

# Fabrieken foodproducenten



## Vestigingsmotieven foodfabrikanten

# Infrastructuur

Fabrikanten in de voedingsmiddelenindustrie zijn op zoek naar een locatie waar zij hun producten zo effectief en efficiënt mogelijk kunnen produceren. Belangrijke factoren die daarbij een rol spelen zijn:

- Aansluiting op binnenvaart en spoorwegen voor aanvoer van grote hoeveelheden ruwe grondstoffen;
- Lokale arbeidsmarkt, loonkosten en aanbod van personeel.

Bron: The Facility Group (2007)

## Nieuwe foodbedrijven

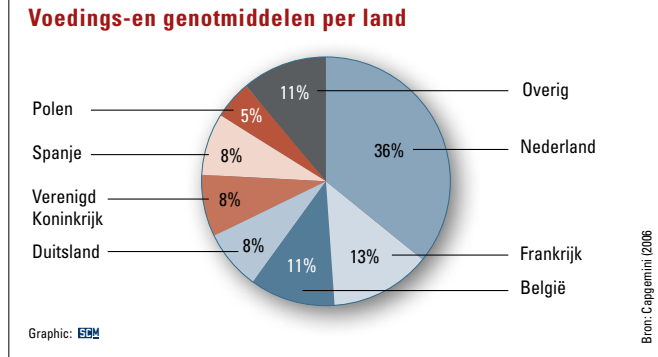
‘Van oudsher zijn de traditionele foodbedrijven gevestigd op locaties waar de grondstoffen zich bevinden’, vertelt Jan Doorackers van Etn adviseurs. ‘De grotere bedrijven verplaatsen zich nauwelijks. Gespecialiseerde bedrijven willen nog wel eens verhuizen vanwege bijvoorbeeld uitbreiding, maar die blijven ook altijd in de buurt van hun leveranciers. Ook vanwege hun medewerkers die ze graag willen houden, verhuizen ze niet ver.’

De laatste jaren is er een verbreding van de foodsector waar te nemen. ‘We krijgen meer en meer een gezonde snackcultuur en ook biologisch voedsel is sterk in opkomst.’ Doorackers spreekt over ‘de nieuwe foodbedrijven’. Te denken valt aan bedrijven als Yakult die produceren met kleur- en smaakstoffen. ‘Deze vestigen zich eerder in de havengebieden, op plaatsen waar de grondstoffen binnenkomen, of anders bij de afnemers in het achterland langs de snelwegen A12 en A15.’

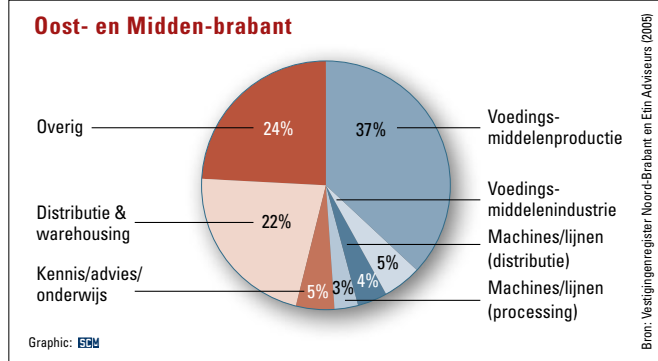
## INVESTERINGEN IN FABRIEKEN

Foodproducent	Locatie	Bedrag (euro)	Jaar	Aard
Campina	Veghel (DMV International)	57 miljoen	2005-2006	ombouw van de weiverwerking
Coca-Cola	Dongen	60 miljoen	ca. 2005-2006	nieuwe eenmalig te gebruiken fles
Friesland Foods	Borculo (Domo)	6,5 miljoen	2006	uitbreiding productie capaciteit en verbetering van de kwaliteit
Grolsch	Boekelo	277 miljoen	2004	compleet nieuwe brouwerij
Masterfoods	Veghel	50.000	2004-2005	implementatie Manufacturing Execution Systeem

## AANDEEL DISTRIBUTIECENTRA



## WERKGELEGENHEID FOOD



## Brancheontwikkelingen

# Horizontale samenwerkingsverbanden

De afgelopen jaren stonden foodproducenten onder grote druk om hun supply chain-kosten te verlagen en om beter tegemoet te komen aan de steeds complexere eisen van afnemers in verschillende distributiekanaalen. ‘Fabrikanten krijgen het steeds moeilijker deze ontwikkelingen bij te benen’, zegt Hans Hofmans van The Facility Group. ‘Bovendien is het te duur als ze dit zelf moeten doen.’

Daarom zoekt de industrie logistiek dienstverleners die transport en warehousing efficiënter en effectiever kunnen uitvoeren. Op die manier kan het klantorderontkoppelpunt worden verlegd naar de dienstverleners. Daarnaast wordt de supply chain steeds transparanter gemaakt met nieuwe, efficiënte technieken om de goederenstroom op de voet te volgen, zoals RFID.

In 2006 ontvingen Masterfoods, Douwe Egberts, Unipro en C. van Heezik de Logimatch Award met een mooi voorbeeld van een horizontaal samenwerkingsverband. C. van Heezik draait een *manufacturing consolidation center* waarin de fabrikanten hun diepvriesproducten onderbrengen, die van daaruit worden geleverd aan gezamenlijke klanten. Hierdoor besparen ze zo'n 30 procent op de transportkosten.