

Allianz: 'Prijsstijgingen houden voedselinflatie alarmerend hoog'

ROTTERDAM – Omdat fabrikanten hun verloren winsten proberen goed te maken, blijft de voedselinflatie tot het einde van het jaar extreem hoog.

Verzekeraar Allianz wijst er in zijn rapport 'Honger naar winst' op dat fabrikanten in heel Europa die hun prijzen verhogen hun verloren winsten proberen goed te maken. Pas eind 2023 zullen de prijzen pas dalen. 'Waren eerder de hoge energieprijzen de belangrijkste drijfkracht achter de inflatie. Nu zijn dat de extreem hoge voedselprijzen. We zitten in een transitie van een energieprijscrisis naar een voedselprijscrisis. Het tast de consumptie aan en geopolitiek gezien brengt het arme landen in grote problemen. Vooral Afrikaanse landen", geeft risicodirecteur Johan Geeroms aan.

Stijgende kosten van fabrikanten

Dat sommige fabrikanten de prijzen verhogen, lijkt niet te rijmen met de dalende prijzen van grondstoffen. Zo is de prijs van tarwe en sojabonen terug op het niveau van 2021. Dat de voedselprijzen desondanks hard blijven stijgen, komt volgens Geeroms door de bedrijfskosten van voedselproducenten en detailhandelaren. Volgens het onderzoek van Allianz Trade zijn de kosten voor voedselproducenten flink gestegen. Zo steeg de prijs van olie met 43 procent in 2022 ten opzichte van 2021. Ook de prijzen voor elektriciteit, verpakkingskosten, glas, metaal en plastic groeiden. Arbeidskosten in de detailhandel namen daarnaast met 5 procent toe.

Producenten verhogen prijzen meer dan supermarkten

De hogere kosten die fabrikanten berekenen, komen volgens Geeroms voor een belangrijk deel op het bord terecht van de supermarkten. Zij hebben de meeste, maar niet alle, kosten doorberekend aan klanten. Zo verhoogden voedselproducenten hun prijzen in 2022 met 17 procent, terwijl supermarkten hun prijzen met 12 procent verhoogden. Financiële gegevens van beursgenoteerde foodretailers bevestigen dat de kosten sneller stegen dan de omzet, waarbij de brutomarges in 2022 slonken en daalden tot niveaus van voor de pandemie.

Allianz waarschuwt voor graaiflatie door stijgende prijzen

Sinds medio 2022 stijgt de omzetgroei echter sneller dan de kosten. Dat suggereert volgens Geeroms dat voedingsbedrijven bezig zijn om verloren marges goed te maken en een 'inhaalwinst' proberen te maken door de prijzen relatief hoog te houden. Hij waarschuwt dan ook voor 'graaiflatie' waarbij grote bedrijven profiteren van de inflatie door hun prijzen te verhogen om zo hogere winstmarges te halen. Volgens het onderzoek van Allianz Trade is sinds medio 2022 ongeveer 10 procent van de prijsverhoging niet terug te voeren op hogere kosten

Bron: distrifood.nl