



Wat is het FSIN?

Het FoodService Instituut Nederland is het onafhankelijke Kennisinstituut voor de ontwikkeling van de markt van de buitenshuisconsumptie.

Het FSIN ziet het als haar taak om de markt voor buitenshuis eten en drinken in kaart te brengen, definities en begrippen vast te stellen, analyses te maken, kennis en inzichten van experts over die markt te bundelen en toekomstverkenningen te produceren.

We vertalen die doelstellingen het beste met deze vier woorden:

FACTS - ANALYSES - INSIGHTS - OUTLOOKS !

Facts: we verzamelen gegevens over de verschillende foodmarkten met behulp van marktonderzoekbureaus en verschillende databases en openbare en eigen bronnen.

Analyses: we maken analyses over trends en groeifactoren die tot veranderingen in de markt leiden.

Insights: we verdiepen en verrijken de informatie door middel van discussies met experts uit de markt en met hulp van wetenschappelijke instellingen.

Outlooks: we maken toekomstgerichte rapporten, issueverkenningen en beleidsdocumenten voor onze leden.

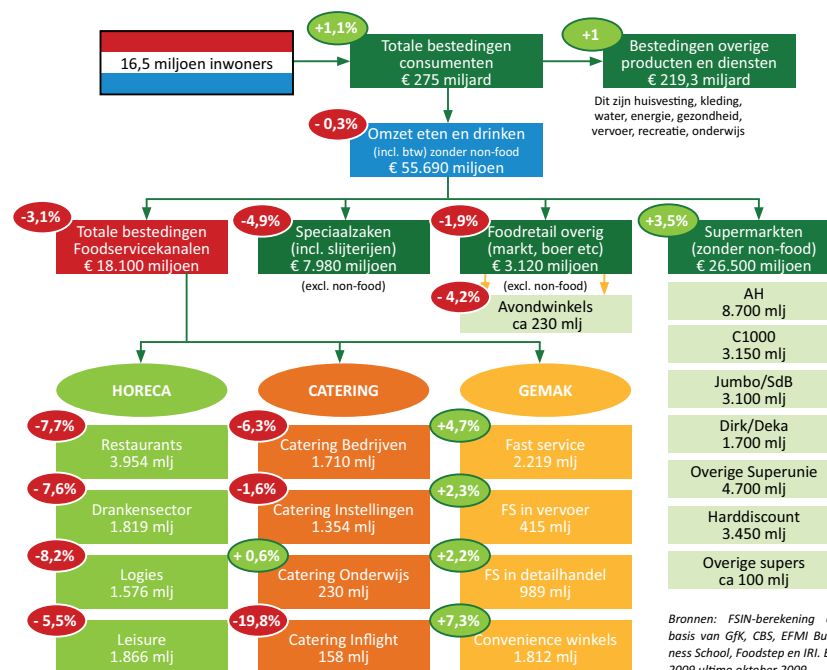
Daarmee is het FSIN autoriteit en het aanspreekpunt voor de publieke interesse rond de totale foodservicemarkt geworden.

Uitgangspunten

Het FSIN hanteert de volgende uitgangspunten.

- We richten ons op het invullen van onafhankelijke autoriteit. We zijn een 'niet commercieel kennisontwikkelingsplatform' dat de conceptmatige professionalisering van de markt voor buitenshuis consumptie tot onderwerp heeft.
- We willen vanuit dat perspectief aanspreekpunt zijn voor vakgenoten, maar ook voor publieke opiniemakers en overheid. We weten wat er gebeurt in de foodmarkt en vooral rond buitenshuis consumeren. We kennen de foodbranche als geheel, we werken op een academische manier en we weten wat de overheid moet meenemen in haar afwegingen. Het FSIN is geen belangenorganisatie en we komen dan niet op het terrein van de branche organisaties en de belangenorganisaties. Het FSIN wil de hele sector (fabrikanten, groothandels en outletorganisaties) met haar inzichten dienen, en zal dus nooit de individuele belangen van deelgebieden kunnen oppakken.
- We volgen de marktontwikkelingen op beleidsniveau. Daarvoor brengen we jaarlijks de markt - en alle drivers erachter - in kaart en geven veranderingen en verwachtingen weer. Bovendien maken we een koppeling tussen academische kennis over de (internationale) foodbranche en de praktijk van onze leden.
- We maken gebruik van de aanwezige kennis van de beleidsmakers (directies) van onze leden om issues en standpunten voor de emancipatie van ons vak voor het voetlicht te brengen.

Zo zit de markt in elkaar



De totale consumptieve bestedingen in 2009 waren nog licht hoger dan in 2008 (plus 1,1%) maar in voedings- en genotmiddelen was er sprake van een lichte daling (0,3%). Foodservice daalde met 3,1% en speciaalzaken zelfs met 4,9%. De supermarkten zagen hun pure foodomzet met 3,5% stijgen. In dit overzicht van het FSIN staan alle belangrijke omzetgetallen van de afzonderlijke kanalen op een rij.



Jaarverslag 2009

Terugblikken op het jaar 2009 betekent kijken naar een crisisjaar. De omzet in Foodservice daalde. Maar tegelijkertijd was 2009 ook het jaar van (het verkennen van) nieuwe kansen. Nieuwe commerciële strategieën ontwikkelen, scherper aan de wind zeilen, andere concepten uittesten enzovoort. Onze leden hebben er allemaal mee te maken gekregen.

Als FoodService Instituut Nederland hebben we onze rol als onafhankelijk kennisinstituut opnieuw kunnen uitbouwen. We hebben onze leden kunnen voorzien van beleidsinformatie, analyses en toekomstverkenningen waarmee ze hun eigen strategische keuzes hebben kunnen toetsen. Dat is in toenemende mate ook de rol van het FSIN geworden: op een wetenschappelijke manier en vanuit een onafhankelijke (en niet-commerciële) positie voorzien we onze leden van 'nadenkmateriaal'.

De marktontwikkelingen

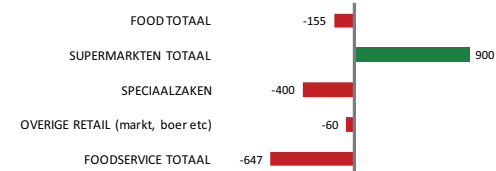
Voor het eerst sinds vele jaren daalde de omzet in de totale buitenhuisconsumptie. De daling van 3,1%, betekende een omzetverlies van € 647 miljoen. De segmenten binnen Horeca daalden zelfs met € 728 miljoen. Alleen de sectoren binnen 'Gemak' groeiden nog met € 255 miljoen, terwijl de segmenten binnen Catering € 173 miljoen aan omzet moest inleveren. De totaalomzet in Foodservice bedroeg € 18,1 miljard.

Het is overduidelijk dat de foodeuro in 2009 aanmerkelijk minder in de buitenhuiskanalen is uitgegeven, want de foodomzet van supermarkten groeide nog met € 900 miljoen, terwijl de overige foodkanalen (markt en speciaalzaken) ook fors moesten inleveren (€ 460 miljoen).

Toch heeft Food het naar verhouding in 2009 helemaal niet slecht gedaan, zeker als we het vergelijken met de omzet in andere sectoren. De Nederlanders blijven wel eten, maar de afwegingen 'wat en waar' ze consumeerden werden wel zuiniger ingevuld. Dat is het effect 'downtrading' dat we als FSIN in onze Monitor van 2010 uitvoerig hebben geanalyseerd. We hebben in onze rapporten ook aangegeven hoe onze leden daarop zouden kunnen anticiperen.

De verschuivingen in de totale foodomzet in 2009

(veranderingen t.o.v. 2008 in miljoenen Euro's)
Bron: FSIN berekeningen nov 2009

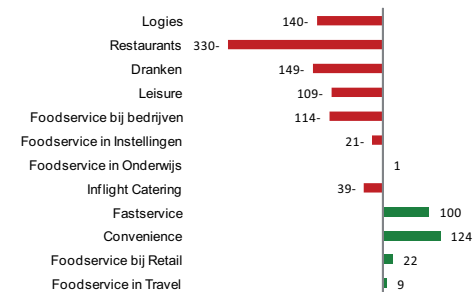


Bronnen: FSIN berekening op basis van GfK, CBS, EFMI Business School, Foodstep en IRI. Est 2009 ultimo oktober 2009

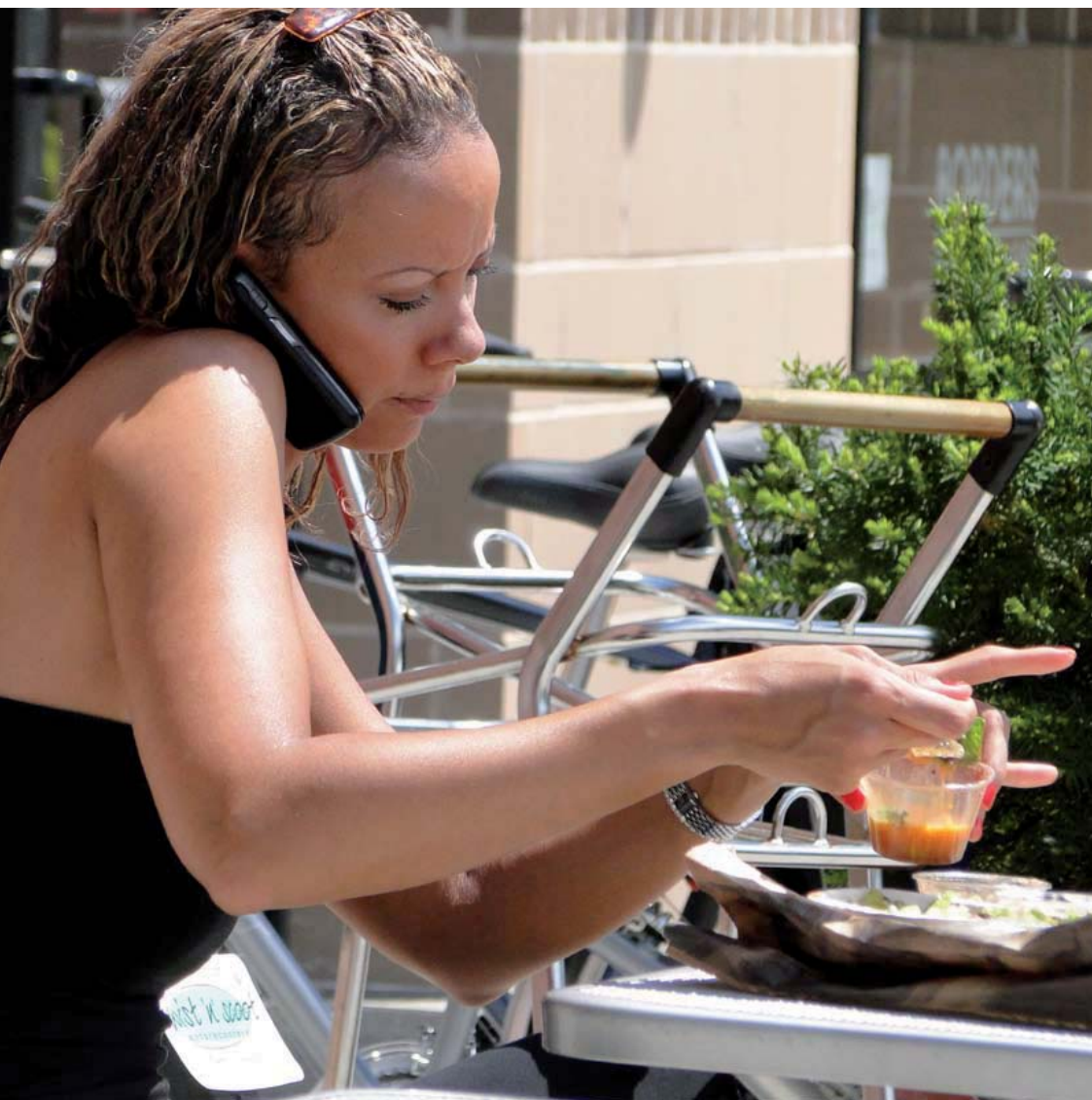
Alle hoofdkanalen in de foodsector hebben in 2009 in totaal € 155 miljoen minder omgezet dan in 2008.

Omzetverschil 2008-2009 in milj Euro's

Bron: FSIN berekeningen op basis van omzet 2009 Foodstep



De daling van Foodservice verschilt nogal per subkanaal



De activiteiten van het FSIN

In 2009 hebben we als FoodService Instituut Nederland verschillende activiteiten voor onze leden georganiseerd.

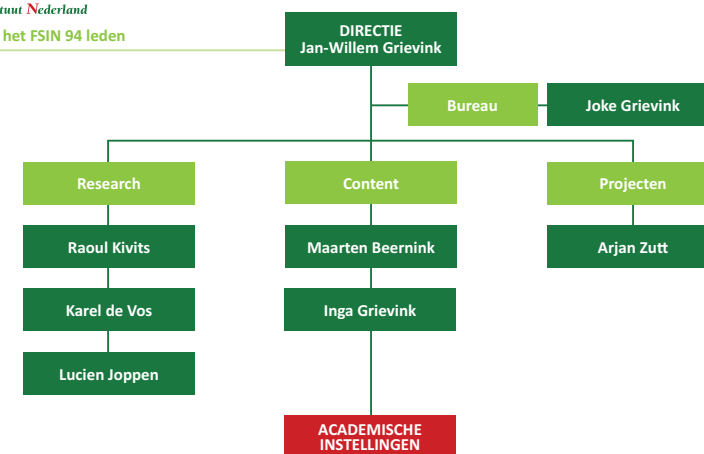
- Het FSIN Brunchcongres dat we samen met de Horecava in januari organiseerden met sprekers als René Boender (trendwatcher) en Jean Marc van Cutsem (lid Raad van Bestuur van Delfood).
- Het zomercongres (annex ledenvergadering) van het FSIN met externe sprekers als Patrick Verhamme van het Belgische Delhaize en Bill van der Valk van het gelijknamige horecaconcern.
- Verder was het FSIN (samen met EFMI Business School) in maart 2009 medeorganisator van het grote Food Vision Congres van de Rabobank.
- Het FSIN heeft in 2009 drie keer op Kasteel Parc Spelderholt een Ronde Tafel discussie georganiseerd voor directieleden, samen met ING bank. De uitkomst van die discussies is verwerkt in de Management Readers van het FSIN.
- De werkgroep marktonderzoek heeft in 2009 vier keer over een brainstormbijeenkomst gehouden waaraan verschillende FSIN-leden hebben deelgenomen.

Zo ziet het FSIN eruit



Het FoodService Instituut Nederland had in 2009 in totaal 94 leden. Het bestuur wordt gevormd door 8 bestuursleden die de diverse segmenten uit de leden vertegenwoordigen en één onafhankelijke voorzitter. In het schema is aangegeven hoe de zetelverdeling in het bestuur tot stand komt.

Het bureau van het FSIN is verantwoordelijk voor alle activiteiten en de expertise rapporten die het FSIN uitbrengt. Jan-Willem Grievink is overkoepelend als directeur verantwoordelijk voor de dagelijkse gang van zaken van het FSIN. Het FSIN heeft drie hoofdactiviteiten. We doen research, we produceren rapporten en we doen projecten, vooral ook gericht op het creëren van meer ledenbinding en draagvlak.



Het FSIN werkt samen met verschillende organisaties voor fact-finding, analyses en insights.

In Nederland: CBS, GfK, Veneca, Kenniscentrum Horeca, Locatus, EFMI Business School, LEI, Wageningen Universiteit, IRI, Out of Home, Misset Horeca, TWS, CPB, Hotelscholen, Synnovate, TNS, KHN, AC Nielsen, Foodstep, Food in Mind, Rabobank, ING, LP-Praxis, Aroq, Crest en verder nog tientallen internationale databases.



Ledenontwikkeling

Het FSIN had per 31 december 2009 94 leden. Dat is een stijging van 9 leden ten opzichte van 2008. Het FSIN kent drie soorten leden. Concernleden, grote organisaties met meerdere werkmaatschappijen. Gewone leden en kleine leden met een beperkte bedrijfsvoering.

Dit zijn de leden van het FSIN per 31-12-2009 op alfabetische volgorde:

- Ad van Geloven
- Affetto Plus
- Albert Heijn
- Albron
- Arla Foods
- Aviko B.V.
- Bakerstreet Benelux BV
- Bavaria NV
- Bieze Foodservice
- Bonduelle Foodservice Benelux
- Bonfait B.V.
- Borgesius Convenience BV
- BP Nederland B.V.
- Bunzl Foodservice
- CélaVita BV
- Chiquita Fresh Convenience
- Coca-Cola Enterprises Nederland BV
- Coöperatieve Ver. Pascal-Ede u.a.
- Danone Nederland
- Dawn Foods International
- De Kweker/Vroegop
- De Zuivelhoeve
- Deli XL
- DéliFrance Nederland BV
- Douwe Egberts Coffee Systems BV
- Dr. Oetker
- Drie Mollen Holding BV
- Duni Benelux BV
- Friesland Foods Professional
- Fruity-King B.V.

- Georgia Pacific Nederland BV
- Greencore Nederland
- H.Z.P.C. Holland BV
- Heineken Nederland BV
- Heinz Foodservice
- Hero Nederland BV
- Horesca BV
- Hotelschool Den Haag
- Hotelschool Maastricht
- IMK Intermediair
- InBev Nederland NV
- ING Bank
- Johma Salades BV / Johma Sandwiches BV
- Johnson Diversey
- KFC Holdings BV
- King Cuisine
- Koninklijke Friesland Campina OoH
- Koninklijke Fruitmasters Groep UA
- Koninklijke Grolsch NV
- Koninklijke Peijnenburg
- Koninklijke Prins en Dingemanse
- Koninklijke Smilde BV/Fano Fine Food
- Koninklijke van den Boer Groep BV
- Kruidenier Foodservices
- Kühne Benelux BV
- Lamb Weston Meijer
- Leaf Holland BV
- Leen Menken Distri-Services bv
- Lekkerland Nederland BV
- Les Halles (La Place)
- Lu General Biscuits Nederland BV
- Mars Nederland BV
- Mekkafood Halal Products
- Menken Orlando
- Metro Cash & Carry Nederland BV
- Müller Fresh Food Logistics BV
- Nabuurs Logistiek BV
- Nestlé Professional Nederland
- Pepsico Nederland
- Perfetti van Melle Benelux BV
- Peter van Halder B.V.
- Pietercil Barends B.V.
- Prime Meat
- Red Bull
- Remia CV
- Royaan B.V.
- Sanday's Bakeries BV
- Santa Maria BV
- Selecta Olland BV
- Servex
- Sligro Food Group NV
- Sodexo
- Spadel Nederland BV
- Stegeman
- Tuinderij Vers BV
- Unilever Foodsolutions
- Unilever OOH Benelux
- Van Dijk Food Products
- Van Oers Group
- Versteegen Spices & Sauces BV
- Vion Food / Qlinaire
- Wessanen Nederland B.V.
- Zwanenberg Food Group

Media en publiciteit

De activiteiten van het FSIN worden steeds bekender. Het FSIN is een informatiepunt voor verschillende maatschappelijke organisaties. Het ministerie van LNV heeft het FSIN betrokken met het voorbereiden van de discussies over het verduurzamen van de voedselketen. We hebben presentaties gegeven in de debatserie in de Rode Hoed in Amsterdam. Verschillende wetenschappers en HBO en doctoraalstudenten weten het FSIN te vinden bij het funderen van hun wetenschappelijke projecten enzovoort.

Het openbare deel van de website wordt vaak geraadpleegd door duizenden studenten en onderzoekers. Op het besloten ledendeel van de website staan presentaties over Foodservice, Excel-sheets met markt cijfers, rapporten, lezingen, nieuwsberichten en andere achtergrondinformatie.

Dataverzameling

In 2009 heeft het FSIN voor het tweede jaar naast de basiscijfers van Foodstep gewerkt met data die in eigen research is verzameld. Deels uit openbare bronnen en deels uit panels die ons hun omzetgegevens en omzetveranderingen hebben doorgegeven. Het FSIN hecht grote waarde aan brede en contextuele data. Daarom hebben we de uitkomst van de verschillende bronnen ook breed besproken en bediscussieerd. Al die data vergelijken we met elkaar, maken analyses trekken conclusies en bespreken die weer met experts.

Het FSIN heeft daarnaast goede contacten met grossiers, leveranciers en diverse outle-organisaties. Ook van hen ontvangen we gegevens en omzetontwikkelingen. Met al die gegevens kunnen we zowel de groothandelsomzet als de totale trends in Foodservice goed inschatten.

Financiën

We hebben het jaar 2009 kunnen afsluiten met een positief exploitatieresultaat van € 57.955,-. Dat is hoger dan we verwacht hadden. We hadden per 31 december 94 leden. In de loop van 2009 is het aantal leden dus gegroeid van 85 naar 94.

De opbrengstenkant is mede om die reden ruim 43.000 Euro boven de begroting uitgekomen. En de totale kosten zijn ruim € 12.000,- lager dan we hadden begroot. Inclusief extra rente-inkomsten hebben we in 2009 een positief resultaat kunnen boeken van € 87.812,-. Dit bedrag wordt toegevoegd aan de reserve. Deze reserve bedraagt nu € 207.452,-.

Het beleid van het bestuur is gericht op een maximering van de reserve gerelateerd aan circa één jaar aan kosten.

In de financiële rapportage van SCT Accountants geven we de details. Op pagina 22 en 23 staat de samenvatting van de accountant.



De 7 publicaties van het FSIN in 2009

In 2009 heeft het FSIN zeven rapporten of publicaties (Management Readers en overzichten) aan haar leden ter beschikking gesteld. We hebben ze in volgorde van publicatie genummerd in dit overzicht. 1. De bekende FSIN Jaarmonitor. 2. De eerste Management Reader over Foodservice in tijden van laagconjunctuur. 3. Het spraakmakende Quo Vadis onderzoeksrapport met een verkenning over foodleveranciers in de periode 2009 tot 2020, gemaakt door het FSIN in samenwerking met EFMI Business School en Rabobank international. 4. De Management Reader over Convenience. 5. Twee losse publicaties rond het FSIN zomercongres met compacte informatie. 6. De Management Reader over de bouwstenen voor een post-recessie strategie. En 7. De bekende FSIN jaarposter met cijfers over de markt in 2009.



BALANS PER 31 DECEMBER 2009

Voor winstbepemming

	31-12-2009		31-12-2008	
	€	€	€	€
ACTIVA				
Vaste activa				
Financiële vaste activa (1)		-		1
Vlottende activa				
Vorderingen (2)	36.332		35.551	
Liquide middelen (3)	360.367		296.779	
		396.699		332.330
		396.699		332.331
PASSIVA				
Eigen vermogen (4)				
Overige reserves		207.452		139.640
Kortlopende schulden (5)				
Overige belastingen en premies sociale verzekering	1.606		3.719	
Overige schulden	1.043		1.018	
Overlopende passiva	186.598		187.954	
		189.247		192.691
		396.699		332.331

EXPLOITATIEOVERZICHT OVER 2009

	2009		2008	
	€	€	€	€
Ontvangsten (6)		398.339		311.405
Kosten				
Lonen en salarissen (7)	28.105		25.186	
Sociale lasten (8)	5.383		6.394	
Overige personeelskosten (9)	3.779		231	
Marktrapportage (10)	158.254		130.291	
Werkgroepen (11)	1.300		2.249	
Commerciële kosten (12)	36.932		38.395	
Vergaderkosten (13)	15.941		10.272	
Directievoering (14)	38.000		38.000	
Administratieve kosten (15)	21.619		20.134	
Algemene kosten (16)	31.071		36.856	
		340.384		308.008
Exploitatie resultaat		57.955		3.397
Rentebaten en soortgelijke opbrengsten (17)	9.983		8.132	
Rentelasten en soortgelijke kosten (18)	-126		-64	
		9.857		8.068
Financiële baten en lasten		9.857		8.068
Resultaat		67.812		11.465



Plannen voor 2010 en 2011

Het FSIN werkt met een meerjarenbegroting. Het jaar 2010 zal zeker nog in het teken staan van de economische crisis. Food heeft er minder 'last' van dan de overige bedrijven, maar met name Foodservice zal de effecten nog blijven merken. Dat zal de tot nu toe sterke ledengroei enigszins kunnen beperken. We verwachten binnen 2 jaar tijd toch te kunnen doorgroeien naar 100 leden.

In de begroting van 2010 houden we rekening met een zeer kleine uitbreiding van het aantal leden en een omzet van € 395.000. De kosten zullen toenemen vanwege verschillende nieuwe initiatieven voor onze leden. De reden voor die kostengroei zit in de verdieping van de kwaliteit van onze producten voor onze leden en de uitbreiding met een nieuw product. In de volgende hoofdstukken komen we erop terug.

De onderbouwing en de bekendheid van het FSIN als een onafhankelijk kennisinstituut staat centraal in onze activiteiten. We hebben intussen een grote bekendheid gekregen als onafhankelijke expertise instituut voor de foodservicemarkt. Dat willen we nog meer uitbouwen ten behoeve van onze leden. Met het bestuur hebben we een focus aangebracht in onze plannen en activiteiten. Die plannen strekken zich uit tot en met 2012. In de bijgevoegde meerjarenbegroting relateren wij de daarvoor noodzakelijke kosten aan de inkomsten, gericht op een gezonde exploitatie.

Samenwerking met wetenschappelijke instituten

In de komende jaren gaat het FSIN zijn rol als Onafhankelijk Kennisinstituut verder uitbouwen. We bouwen aan een verdere samenwerking met wetenschappelijke instituten en maken gebruik van de kennis van postdoctorale studies van studenten die we begeleiden. Het FSIN werkt al samen met EFMI Business School en de samenwerking met het Landbouw Economisch Instituut en Wageningen Universiteit wordt uitgebouwd. Maar ook de samenwerking met HBO instellingen (hotelscholen) gaat in 2010 van start.

Internationale contacten

Omdat de Nederlandse Foodservice sterk beïnvloed wordt door ontwikkelingen in andere landen, heeft het FSIN goede contacten opgebouwd met organisaties en instellingen in het buitenland. We wisselen trends en analyses uit en hebben toegang tot elkaars databanken. Met die kennis zijn wij steeds vaker in staat om onze leden te helpen met het duiden van internationale trends die van invloed worden in Nederland.

Het monitoren van de totale foodconsumptie

Het FSIN is het enige Instituut dat kennis verzamelt en analyses maakt voor de totale foodconsumptie. Wij brengen niet alleen in beeld wat buitenshuis wordt geconsumeerd, maar ook de thuisconsumptie wordt door ons geanalyseerd. De reden daarvoor is dat thuis- en buitenshuisconsumptie communicerende vaten van elkaar zijn. Consumenten gebruiken niet meer kilocalorieën. En elke kilocalorie die thuis wordt genuttigd, wordt niet meer buitenshuis besteed en vice versa. Het FSIN heeft daarom al een paar jaar een begin gemaakt met de totale foodmarkt in kaart te brengen en dat zullen we de komende jaren verder verdiepen.

Wat doet de consument?

In 2011 komt er een nieuwe Foodshopper Monitor van het FSIN. In samenwerking met GfK brengt het FSIN in beeld waar consumenten hun foodconsumptie Euro's besteden, maar we brengen ook de aankoopmotieven in beeld. Dit jaar testen we deze nieuwe manier van informatieverzameling met GfK's Consumer jury panel. We willen daarna in 2011 met een extra Monitor komen die we voorlopig de Foodshopper Monitor hebben gedoopt.

Duurzaamheid als hot topic

Het ministerie van LNV heeft het verduurzamen van de Nederlandse foodsector tot speerpunt verheven. Een duurzame foodsector moet Nederland onderscheiden op het Europese concurrentiespeelveld.

En op verzoek van LNV zal het FSIN samen met Wageningen Universiteit en het LEI (Landbouw Economische Instituut) in 2010 en 2011 een groot onderzoek doen naar de huidige stand van zaken van alle elementen die met duurzaamheid in de foodketen te maken hebben. Dit wetenschappelijk onderzoek is bedoeld om alle spelers in de foodsector (zowel Foodservice als Foodretail) aanknopingspunten te bieden tot verbetering van het Duurzaamheidsbeleid. Het FSIN is partner in dit onderzoek vanwege de door het FSIN ontwikkelde denkmodellen en de ervaring met grootscheepse Delphi onderzoeken, waarbij we de mening van beleidsbepalende organisaties in Foodservice en Foodretail in het onderzoek betrekken.

Beperkte staf

Het FoodService Instituut Nederland heeft een beperkte staf. We willen met beperkte middelen en met gebruik maken van de expertise van onze leden zoveel mogelijk kwalitatieve analyses te maken. We gebruiken daarvoor ook een netwerk aan specialisten die we inschakelen voor de diverse aandachtsvelden.



Wat willen we tot en met 2011 bereiken?

Op een compacte manier geven we onze overige doelstellingen weer.

- De kwaliteit van onze rapporten verder vergroten. De Foodservice Monitor blijft kwalitatief groeien. Wetenschappelijke rapporten en Management Readers zullen in het teken van actuele vraagstukken blijven staan.
- De 'gewone' Monitor gaat vooral over de markt cijfers en de marktontwikkelingen en analyses en verkenningen voor de komende jaren.
- De nieuwe Foodshopper Monitor gaat vooral het gedrag van consumenten in beeld brengen en dan voor de totale foodmarkt. Deze nieuwe Monitor verschijnt in 2011. In 2010 bouwen we hiervoor de data en de analyses op.
- Door het hele jaar heen ontvangen onze leden informatie die voor de beleidsvorming van hun bedrijf ondersteuning kan bieden.
- We gaan verder met de activiteiten voor onze leden: twee keer per jaar een congres; bijeenkomsten met de werkgroep marktonderzoek; en Ronde Tafel gesprekken met groepen directieleden van FSIN bedrijven, maar ook rondom speciale onderwerpen of sectoren.
- Voor de leden komen op de website steeds meer data beschikbaar om zelf te kunnen toepassen in hun eigen datamodellen. We werken aan een totale vernieuwing en een toegankelijke opzet van de data.
- We zullen de media periodiek voorzien van informatie waardoor ze aandacht gaan geven aan de markt voor buitenshuis consumptie.
- Als er in de publieke opinie (overheden, beleidsmakers en media) vragen leven over Foodservice, dan moet het een verdergaand automatisme worden dat men contact opneemt met het FSIN.

- We zullen opleidingsinstituten rond Food stimuleren om meer aandacht te geven aan Foodservice. Zodat studenten vaker gaan afstuderen op onderwerpen rond ons vakgebied. We ondersteunen die studenten met hun onderwerpen door ze te voorzien van informatie. Met als kantlijn dat het niet de belangen van onze leden (en het FSIN) mag schaden.
- We gaan samen met de grossiersleden van het FSIN een verdiepingsslag maken om de groothandelsmarkt nauwkeuriger in kaart te brengen en veranderingen in de markt (en assortimenten) te kunnen monitoren.

Website services

De website van het FSIN wordt met grote regelmaat gebruikt voor het zoeken naar achtergrondinformatie. In het openbare deel van de website kunnen bezoekers nieuwsberichtjes vinden, algemene informatie over het FSIN en over de marktontwikkelingen. Wat betreft cijfers is daar alleen een beperkte informatie beschikbaar via de mediaberichten met cijfers op hoofdlijnen. Het openbare deel van de website wordt veelvuldig geraadpleegd door studenten, journalisten en adviseurs die zich op die markt willen oriënteren.

Uiteraard staan ook de doelstellingen van het FSIN op het openbare deel en een downloadbaar inschrijfformulier voor lidmaatschap.

Ledendeel van de website

In het besloten deel van de website staan al onze rapporten digitaal en ook meer achtergrondinformatie bij de nieuwsberichten van de digitale nieuwsbrieven die we maandelijks versturen.

De website van het FSIN wordt op dit moment vernieuwd en krijgt meer gebruikersmogelijkheden voor onze leden.

Een greep uit de informatie die onze leden kunnen vinden:

- Ledenlijst met contactpersonen en telefoonnummers
- Presentaties van het FSIN over verschillende onderwerpen
- Presentaties van de sprekers op onze congressen
- De digitale versie van de Monitor jaarrapporten vanaf 2004
- De digitale versie van de Management Readers
- De Excel sheet met de marktcijfers van het afgelopen jaar. Daarmee kunnen de leden hun eigen analyses maken en de cijfers inpassen voor benchmarking met de eigen doelstellingen.
- Internationale rapporten of samenvattingen
- Doelstellingen van het FSIN, het jaarverslag en de activiteiten

In 2010 zullen we ook een deel van de illustraties en foto's, die we voor onze Monitor en andere rapporten gebruiken, via de website toegankelijk maken.

Algemeen

De autoriteit en de onafhankelijke deskundigheid van het FSIN en haar medewerkers groeit. Daardoor wordt met regelmaat de mening van het FSIN gevraagd rond allerlei onderwerpen. We zullen dit proces op een zorgvuldige en voorzichtige manier versterken.

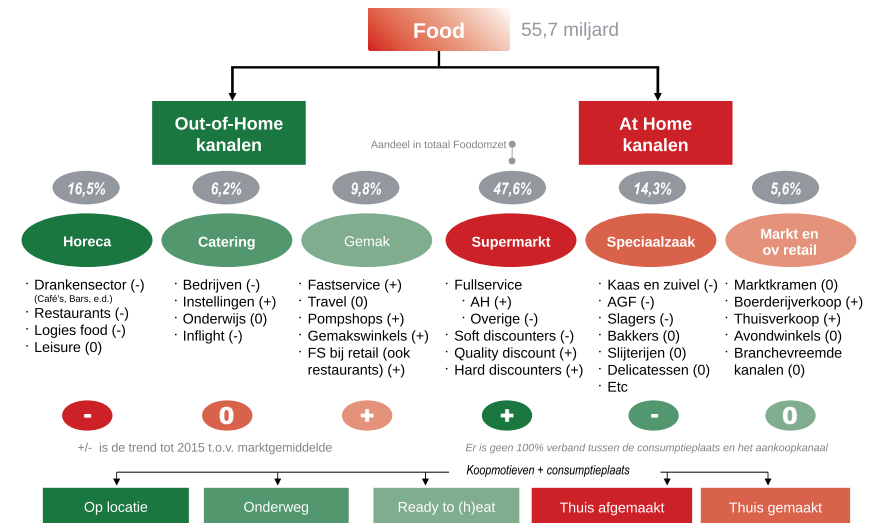
fair & regional.

BIO BERLIN-BRANDENBURG



Groeitrends binnen het totale Foodkanaal

Omzetaandeel en groeitrend



Dit noemen we Foodservice oftewel: buitenshuis consumptie kanalen

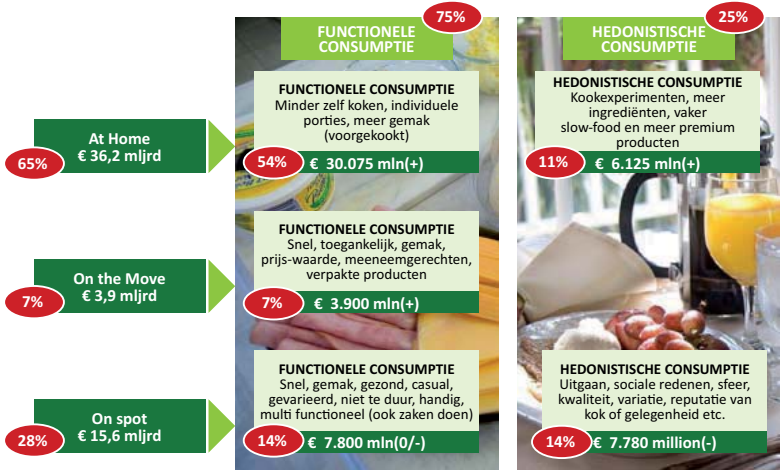
Bron: FSIN berekeningen op basis cijfers EST 2009

Er zijn zes hoofdkanalen waar voedings- en genotmiddelen worden verkocht. Drie daarvan rekenen we tot Foodservice. En elk van die drie kanalen heeft weer vier subkanalen die we als FSIN nauwkeurig in kaart brengen. De plussen en minnen geven de verwachte groei ten opzichte van de gemiddelde marktgroei weer in de periode tot en met het jaar 2015.



Omzetverdeling Food volgens consumentenwaarden

Totale foodmarkt NL € 55,7 miljard



Als we de consumentenomzet in food verdelen tussen de drie hoofdmomenten van consumptie (thuis, onderweg of ergens buitenshuis op een vaste locatie) en ook nog verdelen naar de aard van de consumptie (functioneel consumeren of puur voor de gezelligheid), dan krijgen we globaal berekend deze onderverdeling van de 55,7 miljard Euro die we in 2009 hebben uitgegeven aan voedings- en genotmiddelen. De percentages in de rode bollen zijn de marktaandeelen die per kolom of rij optellen tot honderd.

De meerjarenbegroting van het FSIN

Rubriek	Resultaten 2009 EST	Begroting 2010	Begroting 2011
Inkomsten			
Contributie leden	382.240	390.000 1	410.000
Diversen	16.099	5.000	10.000
Totaal inkomsten	398.339	395.000	420.000
Uitgaven			
Personeelskosten	37.267	38.050 2	38.700
Research en marktonderzoek en rapporten	158.254	179.500 3	196.000
Werkgroepen	1.300	3.500	3.500
Ontwerpkosten	4.338	5.000	6.000
Drukwerk	27.750	36.000 4	38.000
Relatiegeschenken	1.558	1.500	1.500
Fotokosten		1.000	1.200
Kilometervergoeding	3.286	3.500	3.800
Commerciële kosten	36.932	47.000	50.500
Ledenvergaderingen	13.880	15.000 5	16.000
Bestuursvergaderingen	2.061	2.000	2.000
Vergaderkosten	15.941	17.000	18.000

Rubriek	Resultaten 2009 EST	Begroting 2010	Begroting 2011
Accountant	2.282	3.000	3.000
Juridische kosten	1.337	1.500	1.500
Secr/adm	18.000	19.200 6	19.200
Directievoering	38.000	40.000 7	40.000
Secr/Admin/Directie	59.619	63.700	63.700
Porti	3.708	4.000	4.000
Internet	4.416	8.000 8	8.000
Verzekeringen	1.552	1.600	1.600
Kantoorbenodigdheden	262	500	500
Acquisitie	11.045	10.000	10.000
Bestuurskosten	10.000	12.500 9	15.000
Overige kosten	88	10.000	10.000
Algemene kosten	31.071	46.600	49.100
Rente/bankkosten	126		
Totaal kosten	340.510	395.350	419.500
Rente opbrengsten	9.983	6.000 10	7.000
Exploitatieresultaat	67.812	5.650	7.500



Toelichting begrotingen 2010 en 2011

1. Het aantal mutaties van leden zal in 2010 licht groeien, enerzijds door fusies en overnames, anderzijds doordat 2 leden hun lidmaatschap gaan beëindigen. We verwachten echter ook een aantal nieuwe leden te kunnen bijschrijven.
2. De vaste personeelskosten van het FSIN zijn beperkt. We werken vooral met een aantal vaste expert-medewerkers.
3. We investeren in de kwaliteit van onze research en verdiepen de kwaliteit van onze rapporten. Dat leidt tot licht hogere kosten. In deze post is ook de uitbreiding van het aantal expert-uren van onze medewerkers meegenomen.
4. De toename hangt samen met de groei van het aantal rapporten.
5. Deze verhoging is conform de uitbreiding van activiteiten en bezoekers aan onze evenementen.
6. De kosten voor secretariaat zullen geleidelijk stijgen door uitbreiding activiteiten (uren).
7. Kosten directievoering worden op voorstel van bestuur elke twee jaar onderhandeld op basis van werkelijke en verwachte verandering in activiteitenplus indexering op basis van inflatie.
8. Voor internet gaan we in 2010 en 2011 investeren in een betere functionaliteit van de website, gericht op een interactievere communicatie met onze leden.
9. De taken voor de bestuursvoorzitter nemen toe in samenhang met de groei van de organisatie.
10. Ondanks hoger banksaldo toch lagere rente opbrengsten door lagere rentetarieven

Tot zover de verantwoording van de begrotingen en de plannen voor 2010 en 2011.

Frederik Masselink, voorzitter FSIN
Jelle Griffioen, penningmeester FSIN
Jan-Willem Grievink, directeur FSIN

Eindredactie, vormgeving en productie:
RetailBusinessMedia.nl
in opdracht van het FoodService Instituut Nederland