# Chiffres-clés 2023



Chiffre  
d'affaires

€ 80,7  
milliar  
ds



Investissements

€ 2,1  
milliar  
ds



Jobs

102.00  
4



Employeurs

4.073



Exportations

€ 38,3  
milliar  
ds



Importations
















€ 29,9  
milliar  
ds



Balance  
commerciale

€ 8,4  
milliar  
ds

# La température économique

	2024	2023	Moyenne pré-covid
Chiffre d'affaires	-0,8% 	12,3% 	3,1% 
Production	-3,3% 	-1,6% 	1,0% 
Investissements	1,7% 	4,6% 	4,9% 
Exportations	-0,3% 	15,7% 	3,5% 
Jobs	+900 	+1.450 	+1.700 

Fevia



Wat eten we morgen?

Duurzaamheidsroadmap van de Belgische  
voedingsindustrie

2021-2025

**Fevia**



# Quelques thèmes pertinents

## Sécurité alimentaire

AFSCA, gestion d'incidents, matériaux en contact, additifs...

## Alimentation et santé

Nutri-Pact, Publicité vers les enfants/adloscents, Informations consommateurs...

## Environnement

Eau, énergie et CO2, emballages, déchets sauvages, déforestation, ...

## Sur le plan social

Négociations sectorielles, attirer des talents, travail faisable...

## Exportations et marché intérieur

Protectionnisme, concertation de la chaîne, concurrence équitables, nouveaux marchés...

## Développement durable

Due Diligence, CSRD, ....

# Notre roadmap avec 4 piliers et 15 thèmes



Gagner la confiance des consommateurs

1. Sécurité alimentaire
2. Alimentation savoureuse pour un style de vie sain
3. Bien-être animal



Prendre à bras le corps la transition verte

4. Climat et énergie
5. Empreinte hydrique
6. Pertes alimentaires
7. Emballages
8. Circularité



Stimuler les carrières d'avenir

9. Travail faisable
10. Santé et sécurité au travail
11. Développement de carrière
12. Attractivité des employeurs



Créer ensemble de la valeur

13. Compétitivité pour la croissance
14. Chaîne d'approvisionnement durable
15. Approvisionnement locale

## Feuille de route durable: 32 objectifs

- Parfois concrets en mesurables
  - e.g. 20 % de consommation d'eau en moins– 30 % d'émissions de CO2 en moins d'ici 2025
- Parfois abstrait et plus large
  - e.g. faciliter le choix d'une alimentation plus saine – Reconnaissance de la délicieuse alimentation belge

## Comment atteindre ces objectifs ?

- Mettre l'accent sur l'efficacité, l'innovation et la coopération (via partenariats)
- Suivi des tendances

Nous voulons  
continuer à gagner  
la confiance des  
consommateurs

Nous voulons continuer à  
gagner la confiance des  
consommateurs avec des  
aliments savoureux et sûrs  
dans le cadre d'un mode de  
vie sain, en prenant soin des  
personnes et des animaux.



**Fevia**

# Nos objectifs

## **Sécurité alimentaire**

1. Garantir la sécurité alimentaire grâce à l'autocontrôle validé
2. Garantir la sécurité de la production alimentaire

## **Une alimentation savoureuse pour un style de vie sain**

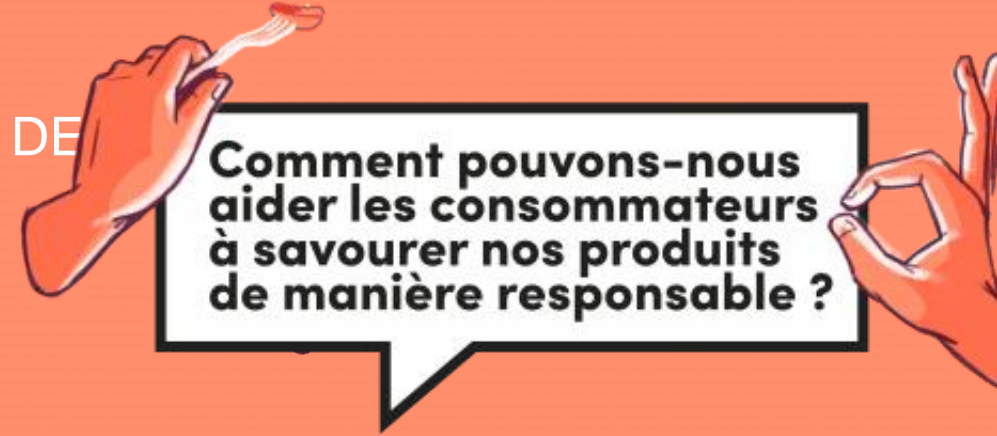
3. Reconnaissance nationale et internationale de la délicieuse alimentation belge
4. **Faciliter le choix d'une alimentation plus saine**
5. Une communication transparente sur les valeurs nutritionnelles
6. Réduire à zéro les plaintes justifiées concernant le marketing alimentaire

7. Renforcer l'engagement en faveur d'un marketing responsable envers les enfants

8. Améliorer l'accès à une alimentation

## **Bien-être animal**

9. Renforcer le respect du bien-être animal



Comment pouvons-nous aider les consommateurs à savourer nos produits de manière responsable ?

## Objectif 4:

# Faciliter le choix d'une alimentation plus saine

Nous souhaitons faciliter davantage le choix d'une alimentation plus saine pour les consommateurs. Voilà pourquoi nous optons pour une nouvelle convention reprenant des ambitions et des engagements supplémentaires. Nous souhaitons y associer tous les secteurs concernés ainsi que les autorités.

## Nos KPIs

Diminuer:

- Apport calorique du consommateur

Augmenter:

- Nombre sous-secteurs/entreprises dans le cadre du Nutri-pact

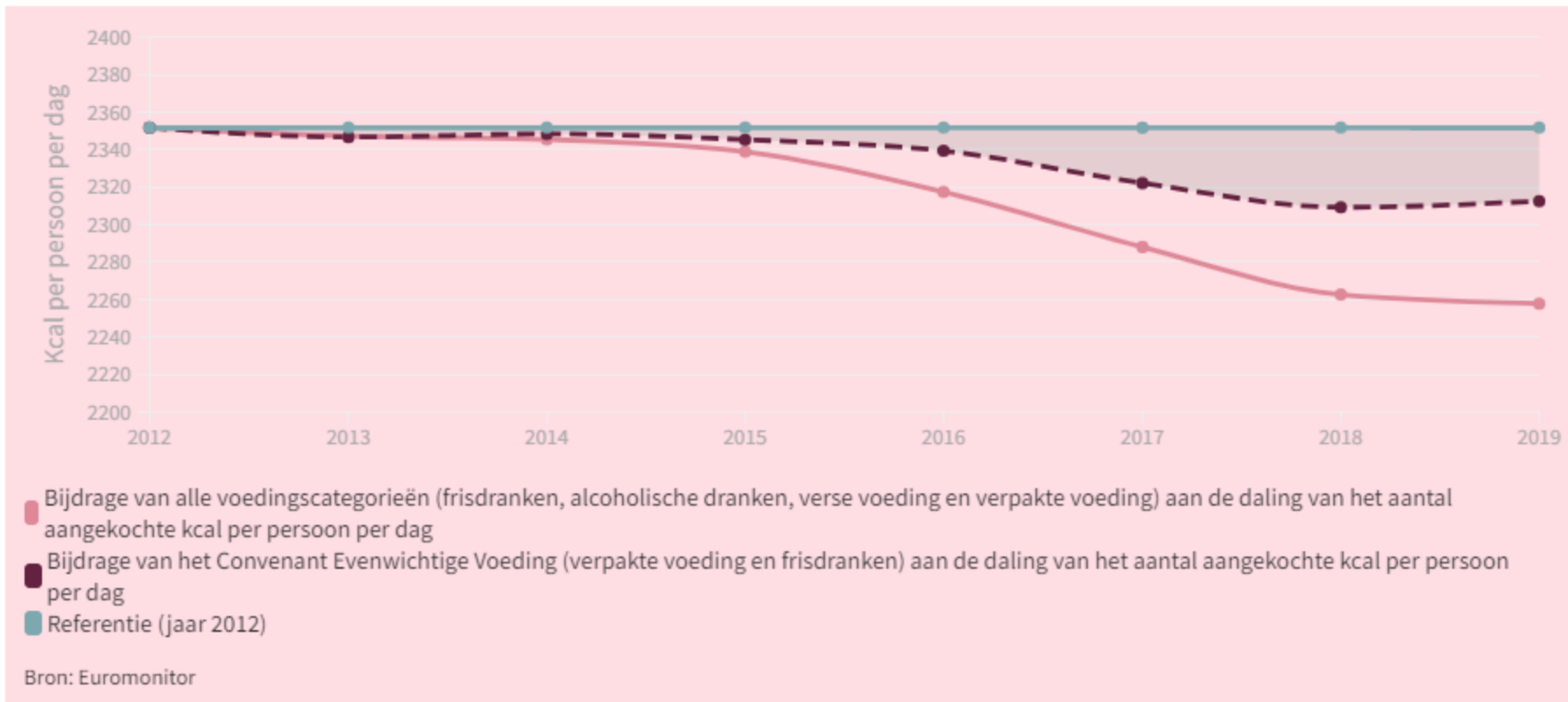
Une alimentation savoureuse pour un style de vie sain

## Objectif 4



Faciliter le choix d'une alimentation plus saine

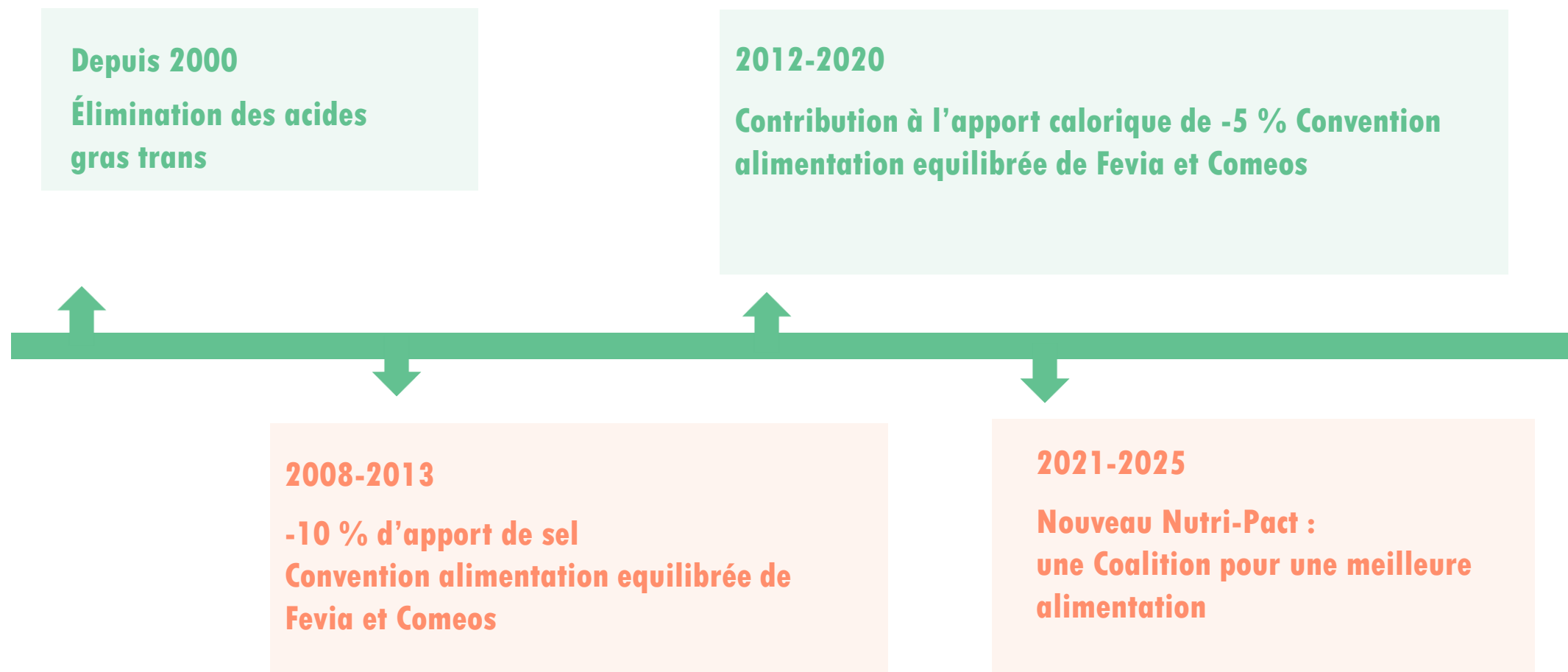
Evolutie aantal aangekochte kcal in Belgische winkels



- Réduction grâce à convention alimentation équilibrée (2012-2020)

**Fevia**

# Conventions pour une offre alimentaire plus équilibrée





## Ambitions du Nutri-Pact




### Composition du produit/tailles des portions

- Nutri-Track et EUREMO comme références pour les reformulations
- Ajustement des portions



### Encourager les consommateurs à faire des choix plus sains

- Projet de nudging avec Be4Life
- Transparence sur la qualité nutritionnelle des produits
- Ex. Nutri-Score comme
- Marketing responsable à l'égard des enfants



Nous voulons  
prendre à bras le  
corps la transition  
verte

Et nous y parvenons en  
utilisant intelligemment l'eau,  
l'énergie et les emballages. Et  
également en pensant de  
manière circulaire et en luttant  
contre les pertes alimentaires.

**Fevia**

# Nos objectifs

## Climat et énergie

- 10. Réduire davantage les émissions de CO2 par unité d'aliments produits
- 11. Réduire les émissions de CO2 dans la chaîne alimentaire

## Empreinte hydrique

- 12. Réduire la consommation d'eau par unité d'aliments produits
- 13. Épuration et réutilisation des eaux usées

## Pertes alimentaires

- 14. Réduire de 30 % les pertes alimentaires dans l'ensemble de la chaîne alimentaire

## Emballages

- 15. Recycler davantage d'emballages plastiques ménagers
- 16. Recycler plus de 90 % des emballages de boissons
- 17. Davantage de matériaux recyclés dans les emballages de boissons en PET
- 18. Mettre uniquement des emballages ménagers circulaires sur le marché
- 19. Trier davantage de déchets d'emballages industriels
- 20. Contribuer à la réduction des déchets sauvages

## Circularité

- 21. Davantage d'économie circulaire dans la chaîne alimentaire

PRENDRE à bras le corps la transition verte

## Objectif 12



## Objectif 12: Réduire la consommation d'eau par unité d'aliments produits

D'ici 2025, nous voulons réduire de 20 % la consommation d'eau dans les entreprises alimentaires. À cet effet, nous prenons des mesures ciblées en vue d'une utilisation circulaire de l'eau : consommer le moins d'eau possible et si c'est possible, la réutiliser.

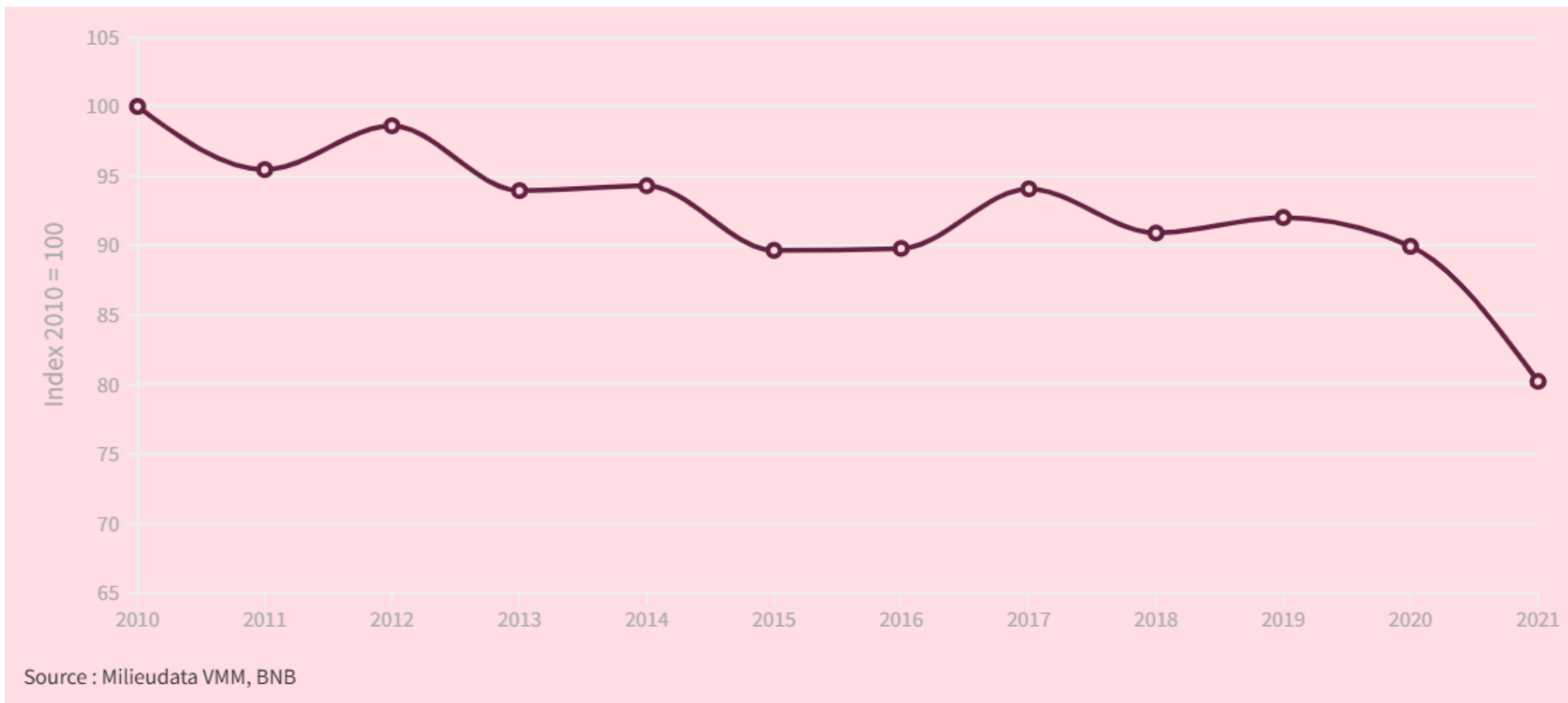
### Nos KPIs

- Consommation d'eau par unité produite.
- But: diminution de 20 % entre 2005 et 2025

# Où en sommes-nous aujourd'hui ?



## Évolution de la consommation d'eau par unité de production



# Green Deal Brouwers : 16 brasseurs – 5 partei



## Green Deal Brouwers

- Partenariat public-privé pour une utilisation plus durable de l'eau dans le secteur brassicole
- Durée : 5 ans à compter du 6 septembre 2018
- Économies d'eau de 2,3 millions de m<sup>3</sup> - 915 piscines olympiques en 5 ans
- Économie de 1,2 million de m<sup>3</sup> d'eaux souterraines profondes

Rapport et actions op [003 - Brouwers | Departement Omgeving - Vlaamse overheid \(vlaanderen.be\)](#)

Actie	Aantal bedrijven/vestigingen die deze actie hebben opgenomen bij start GD	Aantal bedrijven die deze actie hebben gerealiseerd tijdens GD
Monitoring energie en waterverbruik / automatisering / waterbalans	10	10
Optimalisatie CIP proces / reinigingsprocedures	8	11
Onderzoek / gebruik recuperatiewater	7	9
Membraanfiltratie / omgekeerde osmose	6	7
Optimalisatie installaties	5	10
Aanpassing wortkoeler / centrifuges / damprecuperatie	4	3
Nieuwe vuller / flessenlijn-vatenlijn	4	9
Gebruik hemelwater	3	4



- Recuperatie regeneratiewater ontijzeraars/waterbe-handeling inkomend water	1 – 2	3
- Extra buffertanks voor recup- en putwater		3
- Wzi / anaerobie		4
- Nieuwe spoelmachine		4
- Verhogen temp bier in pasteurs / glycolkoeling tunnelpasteur		2
- Koelwaterskid voor biercentrifuges		2
- Aanpassing gistingstanks		
- Warmterecuperatie afvalwater		
- Bierfilter		2

A woman in a white uniform and blue hairnet stands in a factory setting, holding a white sign with black text. In the background, a conveyor belt carries several round, golden-brown pastries. The factory has a clean, industrial appearance with stainless steel equipment and overhead lighting.

## Stimuler les carrières d'avenir

Pour garantir le bien-être et la satisfaction professionnelle de chaque food hero, nous continuons à investir dans des lieux de travail sûrs et motivants où les gens aiment travailler et où ils trouvent les possibilités d'évolution.

**Que mangerons-nous demain?**

**Fevia**

# Nos objectifs

## Travail faisable

- 22. Garantir un environnement de travail de qualité

## Santé et sécurité au travail

- 23. Œuvrer à un environnement de travail plus sûr

## Développement de carrière

- 24. Investir davantage dans les carrières durables et la formation continue

## Attractivité des employeurs

- 25. **Attirer des talents**
- 26. Renforcer l'attrait de l'industrie alimentaire en tant qu'employeur

# Alimento, le fonds de carrière de l'industrie alimentaire

- collabore avec les employeurs et les travailleurs à des carrières durables dans le secteur
- résultat d'un engagement à long terme des partenaires sociaux ancré dans des accords CCT
- Soutien sur des thèmes tels que le travail faisable, formation continue, la diversité, la digitalisation, la robotisation etc. avec des projets tels que workitects, Factory of the Future, la Chaire Travail dans l'industrie



STIMULER LES CARRIÈRES D'AVENIR

## Objectif 25

### Attirer les talents



Nous investissons dans l'employer branding et attirons des talents dans l'industrie alimentaire via la marque employeur 'Food At Work' et une série d'actions : visites d'entreprises, concours, investissements dans l'enseignement STEM de qualité et la formation en alternance

### Nos KPIs

- Augmenter l'afflux des talents afin de réduire les pénuries dans le secteur

**Fevia**

# Objectif 25 : attirer les talents



- **Concours à l'innovation** pour étudiants de l'enseignement universitaire et supérieur
- **Objectif** : mettre en avant les **atouts d'un job** dans l'industrie alimentaire belge auprès des jeunes talents et les **découvrir en pratique**
- **Concept?**
  - Développer un produit alimentaire innovant et durable en équipe
  - Rédaction d'un business plan, développement du produit et du goût, conception de l'emballage, etc.
  - Un jury professionnel évalue les produits
  - Gagnant représente la Belgique au niveau européen (Food At Work Europe)

**Fevia**

# Objectif 25 : attirer les talents

Een futureproof  
loopbaan: hoe ziet  
dat eruit?



- Événement dédié à l'innovation et l'inspiration
- Echanges entre étudiants et entreprises alimentaires
  - Dégustation des produits
  - Vote prix du public
  - Speed dates étudiants/entreprises
- Cérémonie de remise de prix & keynote

**food  
forward**  
innovation by the next generation

A man with grey hair, wearing a brown blazer over a red sweater and blue jeans, stands in a dairy barn. He is holding a large white sign with a black border that says "Wat eten we morgen?". In the background, several cows are in metal stalls, eating hay from a trough. The barn has a concrete floor and metal railings.

## Samen waarde creëren

We investeren in lokale productieketens én steunen onze voedingsbedrijven om internationaal mee te spelen. Zo versterken we de hele voedingsketen en creëren we meerwaarde voor iedereen.

**Fevia**



# Nos objectifs

## **Compétitivité pour la croissance**

- 27. Renforcer la compétitivité de nos entreprises
- 28. Promouvoir l'internationalisation de l'industrie alimentaire belge
- 29. **Investir dans l'innovation**

## **Chaîne d'approvisionnement durable**

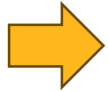
- 30. **Garantir de solides partenariats et des pratiques commerciales loyales dans la chaîne d'approvisionnement**
- 31. **Favoriser les matières premières agricoles durables**

## **Approvisionnement local**

- 32. Davantage de matières premières d'origine locale

# Projet de pôle : ABC2Food

**Objectif** : développer des débouchés pour 8 cultures d'intérêts qui s'inscrivent dans un assolement long et varié rendant des services écosystémiques aux fermes et par extension au milieu.



-> relocalisation de l'approvisionnement de grands volumes industriels produits selon des pratiques agricoles écologiquement responsables.



**BIONAT.**



Fermes universitaires

FARM FOR GOOD!



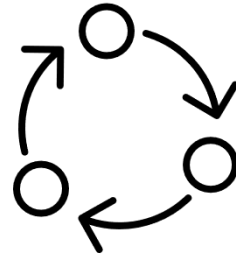
# TRIPLE INNOVATION & COMPOSITION DU PARTENARIAT

## Recherche Agronomique



Volume & Qualité stable

## Modèle économique



FARM FOR GOOD!



Filière durable

## Procédé industriel



BIONAT.



Produit & Marché

## Vers 2030 : les défis

- Défis stratégiques pour un nouveau route de feuille
  - Données de qualité et management du KPI
  - Engagement des parties prenantes
  - Un outil CSRD pour les PME
- Défis sociaux
  - Compétitivités et taxes
  - Trouver les talent adéquats
  - Fluctuations des prix des matières premières
  - Législation complexe
  - Innovation et durabilité

Vragen? Questions?

26 februari 2025

**Fevia**



**food.be**

Small country. Great food.

'**Food.be – Small country. Great food.**' is the promotional brand created by Fevia, the Belgian food and drink federation. Discover the quality, diversity and innovation of more than 1.200 Belgian food and drink companies on **food.be**