

Promouvoir l'internationalisation de l'industrie alimentaire belge

Les exportations sont le moteur de croissance de l'industrie alimentaire belge. Petit pays à l'économie ouverte, la Belgique doit continuer à se focaliser sur le monde. C'est ainsi que les entreprises alimentaires belges pourront rester fermement ancrées en Belgique et contribuer à un système alimentaire durable.



Quel est notre objectif à l'horizon 2025 ?

Nous ambitionnons une croissance moyenne annuelle de 5 % de nos exportations. À cet effet, nous devons améliorer la compétitivité de nos entreprises à l'étranger et favoriser le positionnement international d'un nombre accru d'entreprises alimentaires belges.

La part de marché européenne des exportations des entreprises belges de produits alimentaires et de boissons suit une tendance à la baisse depuis plusieurs années, tant vers les pays de l'Union européenne que vers les pays tiers. Notre objectif est d'inverser cette tendance négative et d'atteindre une évolution positive à trois niveaux :

1. Une part plus importante d'entreprises alimentaires exportatrices
2. Davantage de chiffre d'affaires généré par les exportations
3. Un plus grand nombre de destinations d'exportation

Comment entendons-nous réaliser cet objectif ?

Nous sommes convaincus de pouvoir contribuer à un système alimentaire plus durable tout en favorisant notre internationalisation. À cet effet, nous réduisons constamment l'impact environnemental de nos produits, mesuré sur l'ensemble du cycle de vie, et nous obtenons donc de meilleurs résultats que nos concurrents dans d'autres pays. Nous préférons nous approvisionner en matières premières locales (si possible en Belgique, ou sinon à l'étranger). Grâce aux innovations, nous nous efforçons de fabriquer nos produits de qualité le plus efficacement possible et nous recherchons des formes de transport multimodal à l'empreinte écologique la plus faible possible.

Pour promouvoir l'internationalisation de l'industrie alimentaire belge, Fevia se joint à ses partenaires de la chaîne et aux autorités publiques responsables du commerce international. Ensemble, nous avons élaboré "Food2025. An export strategy for the Belgian food industry", une stratégie à long terme pour le commerce international qui poursuit 5 objectifs :

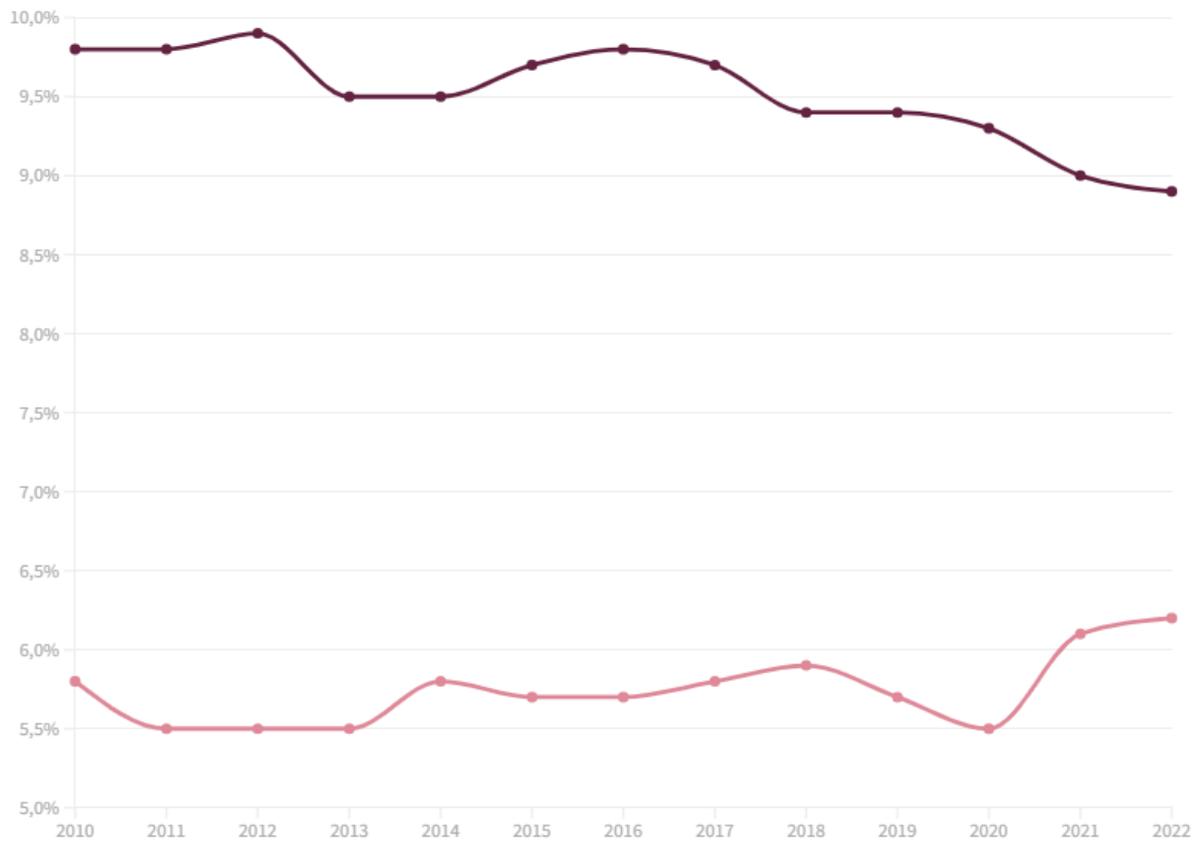
1. Nous renforçons le soutien politique aux exportations de produits alimentaires et de boissons belges en soulignant l'impact du commerce international sur le chiffre d'affaires, la valeur ajoutée et l'emploi lors de nos contacts politiques.

2. En collaboration avec les entités publiques en charge des affaires internationales (notamment le SPF Affaires étrangères, le SPF Économie, la Douane, l'AFSCA, l'Agence pour le commerce extérieur et les agences régionales à l'exportation), nous assurons le soutien public nécessaire aux entreprises alimentaires belges sur la scène internationale.
3. Avec nos membres et partenaires, nous renforçons l'image des produits alimentaires et des boissons belges à l'étranger grâce à notre marque de promotion « Food.be – Small country. Great food. » À cet effet, nous mettons nos atouts en avant dans la communication en ligne et lors d'événements promotionnels destinés aux détaillants, aux importateurs, aux distributeurs et aux entreprises alimentaires étrangers présents sur nos principaux marchés.
4. En collaboration avec les autorités, nous améliorons l'accès au marché pour les produits belges en défendant nos intérêts dans les accords commerciaux internationaux et par le biais de dossiers d'ouverture de marché sur les marchés stratégiques.
5. En collaboration avec les agences de commerce international, nous accélérons l'internationalisation du secteur alimentaire en organisant des formations sur les activités commerciales sur des marchés étrangers, des voyages d'étude, des missions et des visites d'État à l'étranger, en participant à des salons de l'alimentation, grâce à de nouvelles compétences en matière de commerce électronique et de commerce en ligne et en renforçant notre présence sur les plates-formes de vente en ligne.

Où en sommes-nous aujourd'hui ?

Chaque année, Eurostat publie des chiffres sur la part des exportations belges par rapport au total des exportations des États membres de l'UE. Ces chiffres permettent de comprendre la façon dont la position des entreprises belges de denrées alimentaires et de boissons évolue par rapport à leurs concurrents européens en matière de commerce intracommunautaire et d'exportations à l'extérieur de l'Union européenne.

Part des exportations belges dans le total des exportations européennes

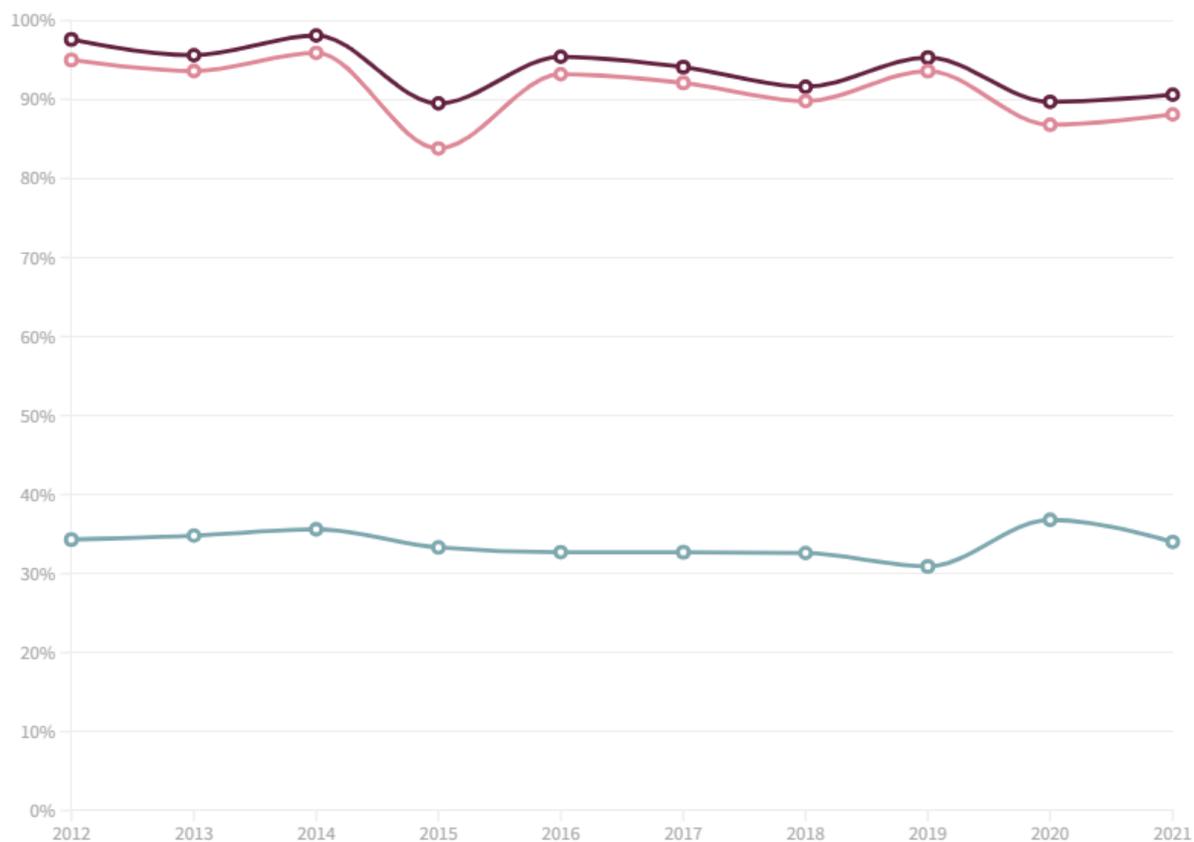


Extra-UE
Intra-UE

Source : Eurostat

Le graphique montre que la part belge du commerce intracommunautaire est en baisse depuis 2016. La part belge des exportations hors Union européenne a également connu une tendance à la baisse entre 2018 et 2020 mais a fortement augmenté en 2021.

Part des entreprises qui exportent (à l'exclusion des boulangeries artisanales)

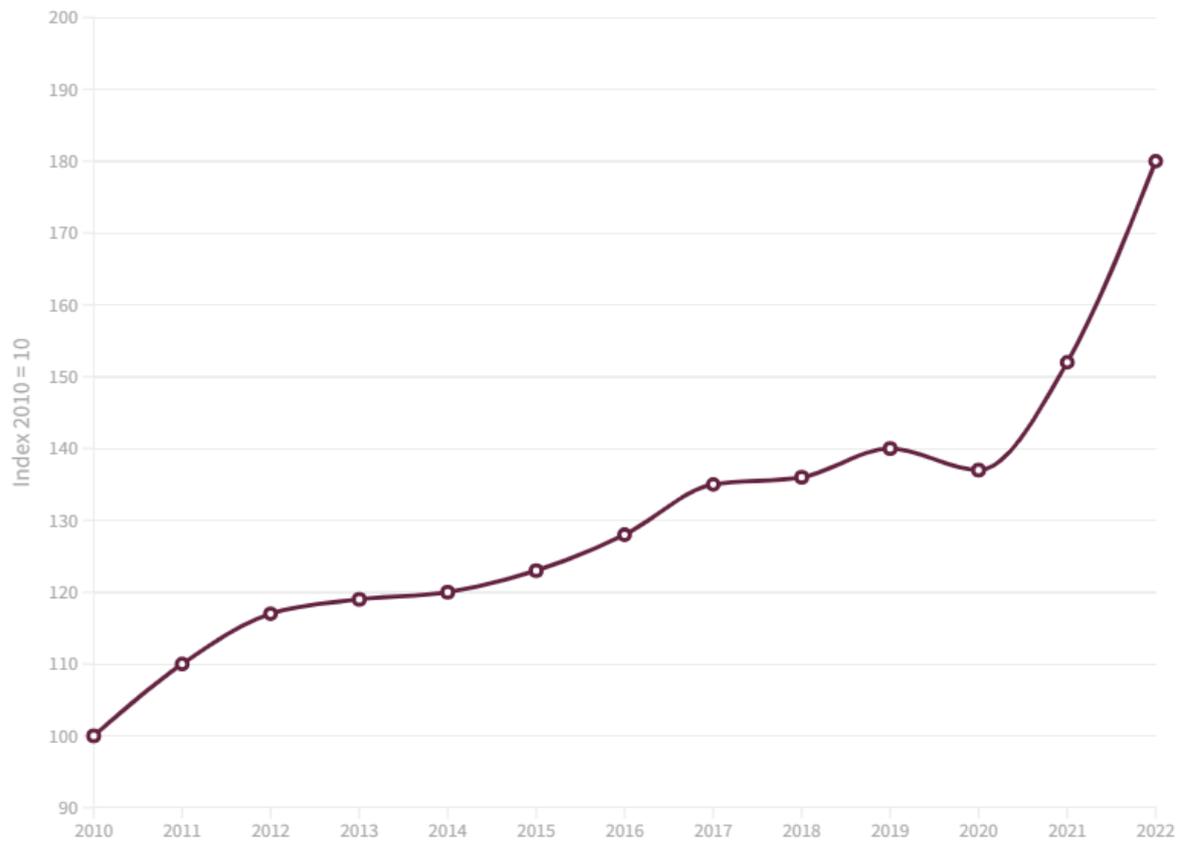


Monde
Intra-UE
Extra-UE

Source : Eurostat, ONSS, calculs propres

À l'exception de l'année 2020 (marquée par la pandémie de coronavirus), nous observons une augmentation constante du chiffre d'affaires total à l'exportation :

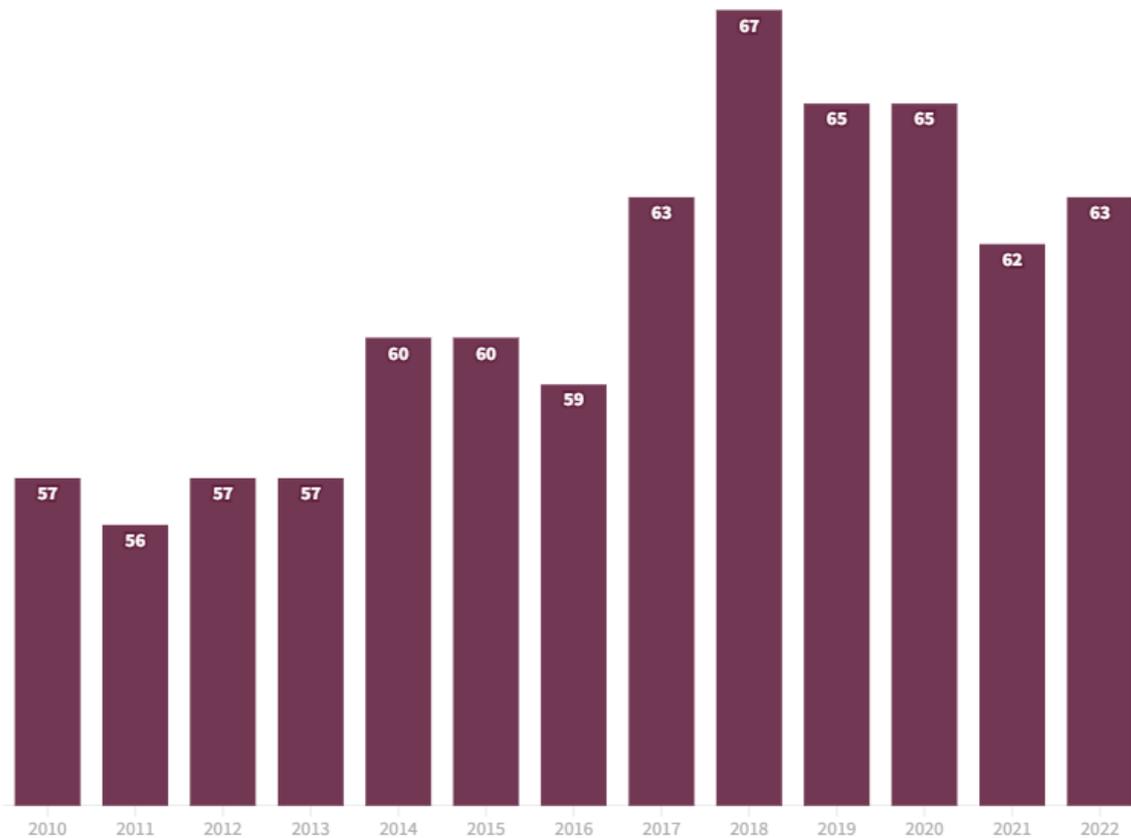
Évolution du chiffre d'affaires à l'exportation



Source : BNB

Si nous considérons le nombre de destinations d'exportation, nous observons clairement une tendance à la hausse. Nous tenons uniquement compte des pays où nos exportations représentent plus d'un millième de nos exportations mondiales (en valeur).

Nombre de pays



Source : BNB, calculs propres

Quelles sont les actions concrètes de notre secteur ?

Fevia réalise les objectifs de notre stratégie d'exportation Food2025 au moyen de plans d'action annuels. Nous les élaborons en étroite concertation avec nos entreprises alimentaires et avec les agences régionales de commerce international. Fevia Vlaanderen travaille en collaboration avec Flanders Investment & Trade dans le cadre d'un partenariat structurel. Fevia Wallonie s'est engagée dans un partenariat stratégique avec le pôle agroalimentaire de l'Agence Wallonne à l'Exportation et aux Investissements Étrangers. Fevia Brussels se coordonne avec hub.brussels.

- Fevia Wallonie, l'AWEX et Wagralim ont développé un Guide à l'Exportation en ligne qui aide les entreprises alimentaires dans leur recherche d'informations, de contacts et d'événements relatifs aux exportations.
- Les entreprises alimentaires se sont préparées et s'adaptent au Brexit grâce à des séminaires, des webinaires et une formation en ligne intitulée « Brexit et Douane pour l'industrie alimentaire ».
- Fevia et des centaines de ses membres participent activement à des missions commerciales et à des visites d'État sur d'importants marchés d'exportation. Ces dernières années, le secteur alimentaire est devenu la plus grande délégation, parmi les entreprises participantes, sur des marchés stratégiques.

- Fevia Vlaanderen organise des Exportboost, composés de webinaires/séminaires et de voyages d'étude dans le secteur du détail, afin d'offrir aux entreprises un meilleur aperçu des marchés d'exportation potentiels.
- En collaboration avec un groupe pilote d'entreprises alimentaires, Fevia Wallonie joue totalement la carte de « l'e-business ». Un guide en ligne oriente les entreprises vers des formations, un accompagnement et des subsides pour leurs initiatives dans ce domaine.
- Les entreprises alimentaires belges trouvent des acheteurs par le biais de la page showcase « Brands from Belgium » sur la plateforme B2B RangeMe .

Qu'avons-nous fait depuis le lancement de la roadmap ?

- Dans le cadre du contrat Ondernemerschap avec VLAIO, une vingtaine d'entreprises alimentaires ont suivi la Food Export Academy de Fevia Vlaanderen, un parcours de formation sur le commerce international composé de 4 Masterclasses. Ces dernières étaient toujours organisées dans un lieu où les participants pouvaient découvrir le commerce international en pratique (ports d'Anvers et de Zeebrugge, brasserie et hub d'e-commerce à Liège Airport).
- Fevia, en collaboration avec l'AFSCA et les agences régionales de commerce international, a préparé ses membres aux différentes phases du Brexit par le biais de webinaires, de communiqués de presse et de concertations avec le Border-Control Post britannique de Sevington, par lequel une partie des produits alimentaires et boissons belges devront passer pour des contrôles documentaires et physiques.
- Lors de la mission économique belge au Royaume-Uni, Fevia a organisé un workshop et un séminaire de haut niveau sur les relations commerciales belgo-britanniques post-Brexit, en collaboration avec le représentant du secteur britannique. Avec une quinzaine de membres, nous avons exploré le marché lors d'un retail tour dans différents grands magasins de Londres.
- Au cours de la mission économique belge aux États-Unis, une trentaine d'entreprises alimentaires ont découvert le potentiel d'exportation de produits alimentaires et de boissons belges vers la côte Est des États-Unis dans le cadre d'un « Food & Innovation » tour à Rhode Island. Une quarantaine d'entreprises alimentaires ont participé au webinaire préparatoire qui apportait un éclairage sur le paysage de la distribution et les préférences des consommateurs aux États-Unis.
- À l'occasion de la mission économique belge au Japon, une trentaine d'entreprises alimentaires ont visité les grands magasins présentant le plus grand potentiel pour leurs produits et ont rencontré plusieurs acheteurs. Lors du webinaire de lancement de la mission, Fevia a expliqué l'importance du marché japonais pour le secteur alimentaire belge.
- Au cours de la mission économique belge en Australie, une quinzaine d'entreprises alimentaires ont discuté de leurs possibilités d'exportation avec des experts australiens dans les domaines de l'importation, de la distribution, du commerce de détail, du foodservice et des salons alimentaires.
- Fevia Vlaanderen a organisé un Exportboost sur le Danemark et la Suède, axé sur l'alimentation bio, végétarienne, free from... Dans le cadre du voyage d'étude à Copenhague et Malmö (novembre 2022), 13 membres de Fevia ont exploré le paysage de la vente au détail et ont visité le Nordic Organic Food Fair.
- Fevia Vlaanderen a organisé un Exportboost sur la France, axé sur la réglementation et le foodservice. Les participants ont renforcé leur stratégie d'exportation grâce à des visites chez des détaillants, dans le secteur du foodservice et le marché de gros de Rungis.
- Fevia Wallonie, l'AWEX et Wagralim ont consolidé les connaissances des entreprises alimentaires en matière d'e-business (e-commerce, mise en relation en ligne entre acheteurs et vendeurs, marketing numérique, ...) et leur ont proposé de découvrir des informations, des formations, un accompagnement et des mesures de soutien via un guide en ligne, des stands d'information lors du

Cross Border E-Commerce Forum 2021, 2022 et 2023, Food Connections 2022 ainsi qu'une présentation à l'occasion des Export Days by Wallonia.

- En collaboration avec les agences régionales de commerce international, Fevia a lancé une page showcase « Brands from Belgium » sur la plateforme B2B RangeMe, à laquelle 25 entreprises participent déjà. Elles sont entrées en contact avec des acheteurs des États-Unis, du Canada, du Royaume-Uni, d'Australie, de Nouvelle-Zélande, de Pologne, des Pays-Bas et de Belgique.
- En ce qui concerne les accords commerciaux européens, Fevia a soutenu l'appel de la FEB aux gouvernements bruxellois et wallon pour qu'ils ratifient 9 accords approuvés. Fevia a informé ses membres de l'accord approuvé en 2023 avec la Nouvelle-Zélande et a discuté, lors de la mission en Australie, des implications pratiques pour le secteur alimentaire de l'accord commercial imminent avec ce pays. Elle a participé à un débat de la FEB sur les avantages de l'accord commercial avec le Japon, complété par un témoignage concret de Milcobel, membre de Fevia. Elle a également expliqué les intérêts de l'industrie alimentaire lors d'un débat parlementaire sur un éventuel accord avec le Mercosur.