



MINERVA
progressieve
denktank

Wie profiteert van de prijsstijgingen in Belgische supermarkten?

Olivier Malay
februari 2024

Minerva Paper 2024/02

Wie profiteert van de prijsstijgingen in Belgische supermarkten?

Olivier Malay

Olivier Malay is doctor in de economie (UCL), doceert economische ethiek aan Solvay, en is medewerker op de studiedienst van het ACV Voeding & Diensten.

Olivier Malay (2024), 'Wie profiteert van de prijsstijgingen in Belgische supermarkten?' *Minerva Paper* 2024/02. Brussel: Denktank Minerva.

Wie profiteert van de prijsstijgingen in Belgische supermarkten?

De prijs van wortelen is volgens Testaankoop op twee jaar tijd met 65% gestegen, terwijl fish sticks 21% duurder werden en diepvriesfrietten 64%. Het Belgische statistiekbureau geeft aan dat de prijs van alle voedingsmiddelen samen op twee jaar tijd met 24% gestegen is (Statbel, 2023). De oorlog in Oekraïne, droogtes en de energiecrisis speelden een rol. Maar die gebeurtenissen alleen kunnen de volledige prijsstijging niet verklaren. Bedrijven profiteerden van de algemene prijsstijgingen en konden uitzonderlijk hoge winsten maken. Dit artikel wil de winsten in de voedingssector onder de aandacht brengen. Voor wie zijn de prijsstijgingen aan de kassa geen probleem, maar eerder een meevaller? In dit artikel komen eerst de supermarkten aan bod, daarna de Belgische voedingsnijverheid en tot slot de internationale spelers.

Supermarkten

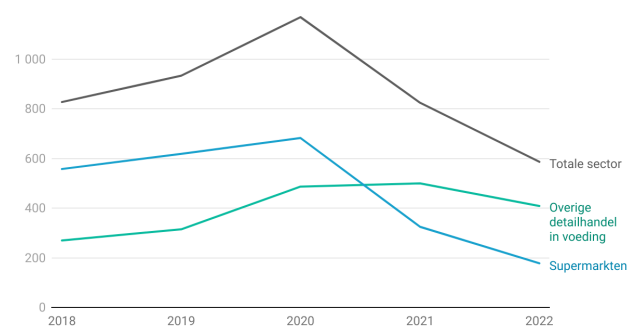
De supermarkten zijn de laatste schakel in de voedselketen. In 2022 werden ze geconfronteerd met stijgende productiekosten, waarna ze hun verkoopprijzen oprotten. Tegelijkertijd, of als gevolg daarvan, kochten de klanten kleinere hoeveelheden. Volgens Eurostat namen de verkochte hoeveelheden in de Belgische voedingshandel af met 7,5% in 2022. Konden de supermarkten in die omstandigheden hun winsten behouden door de prijsstijgingen, of konden ze hun winsten zelfs opdrijven?

Om daarop een antwoord te krijgen, moeten we de winsten van de supermarkten analyseren. Daarvoor nemen we hun jaarrekeningen onder de loep, die beschikbaar zijn bij de Nationale Bank. Figuur 1 toont die gegevens.¹ Wat zien we? Het lijkt erop dat de supermarkten niet geprofitteerd hebben van de prijsstijgingen. Integendeel zelfs: in 2022 lag hun winst lager dan tijdens een normaal jaar.

Achter de gemiddelde daling van de winsten gaan echter tal van uiteenlopende situaties schuil. Eerst en vooral lijken de 'Andere handelszaken', d.w.z. de kleinere handelszaken, weinig impact te ondervinden. Fi-

guur 1 laat zien dat hun winsten in 2022 hoger lagen dan tijdens de pre-coronaperiode. Kijken we naar de supermarkten, dan doen sommige het beter dan andere. Colruyt en Aldi presteren het best. Aan de andere kant vinden we Cora, Match en Mestdagh die tientallen miljoenen euro's verlies maken. Merk op dat die drie bedrijven al jarenlang verlies lijden en dat hun situatie slechts beperkt terug te voeren is op de actualiteit.

Fig. 1: Detailhandel in voedingsmiddelen: operationele winst
in miljoen euro



Grafiek: Olivier Malay @denktankminerva • Bron: Belfirst, Nationale Bank; eigen berekeningen • Gecreëerd met Datawrapper

Hoewel het erop lijkt dat de supermarkten niet geprofitteerd hebben van de inflatie in 2022, is het echter waarschijnlijk dat ze vanaf 2023 hun prijzen optrekken om zo opnieuw aan te knopen met de winsten van vóór de crisis. Zo kondigde de Colruyt-groep op 12 december 2023 aan dat zijn bedrijfsopbrengst op één jaar tijd van 108 miljoen tot 246 miljoen euro gestegen is (+128,1%).² Voor de andere bedrijven moeten we nog minstens wachten tot juli 2024 vooraleer ze hun jaarrekening 2023 publiceren. We zullen dus misschien een vertraagd effect zien. We merken tot slot op dat figuur 1 de detailhandel betreft, d.w.z. de verkoop aan klanten. De (voedings)groothandel, d.w.z. de handel tussen bedrijven onderling, laat goede resultaten zien in 2021 en 2022, in het bijzonder omdat er meer geleverd werd aan de horeca.

Ondanks de grote onderlinge verschillen lijkt het erop dat de supermarkten geen profijt gehaald hebben uit de prijsstijgingen in 2022. Dat wil dus zeggen dat de

1 In de figuur vinden we alle bedrijven terug die bij Belfirst vermeld staan onder NACE-code 4711: Detailhandel in niet-gespecialiseerde winkels waarbij voedingsmiddelen overheersen. Het gaat over 10 711 bedrijven. Worden beschouwd als supermarkten: Colruyt Group, Okay, Bio-Planet, Delhaize/Delhome, Aldi, Match, Smatch, Profi, Mestdagh, Carrefour, Cora, Spar, Jumbo, Albert Hein, Louis Delhaize. Lidl wordt uitgesloten, want dat bedrijf heeft geen Belgische juridische entiteit. De rubriek 'andere handel' bevat de bedrijven met NACE-code 4711 die niet beschouwd worden als supermarkten. Een bedrijf met een gebroken boekjaar wordt ondergebracht bij het kalenderjaar waarin de meeste maanden van het gebroken boekjaar vallen.

2 Colruyt Group (2023), 'Geconsolideerde halfjaarlijkse informatie van boekjaar 2023/2024.'

supermarkten de hogere prijzen die ze zelf moeten betalen wel doorrekenen, maar dat de prijsstijgingen van elders komen. Laten we nog een keer de boekhoudkundige gegevens erbij nemen om te bepalen waar de prijsstijgingen hun oorsprong vinden. Tabel 1 geeft voor alle supermarkten de stijging van de inkomsten en de kosten weer per categorie tussen 2021 en 2022, na neutralisatie van de lagere verkoopvolumes. We zien welke categorieën het sterkst stijgen.

Tabel 1: Supermarkten: stijging van inkomsten en uitgaven

Stijging van de inkomsten en van de uitgaven in 2022 ten opzichte van 2021 (in miljoen euro).

Inkomsten	2 487
Verkoopprijzen	2 340
Niet-verkoopgerelateerde inkomsten	146
Uitgaven	2 634
Aankooprijzen handelsgoederen	1 911
Prijzen energie, transport, huur ...	349
Personeelskosten	213
Afschrijvingen	14
Andere uitgaven	146

Tabel Olivier Malay @denktankminerva • Bron: Belfirst; Nationale Bank; eigen berekeningen • Gecreëerd met Datawrapper

Tabel 1 laat zien dat de hogere verkoopprijzen aan de klanten in 2022 de supermarkten 2,3 miljard euro hebben opgeleverd. Met dat geld konden heel wat kostenstijgingen betaald worden. Meer bepaald diende meer dan driekwart van dat bedrag (1,9 miljard euro) om de hogere aankooprijzen van de handelsgoederen te bekostigen. Dat zijn de producten die bij leveranciers gekocht worden en in de winkelrekken belanden. Daarnaast stegen de werkingskosten (energie, transport, huur, marketing ...) ³ met 349 miljoen euro en de personeelskosten met slechts 213 miljoen euro.

Als we willen begrijpen wie baat heeft gehad van de prijsstijgingen, moeten we dus teruggaan in de keten en de leveranciers aan de supermarkten nader bestuderen.

Voedingsnijverheid

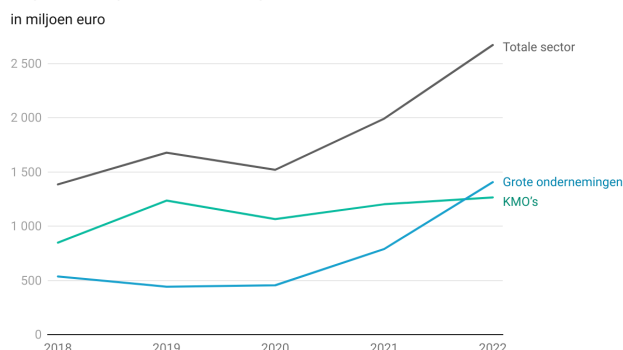
De producten die we in de supermarkten vinden, zoals koekjes, lasagnes of voorverpakte salades, worden meestal aangeleverd door bedrijven die vallen onder de voedingsnijverheid. Het gaat dan om bekende merken zoals Danone, Unilever of Ferrero, of bij het brede publiek iets minder bekende merken zoals de gigant

3 Kosten van diensten en diverse goederen in boekhoudjargon.

4 In de figuur vinden we alle bedrijven terug die bij Belfirst vermeld staan onder NACE-code C10 voedingsnijverheid (C10). Het gaat over 7 987 bedrijven. Een bedrijf met een gebroken boekjaar wordt ondergebracht bij het kalenderjaar waarin de meeste maanden van het gebroken boekjaar vallen.

Greenyard (groenten en fruit), Clarebout (aardappelen) of de producent van bereide maaltijden What's Cooking (Come a Casa). Hebben die bedrijven geprofiteerd van de prijsstijgingen?

Fig. 2: Belgische voedingsindustrie: operationele winst



Grafiek: Olivier Malay @denktankminerva • Bron: Belfirst; Nationale Bank; eigen berekeningen • Gecreëerd met Datawrapper

Laten we opnieuw de boekhouding van de betrokken bedrijven erbij nemen. Figuur 2 geeft de bedrijfswinst weer van de Belgische bedrijven uit de voedingsnijverheid en maakt een opdeling volgens bedrijfsgrootte. ⁴ De Belgische filialen van buitenlandse multinationals die in België produceren zitten in die cijfers vevat; de buitenlandse merken die rechtstreeks aan de supermarkten verkopen zonder in België te produceren niet. We zien in Figuur 2 dat de winst in de sector stijgt met 33,2% in 2022 (+662 miljoen euro) en zelfs met 78,2% (+618 miljoen euro) als we ons beperken tot de grootste bedrijven (200 werknemers en meer). De situatie is dus helemaal anders dan bij de voedingshandel.

Als we kijken naar de rentabiliteit t.o.v. het geïnvesteerde kapitaal, dan zien we een gelijkaardige tendens: de operationele rentabiliteit bedroeg 3,9% over de periode 2018-2021 (4,1% over de periode 2015-2021), tegenover 4,9% in 2022, wat een stijging betekent met 26%.

Kunnen we ervan uitgaan dat de hogere winsten te maken hebben met de hogere prijzen die we zien in de supermarkten? Ten eerste moeten we opmerken dat ongeveer de helft (46,5%) van de productie van de Belgische bedrijven uit de voedingsnijverheid geëxporteerd wordt, voornamelijk naar de buurlanden (CCE, 2023). We stippen ook aan dat de prijsstijgingen betrekking hebben op de gehele productie, ongeacht de bestemming ervan. Volgens Eurostat nam de afzetprijnsindex van de Belgische bedrijven uit de voedingsnijverheid met 22% toe voor de binnenlandse markt en met 26%

voor de export. Aangezien de uitgevoerde productie iets lager ligt dan de productie voor binnenlands gebruik, kunnen we besluiten dat bijna de helft van de extra winst van de voedingsnijverheid in het buitenland gerealiseerd wordt.

Vervolgens moeten we de hypothese kunnen uitsluiten die stelt dat de hoge winsten te maken hebben met productiestijgingen. De cijfers van Eurostat over de verkoopvolumes zijn in dat opzicht nuttig. Ze laten zien dat in 2021 de hoeveelheden verkocht door de Belgische voedingsnijverheid (C10) toenamen met 3,7% en de afzetprijzen met 6%. Voor 2022 laten de cijfers zien dat de verkochte hoeveelheden met slechts 0,4% toenamen voor een prijsstijging van 24%. Die cijfers doen vermoeden dat de extra winst in 2022 voornamelijk voortkomt uit een stijging van de prijzen, aangezien de productie nauwelijks schommelde.

Niet alle prijsstijgingen zorgen voor hogere winsten. Zoals ook het geval is voor de supermarkten, wordt een deel van de inkomsten uit prijsstijgingen gebruikt om hogere kosten op te vangen (van grondstoffen, energie enz.). In tegenstelling tot bij de supermarkten zijn de extra inkomsten in de voedingsnijverheid echter groter dan de extra kosten. Zo zien we in Figuur 2 dat de winst met 33,2% toeneemt. Op basis van voorgaande elementen is het dus aannemelijk om te stellen dat de Belgische voedingsindustrie haar prijzen gemiddeld genomen meer dan nodig heeft opgetrokken en dat ze profijt haalt uit de crisis.

Kader: Bedrijfswinst en winst na belastingen

De bedrijfswinst komt overeen met de winst die voortspuit uit de productieactiviteit van het bedrijf (handel, voedingsproductie ...), d.w.z. de winst vóór het financiële resultaat en de belastingen op de winst. Het financiële resultaat komt overeen met de financiële verrichtingen van de bedrijven, zoals betaalde of ontvangen bankinteressen, winst en verlies door schommelingen in de wisselkoers, ontvangen dividenden enz.

Om hun winst na belasting te bekommen, moeten de bedrijven dus het financiële resultaat in rekening brengen, net als de belasting op de winst. Wanneer we het financiële resultaat in 2022 van de bedrijven uit de voedingsnijverheid samenvoegen, dan komen we op een positief financieel resultaat van 503 miljoen euro (tegen 258 miljoen in 2021), wat de winst vóór belastingen van de sector van 2,66 naar 3,16 miljard uro tilt. Wanneer we op deze manier de financiële resultaten op sectorniveau samenvoegen, geven we echter heel veel gewicht aan de internationale financiële activiteiten van sommige holdings, in vergelijking met de financieringsactiviteiten van

de meeste voedingsbedrijven. Bovendien kunnen er dubbel-tellingen zijn, met name van dividenden. Zonder in detail te treden, blijkt daaruit dat het geaggregeerde financieel resultaat geen voldoende adequate maatstaf is om uitspraken te doen over de winsten.

Als we kijken naar de belastingen, dan hebben in 2022 de Belgische bedrijven uit de voedingsnijverheid 589 miljoen euro belastingen betaald op de winst (tegen 395 miljoen in 2021). Na toevoeging van het financiële resultaat en na betaling van belastingen bedraagt de geaggregeerde winst na belasting van de bedrijven uit de voedingsnijverheid dus 2,57 miljard euro in 2022, tegen 2,66 miljard bedrijfswinst. Maar door de methodologische problemen i.v.m. het financiële resultaat is het gepaster om de bedrijfswinst als indicator te gebruiken om zo de dynamieken binnen de sector op het vlak van winst te analyseren.

Als we de sector meer in detail bekijken, dan stellen we vast dat de hogere winsten geen fenomeen zijn dat geldt voor alle voedingsbedrijven. 46% van de bedrijven laten in 2022 meer winst optekenen dan in 2021, 35% realiseert in 2022 een winst die de helft hoger ligt dan in 2021. Figuur 2 doet bovendien veronderstellen dat dat fenomeen zich voornamelijk voordoet bij de grote bedrijven (200 werknemers en meer).

Zeven Belgische bedrijven met recordwinsten

We hebben gezien dat de winst van de Belgische voedingsbedrijven, en dan vooral van de grootste, sterk toeneemt. Zoomen we nog meer in op de best presterende bedrijven, dan zien we dat een handvol spelers uiterst hoge winststijgingen laat noteren. Tabel 2 toont zeven bedrijven die recordwinsten optekenden in 2022 of in 2022/2023 voor de bedrijven met gebroken boekjaar. We merken op dat de voorgestelde cijfers enkel betrekking hebben op de Belgische entiteiten van die bedrijven.

De bedrijfswinst van die zeven bedrijven samen verzesvoudigde in 2022 (de ratio is dezelfde voor de winst na belasting). Wat ze gemeenschappelijk hebben, is dat ze koplopers zijn binnen hun sector. Cargill is het grootste voedingsbedrijf ter wereld. Het is een van oorsprong Amerikaans bedrijf, gespecialiseerd in de toelevering van voedingsingrediënten en in de groothandel in grondstoffen. Er worden weinig voedingsmiddelen verkocht onder de merknaam Cargill, maar veel voedingsmiddelen bevatten wel ingrediënten van het bedrijf (bloem, vlees enz.). In België heeft het bedrijf meerdere sites waar zoetstoffen, zetmeel, ingrediënten die zorgen voor consistentie en textuur enz. geproduceerd worden, of die graanproducten en oliehoudende producten

Tabel 2: Voedingsindustrie: bedrijfsresultaten

Evolutie van de operationele winst in zeven voedingsbedrijven met recordwinsten in 2022 (in miljoen euro).

	2018	2019	2020	2021	2022	evolutie winst 21-22	evolutie tewerkstelling 21-22
Cargill	57,5	30,6	6,9	47,1	160	239%	5,9%
Clarebout Potatoes	3,1	0,7	4,2	-2,8	167	5972%	1,4%
Agristo	18,6	36,9	44,9	15,3	112	635%	13,4%
Lutosa	-5,3	-15,9	-4,9	16,1	96	497%	2,8%
Tereos	30,6	-2,4	-27,0	30,8	289	838%	-0,3%
Tiense Suikerraffinaderij	-13,9	-26,3	-2,3	34,7	41	17%	0,5%
Soubry	0,8	2,0	6,9	4,7	15	219%	0,4%
Totaal	91,5	25,6	28,7	145,8	879	503%	

Tabel Olivier Malay @denktankminerva • Bron: Belfirst; Nationale Bank; eigen berekeningen • Gecreëerd met Datawrapper

verkopen. Clarebout, Agristo en Lutosa zijn veruit de drie grootste Belgische bedrijven van aardappelen en frieten. Samen met twee kleinere concurrenten zijn ze goed voor negentig procent van het verwerkte volume in België (Antier et al., 2019). Tereos is een Belgische

Tabel 3: Inkomsten stijgen meer dan uitgaven

Inkomsten, uitgaven en evolutie van de operationele winst [cijfer in vet] tussen 2021 en 2022 (in miljoen euro).

	2021	2022
Cargill		113
Inkomsten	9 204	12 703
Uitgaven	9 157	12 543
Clarebout Potatoes		169
Inkomsten	694	1 119
Uitgaven	697	953
Agristo		97
Inkomsten	612	956
Uitgaven	597	844
Lutosa		80
Inkomsten	458	694
Uitgaven	442	599
Tereos		258
Inkomsten	1 217	1 643
Uitgaven	1 186	1 355
Tiense Suikerraffinaderij		6
Inkomsten	375	502
Uitgaven	341	462
Soubry		10
Inkomsten	133	177
Uitgaven	128	162
Totaal		733
Inkomsten	12 693	17 795
Uitgaven	12 547	16 916

Tabel Olivier Malay @denktankminerva • Bron: Belfirst; Nationale Bank; eigen berekeningen • Gecreëerd met Datawrapper

afdeling van een Franse multinational die dezelfde naam draagt en die de nummer 2 is van de suikerproductie wereldwijd. Het Belgische filiaal produceert zetmeel, glucose en ethanol. De Tiense Suikerraffinaderij is bekend om Tiense suiker, gemaakt van suikerbieten. Het bedrijf is een van de twee Belgische suikerfabrieken en is een filiaal van de Duitse groep Südzucker, het grootste suikerbedrijf ter wereld. Soubry is de grootste pastafabrikant van België en bevoorraadt veertig procent van de binnenlandse markt.

Bij al die bedrijven is de productiekost gestegen doordat de grondstoffen duurder geworden zijn. Maar de inkomsten namen nog meer toe, en het is dat verschil dat de winsten deed stijgen, zoals we kunnen zien in tabel 3.

Meer bepaald nemen de gecumuleerde bedrijfsinkomsten van die bedrijven toe met 5,1 miljard euro in 2022 (+40,2%), terwijl de bedrijfskosten slechts met 4,4 miljard euro toenemen (+34,8%). Het is dat verschil van 5,7 procentpunt dat een extra bedrijfswinst van 733 miljoen euro oplevert.

We merken op dat we ook hier moeten bekijken of de winsttoename komt door prijsstijgingen, doordat de verkochte volumes toenamen of door beide. In het geval van Agristo werden de cijfers openbaar gemaakt. Het bedrijf geeft aan dat zijn productie met 6,3% toenam in 2022.⁵ Aangezien de inkomsten uit de verkoop met 56,2% toenamen, wijst dat op een prijsstijging van ongeveer 50%, wat beduidend meer is dan nodig om de stijgende uitgaven te dekken. De Tiense Suikerraffinaderij meldde een productie van 630 000 ton suiker in 2022, wat volgens de directeur van het bedrijf overeenkomt 'met een gemiddeld volume dat in lijn ligt met het volume van andere jaren'.⁶ De winsttoenames in 2021 en 2022 komen dus logischerwijs voort uit prijsstijgingen.

De andere bedrijven hebben geen cijfers gepubliceerd over hun volumes. Zonder inzage in die cijfers kunnen we niet uitmaken wat aan de basis ligt van de hogere winsten. We kunnen daarbij echter twee kanttekeningen maken. Ten eerste is het waarschijnlijk dat prijsstijgingen minstens gedeeltelijk een verklaring vormen voor de hogere winsten. Voor het tegenovergestelde zouden namelijk toegenomen verkopen nodig zijn, of grote, nooit geziene operationele wijzigingen die een dergelijke winstgroei op korte tijd kunnen verklaren. Ten tweede kunnen een aantal elementen wel indica-

5 De afgewerkte producten nemen toe van 800 000 naar 850 000 ton in 2022 (Agristo Annual Report & Website)

6 DH (2023), 'La Raffinerie Tirlemontoise s'attend à une production de sucre similaire à l'an passé.'

ties geven over de evolutie van de volumes. Zo tonen sectorgegevens aan dat de Belgische productie van olien (waarin Cargill deels actief is), zetmeelhoudende producten (Tereos) en suiker (Tiense Suikerraffinaderij) afnam in 2022 (CCE, 2023). De sectorcijfers laten daarentegen een productiestijging zien in de sector van de aardappelverwerking (Clarebout, Agristo en Lutosa). In tabel 2 zien we ook dat de werkgelegenheid (uitzendarbeid inbegrepen) stagneert of slechts licht toeneemt in het merendeel van de voornoemde bedrijven (behalve bij Agristo, waar de werkgelegenheid stijgt met 13,4%). Dat doet vermoeden dat er geen aanzienlijke productiestijgingen waren waarvoor meer werknemers nodig waren (maar dat sluit niet uit dat de productiecapaciteit beter benut werd of dat er nieuwe technologieën ingezet werden). Kortom, het is waarschijnlijk dat prijsstijgingen minstens gedeeltelijk de winststijgingen verklaren, al kunnen we dat bij gebrek aan gegevens over de volumes niet bewijzen.

Over het algemeen heeft de Belgische voedingsnijverheid dus van de situatie geprofitteerd om zijn gemiddelde winst met 33,2% op te drijven. Voor sommige bedrijven was dat zelfs nog veel meer. We merken op dat enkele andere Belgische voedingsreuzen, zoals What's Cooking (Come a Casa), La Lorraine (industriële brood), Greenyard (groenten en fruit voor supermarkten) of The Pork Group (vlees) niet terug te vinden zijn in Tabel 2. Of er al dan niet winststijgingen opgetekend worden, hangt af van de deelsector van de voedingsnijverheid, zoals brood, olie, groenten enz., en sommige van die sectoren hebben geen goed jaar achter de rug.⁷ Het is ook mogelijk dat bedrijven die geen uitzonderlijk hoge winsten maakten in 2022 er wel maakten in 2023, maar die boekhoudkundige gegevens zijn vaak nog niet beschikbaar. Het Belgisch-Zwitserse bedrijf Barry Callebaut, het grootste chocoladebedrijf ter wereld, heeft al cijfers gepubliceerd die de eerste acht maanden van 2023 omvatten. Het bedrijf laat een winststijging zien van 26%, terwijl de verkochte volumes met 1% afnamen.⁸ Het is waarschijnlijk dat andere bedrijven in deze situatie zitten in 2023: winsttoenames doordat de consumenten hogere prijzen betalen.

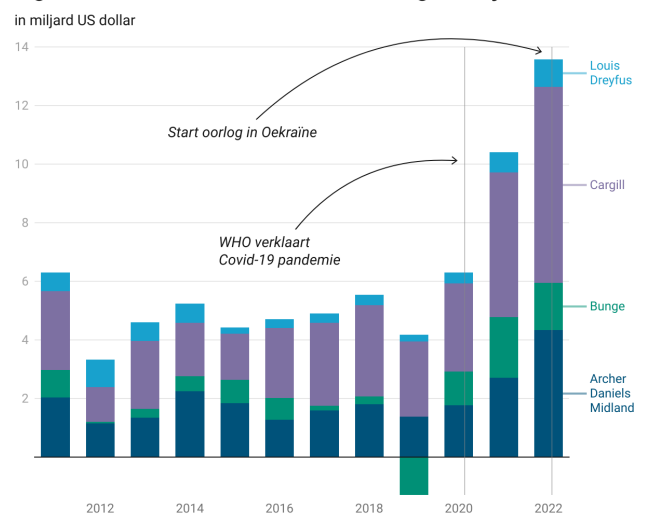
Internationale groothandelaars

Veel voedingsmiddelen die in België verkocht worden, worden elders geproduceerd. Bovendien komt een deel van de ingrediënten, ook voor de voedingsmiddelen die in België geproduceerd worden, uit het buitenland. De

prijsstijgingen hebben dus een uitgesproken internationale dimensie. Het is niet eenvoudig om de evolutie van de voedingswinsten op internationaal niveau te analyseren, want de databases zijn minder volledig dan in België. Dit artikel zal zich bijgevolg beperken tot twee elementen m.b.t. de internationale dimensie van de prijsstijgingen.

Ten eerste dienen we aan te stippen dat de wereldmarkt van grondstoffen voor voedingsmiddelen gedomineerd wordt door vier grote spelers: Archer-Daniels-Midland (ADM), Bunge, Cargill en Louis Dreyfus. Op grond van hun initialen worden ze ook de 'ABCD' genoemd.

Figuur 3: Winsten van de 'ABCD'-voedingsbedrijven



Cargill's 2011 profits do not include the sale of its stake in the fertilizer group Mosaic that year. Source: UNCTAD calculations based on Eikon Refinitiv, and Louis Dreyfus Commodities' Financial Results Reports (various issues).
Grafiek: Olivier Malay @denktankminerva - Bron: UNCTAD (2024), Trade and Development Report 2023 - Gecreëerd met Datavrapper

Ze controleren tussen zeventig en negentig procent van de wereldmarkt voor granen en dus van de productiebasis voor brood, pasta en gebak (Clapp en Howard, 2023). Ze zijn ook erg actief in olie, suiker, koffie, maïs, en soja, net als in de voedingsnijverheid en -transport. Volgens de VN-Conferentie inzake Handel en Ontwikkeling (UNCTAD, 2023) en Hietland (2024) verdubbelde de winst van die ondernemingen in 2022 tot 13 miljard dollar. Met die stijging dragen ze dus bij aan de stijgende supermarktprijzen in 2022.

Andere multinationals zagen hun winst ook aanzienlijk stijgen. Het Amerikaanse Mondelez, dat o.a. de koekjes Lu en Oreo en Côte d'Or produceert, zag zijn winst na belasting tot 4 miljard dollar stijgen in september 2023. Dat is een stijging van 18% op één jaar tijd, terwijl de volumes toenamen met 2,4% en de prijzen stegen met

⁷ We merken ook op dat de sector van de drankenproductie, die we hier niet bestuderen, zich in een veel minder gunstige positie bevindt. Dat verklaart met name waarom de geaggregeerde cijfers C10-C11 niet tot hetzelfde resultaat leiden als beschreven in dit artikel.

⁸ Barry-Callebaut Annual Report 2022/2023.

14,6%.⁹ Unilever, het bedrijf achter de Magnum-ijsjes, de soepjes van Knorr en de producten van Dove, zag zijn winst over de eerste jaarhelft van 2023 tot 3,9 miljard dollar stijgen. Dat komt overeen met een stijging van 20,7% tegenover dezelfde periode van een jaar eerder, terwijl de verkochte volumes min of meer stabiel bleven (-0,2%) en de prijzen toenamen met 9,4%.¹⁰ De fabrikanten van meststoffen zagen eveneens hun winsten toenemen, wat deels verantwoordelijk is voor de prijsstijgingen van grondstoffen (Van Huellen en Ferrando, 2024). Geïnteresseerde lezers kunnen zich wenden tot de teksten van Hayes en Jung (2023) of van Gelin (2023) voor andere voorbeelden.

We merken vervolgens op dat er recent heel veel gespeculeerd werd. Verschillende spelers anticepeerden op de stijgende voedselprijzen en kochten voedingsmiddelen aan om ze later aan een hogere prijs door te verkopen. Op die manier hebben ze de algemene prijsstijging nog verder opgedreven. Een consortium van journalisten heeft de schommelingen geanalyseerd van de Trend Index, die gepubliceerd wordt door de Franse commerciële bank Société Générale. Ze berekenden dat een groep van tien speculatiefondsen naar schatting 1,9 miljard dollar winst gemaakt heeft door graan, maïs en soja te verhandelen toen de voedselprijzen plots de hoogte in gingen bij de start van de oorlog in Oekraïne. Een jaar eerder hadden de tien fondsen tijdens dezelfde periode nog zware verliezen geleden op diezelfde grondstoffen voor voedingsmiddelen.

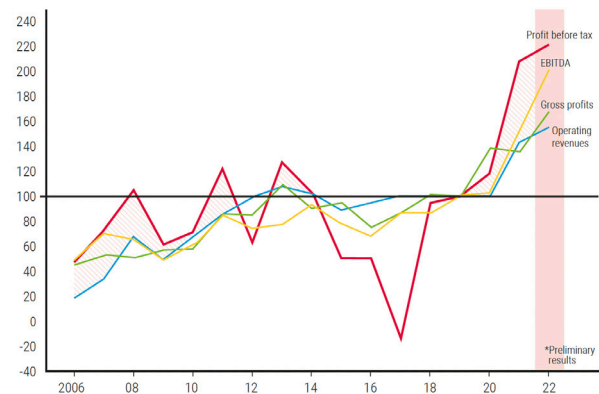
Over het algemeen is de speculatie op voedingsmiddelen de laatste tijd toegenomen. Azoulai et al. (2023) werpen op dat op de beurs van Parijs de graanaankopen door financiële spelers meer dan verdubbeld zijn tussen januari 2020 en september 2022. Op dat moment waren zeven op de tien kopers van termijncontracten van graan speculerende financiële ondernemingen. Midden 2023 was dat al bijna acht op tien (Van Huellen en Ferrando, 2024).

Speculanten in voedingsmiddelen zijn trouwens niet enkel financiële spelers, zoals banken of pensioenfondsen. Volgens de UNCTAD (2023) hebben grote voedingsbedrijven, met name de 'ABCD'-bedrijven, het laatste decennium filialen opgericht die zich specifiek bezighouden met speculatie. Zij profiteren dus twee keer van de situatie. Enerzijds door de prijzen op te trekken van de verwerkte producten die ze verkopen. Anderzijds door te speculeren op de aan- en verkoop van voedingsmiddelen zonder onderworpen te zijn aan

de regulering van de financiële sector.

De volgende figuur laat die twee fenomenen zien. De gele, groene en blauwe lijnen laten een stijging zien van het mediane operationele resultaat van de vijftien belangrijkste internationale groothandelaars in voeding in 2022 (EBITDA, bruto winst en operationele inkomsten). Die lijnen hebben dus betrekking op de verwerkings- of groothandelactiviteiten. De rode lijn laat dan weer de evolutie zien van de winst vóór belasting, die ook de puur financiële verrichtingen omvat. We zien dat door speculatie de winst vóór belasting meer toeneemt dan het operationeel resultaat. Volgens de UNCTAD weerspiegelt dat de disproportionele rol die de niet-operationele activiteiten (speculatie) spelen in het huidige tijdperk van superwinsten (UNCTAD, 2023).

Figure III.6 Financial operations drive profit growth in the food trading sector
Median food traders' profits and revenues
(Index numbers, 2019=100)



Source: UNCTAD calculations based on Orbis database.

Note: Based on available corporate data from Akira Holding, Andersons, Archer Daniels Midland, Bunge, Cargill, CGB Enterprises, CHS, CMOG Group, COFCO International, Glencore, GrainCorp, OI Group, Noble Group, Scoular and Wilmar International.

Uiteindelijk hebben dus ook de speculanten, of ze nu behoren tot de financiële sector of tot de voedingssector, bijgedragen aan de prijsstijgingen en er profijt uit gehaald.

Besluit

Bovenstaande analyse toont aan dat er aanzienlijke winsten gemaakt werden in de voedingssector in 2021 en vooral in 2022. Het zijn niet de supermarkten die die winsten opstreken; de winsten werden gerealiseerd tijdens het transformatieproces (voedingsnijverheid), bij de handel in grondstoffen of door speculatie. Meer bepaald in België dreef de Belgische voedingsnijverheid zijn gemiddelde winst met 33,2% op tussen 2021 en 2022, voornamelijk via prijsstijgingen. De winstgroei bedraagt zelfs 78% voor de grote voedingsbedrijven

9 Mondelez International Reports Q3 2023 Results.

10 Unilever 2023 First Half Results.

(200 werknemers en meer). Anders gezegd: wanneer de consumenten hogere prijzen betalen, dan worden sommige bedrijven daar direct beter van en met hen ook hun eigenaars.

Een meer globale analyse toont aan dat veel internationale spelers eveneens profijt gehaald hebben uit de prijsstijgingen van voeding. Het gaat over grote voedselverwerkende bedrijven, maar ook over groothandelaren in voedingsmiddelen of over speculanten.

Welke aanbevelingen kunnen we doen voor de politiek? UNCTAD (2023) stelt voor om speculatie op voedingsproducten meer te reglementeren en reikt een aantal pistes aan om de transparantie te bevorderen of om sommige praktijken in te dammen. De Belgische staat, die momenteel op zoek is naar geld, zou ook de uitzonderlijke winsten die gemaakt werden meer kunnen belasten. Dat was trouwens in zekere zin al het geval voor de energie- en de banksector.

Bibliografie

- Agarwal K, Win T and Gibbs M (2022). Betting on hunger: Market speculation is contributing to global food insecurity. *The Wire*. 6 May.
- Antier, C., Petel, T., & Baret, P. (2019). Etat des lieux et scénarios à horizon 2050 de la filière des pommes de terre en Région wallonne. *Earth and Life Institute*, UCLouvain, 62.
- Azoulai, L., Jaquemart, K., & Dubost, JF. (2023). Inflation: When speculators profit from the food crisis. CCFD-Foodwatch Report.
- Clapp, J. & Howard, P. (2023). The Hunger Profiteers. *Project Syndicate*. 8 August.
- Conseil Central de l'Économie (CCE). (2022). Rapport sur la conjoncture économique dans les industries alimentaires et la fabrication de boissons.
- Gelin, R. (2023). À qui profite la flambée des prix alimentaires ? *Revue Tback*. N°14.
- Hayes, C. & Jung, C. (2022). 'Prices and Profits after the Pandemic.' Institute for Public Policy Research. London.
- Hietland, M. (2024). 'Hungry for profits. How monopoly power tripled the profits of global agricultural commodity traders in the last three years.' Somo.
- Ross, A. & Gibbs, M. (2023). 'Top hedge funds made \$1.9bn on grains ahead of the Ukraine war food price spike.' *Unearthed*. 14 April.
- Statbel (2023). 'L'évolution de l'indice général et des principaux indices partiels de l'IPCH belge.'
- Test-Achat (2023). 'Panier Testachats: l'inflation poursuit (trop lentement) sa baisse.' Communiqué 05 décembre 2023.
- UNCTAD (2024). *Trade and Development Report 2023: Growth, Debt, and Climate: Realigning the Global Financial Architecture*. United Nations.
- Van Huellen, S. & Ferrando, T. (2023). 'Who is profiting from the Food Crisis? Speculation, rent-seeking and rent-extraction in our food sector.'

Olivier Malay is doctor in de economie (UCL), doceert economische ethiek aan Solvay, en is medewerker op de studiedienst van het ACV Voeding & Diensten.

Denktank Minerva is een onafhankelijke denktank binnen de brede progressieve beweging. Met scherpe opinies en sterke, onderbouwde studies wil Minerva de progressieve stem doen weerklinken in het maatschappelijke debat. Denktank Minerva houdt bestaande denkwijzen tegen het licht, en toont dat er concrete, haalbare, en wenselijke alternatieven zijn.

www.denktankminerva.be
info@denktankminerva.be
[@DenktankMinerva](https://twitter.com/DenktankMinerva)

