

Brouwerijcontracten en horeca-investeringen

**Een onderzoek naar het belang van brouwerijcontracten voor
middelgrote Belgische brouwers en de omvang van hun
investeringen in de Belgische horeca**

13 januari 2014

Koen Deconinck, Hannah Pieters en Johan Swinnen

LICOS Centre for Institutions and Economic Performance
Faculteit Economie en Bedrijfswetenschappen
KU Leuven

Inhoud

Executive Summary	4
Inleiding.....	10
1. De Belgische context.....	12
1.1. Trends in bierconsumptie	12
1.2. Marktstructuur	13
1.3. Faillissementen in de horeca	15
1.4. Kredietverstrekking aan de horeca door financiële instellingen en toegang tot de vastgoedmarkt	16
2. Brouwerijcontracten: beschrijving en economische logica.....	18
2.1. Inleiding: wat is een brouwerijcontract?	18
2.2. Belang van brouwerijcontracten.....	19
2.3. Europese regelgeving	20
2.3.1. De “de minimis”-regel	20
2.3.2. Efficiëntiewinsten.....	21
2.3.3. De Belgische context.....	21
2.4. Economische logica van de brouwerijcontracten	22
2.4.1. Economische problematiek van de horeca-uitbater	22
2.4.2. Efficiëntiewinsten voor de brouwer.....	23
2.4.3. Investerings en exclusiviteit	24
2.4.4. Contracten en de bierprijs.....	25
2.4.5. Brouwerijen, drankenhandelaars en horecazaken	26
2.4.6. Mededingingsaspecten	27
2.5. Motivatie van de Europese Commissie voor de vrijstelling van brouwerijcontracten	29
2.6. Brouwerijcontracten in Europa: Het Verenigd Koninkrijk en Nederland.....	31
2.6.1. Het Verenigd Koninkrijk.....	31
2.6.2. Brouwerijcontracten in Nederland	32
3. Brouwerijcontracten en de horeca-investeringen door Belgische brouwerijen	35
3.1. Belang van de brouwerijen in deze studie.....	35
3.1.1. Omzet en volume	35
3.1.2. Belang van pils	35
3.1.3. Verkoopkanalen.....	37

3.1.4.	Belang van eigen horecazaken.....	39
3.1.5.	Samenvatting	41
3.2.	Steun aan de horecazaken	42
3.2.1.	Huurzaken	42
3.2.2.	Zaken met financiële steun.....	46
3.2.3.	Andere zaken.....	48
3.2.4.	Synthese.....	48
3.2.4.1.	Engagementen.....	49
3.2.4.2.	Recupereerbare investeringen	52
3.2.4.3.	Niet-recupereerbare kosten	53
3.2.4.4.	Totale investeringen.....	57
	Conclusie	61
	Referenties	66
	Appendix. Berekening van de huursubsidie op eigendommen	68

Executive Summary

Achtergrond

Een groot aantal horecazaken in België hebben één of andere contractuele binding met een brouwerij. Zo'n "brouwerijcontract" kan vele vormen aannemen. Eén klassiek geval is wanneer de uitbater een pand van de brouwerij huurt en zich in ruil ertoe verbindt om uitsluitend producten van de brouwerij af te nemen. Soortgelijke exclusieve afnameverplichtingen worden soms ook overeengekomen in ruil voor een lening, financiële steun of bruikleen van meubels en ander materiaal.

Er bestaat heel wat discussie over de wenselijkheid van deze contracten. In het publieke debat wordt de nadruk gelegd op de afnameplicht en de hogere bierprijzen die samenhangen met deze contracten. Er is echter zeer weinig informatie over de precieze structuur van de contracten, en van de omvang van de investeringen die hiermee samenhangen. In het debat rond de brouwerijcontracten ontbreekt het ook aan een economische analyse van de werking van deze contracten.

Deze studie probeert een bijdrage te leveren tot een meer gefundeerd debat over de brouwerijcontracten door de economische logica te bestuderen van de exclusieve afname-overeenkomst tussen de brouwerij en de horeca-uitbater, en door empirisch materiaal te analyseren over de investeringen door de brouwerijen in de horeca.

Op vraag van zeven middelgrote Belgische pilsbrouwerijen (Alken-Maes, Bavik, Bockor, Haacht, Martens, Roman en St. Jozef) onderzochten we hiervoor de werking van brouwerijcontracten en de omvang van de investeringen van deze brouwerijen in de Belgische horeca. Deze brouwerijen vertegenwoordigen samen een omzet van 252 miljoen euro, waarvan bijna 90% uit de verkoop van bieren. Samen produceren ze meer dan één miljoen hectoliter eigen pils voor de Belgische markt, goed voor bijna 20% van de totale verkoop van pilsbieren in ons land.

Economische logica van de brouwerijcontracten

De daling van de bierconsumptie sinds het midden van de jaren zeventig en de verschuiving van bierverkoop via de horeca naar andere kanalen leidt tot sterke druk op de bierverkoop in de horeca. In 2012 gingen 2.033 horeca-ondernemingen failliet op een totaal van 55.043 actieve horecazaken. Daarmee is horeca de meest getroffen sector. Van alle zaken die in België failliet gingen in 2012, was één op vijf een horeca-onderneming.

Omwille van de problemen in de horeca zijn financiële instellingen minder vlug bereid geld te lenen aan horeca-uitbaters. Experts van Belgische banken bevestigen dat er structurele problemen zijn in de horeca die ervoor zorgen dat

de kredietverstrekking aan die sector minder evident is. Het risico op wanbetaling ligt ongeveer twee keer zo hoog als het gemiddelde risico over alle sectoren heen. De weigeringsgraad voor horeca-uitbaters ligt dan ook hoger. Eén van de gevolgen van deze kredietbeperkingen is dat uitbaters zonder aanzienlijke eigen middelen aangewezen zijn op de brouwerij voor kredietverlening of voor het vinden van een geschikt pand.

Zulke kredietverlening en/of terbeschikkingstelling van een pand gebeurt meestal in het kader van een “brouwerijcontract”. Een brouwerijcontract is een overeenkomst tussen een caféhouder enerzijds en een brouwerij of een drankenhandelaar anderzijds, waarin de brouwerij of de drankenhandel bepaalde voordelen aan de caféhouder geeft in ruil voor een drankafnameverplichting.

Er zijn geen exacte cijfers beschikbaar over het aantal “gebonden” en “vrije” cafés in België. Verschillende bronnen suggereren dat een grote meerderheid van de cafés gebonden zijn aan een brouwerijcontract, hetzij aan een brouwerij, hetzij aan een drankenhandelaar.

De contracten hebben potentiële voor- en nadelen voor de brouwerijen en de caféuitbaters. Enerzijds betalen horeca-uitbaters met een brouwerijcontract typisch een hogere bierprijs dan “vrije” zaken. Anderzijds staat hier tegenover dat deze “gebonden” uitbaters vaak niet de eigen middelen hebben om een vrije zaak op te starten. Bovendien zijn verhuurders vaak weinig bereid te verhuren aan een beginnend horeca-uitbater. Brouwerijcontracten stellen deze horeca-uitbaters met minder eigen middelen in staat om een horecazaak uit te baten door kredietverstrekking via de brouwerij en/of door een pand van de brouwerij te gebruiken.

De effectieve bierprijs komt tot stand door onderhandelingen tussen de brouwerij en de horeca-uitbater. Gezien de binding van de uitbater aan de brouwerij, en de beperkte onderhandelingsmacht van een uitbater met weinig eigen middelen, is de brouwerij in staat om een hogere bierprijs aan te rekenen in de gebonden cafés.

Voor brouwerijen hebben de contracten als voordeel dat ze een voorspelbare en stabiele afzetmarkt mogelijk maken. Aangezien pils slechts gedurende een korte tijd houdbaar is, vermijden brouwerijen hiermee verlies en stockagekosten. De vaste afzet via brouwerijcontracten lijkt het meest van belang voor kleinere spelers die niet over grote marketingbudgetten beschikken en niet in staat zijn om op vlak van marketing te concurreren met de marktleider(s). Verplichte cafés vormen voor kleinere brouwerijen dus een alternatief voor grote marketingbudgetten.

Een potentieel risico van brouwerijcontracten is dat een brouwerij met een dominante marktpositie via brouwerijcontracten alle goede locaties inpalmt en alle belangrijke horecazaken aan zich bindt. Deze dominante speler zou het zo onmogelijk maken voor concurrerende brouwerijen om marktaandeel te

verwerven, en zou bovendien monopolieprijzen kunnen opleggen aan de uitbaters. Om zulk misbruik te vermijden zijn brouwerijcontracten onderworpen aan Europese regelgeving. Wanneer kan aangetoond worden dat brouwerijcontracten merkbaar de mededinging beïnvloeden, kan de rechter een contract ongeldig verklaren. Er wordt verondersteld dat kleinere brouwerijen geen merkbare invloed kunnen hebben op de mededinging. Bovendien is er een uitzondering wanneer contracten tot efficiëntiewinsten leiden en de brouwerij in kwestie niet te dominant is. Contracten die buiten deze regeling vallen, zijn echter niet automatisch ongeldig; er moet in dat geval nog steeds bewezen worden dat er een merkbare negatieve invloed op de mededinging is.

In de Belgische context is er slechts één speler, AB InBev, met een horecamarktaandeel boven 30%. AB InBev heeft een specifieke regeling getroffen met de Europese Commissie waarbij ze onder bepaalde voorwaarden toch gebruik mag maken van brouwerijcontracten. De bepalingen die AB InBev mag opleggen zijn echter beperkt. Zo kan AB InBev geen volledige exclusiviteit opleggen en zijn contracten van niet-huurzaken onmiddellijk opzegbaar door de uitbater, zonder schadevergoeding.

Recente ervaringen in het Verenigd Koninkrijk en in Nederland zijn tevens relevant voor de Belgische context. De gedwongen verkoop van huurzaken door brouwerijen in het Verenigd Koninkrijk toont aan dat zulke maatregelen nadelig kunnen zijn voor alle betrokken partijen. Gezien de kredietbeperkingen waarmee uitbaters te maken hebben, konden zij niet profiteren van de gedwongen verkoop om een eigen zaak te verwerven. Kleinere brouwerijen verloren marktaandeel in de jaren na de gedwongen verkoop.

Studies uit Nederland tonen aan dat met uitzondering van de uitbaters van huurzaken, de meeste horeca-uitbaters tevreden zijn met hun brouwerijcontract. Uitbaters van huurzaken zijn vaak ontevreden over de hogere bierprijs die zij betalen. Toch blijkt uit de studies dat er grote variatie is in de contractuele voorwaarden die zulke uitbaters kunnen bedingen; veel lijkt dus af te hangen van de individuele onderhandelingskracht van de uitbaters. Uitbaters van niet-huurzaken met een brouwerijcontract geven aan dat er goede mogelijkheden zijn om van leverancier te veranderen wanneer ze dit zouden willen. Wanneer horeca-uitbaters overstappen naar een ander contract, gaat dit overigens vaker gepaard met een toename van de contractuele verplichtingen dan met een afname, hetgeen suggereert dat deze uitbaters voordeel doen met een toegenomen binding aan de brouwerij.

Belang van brouwerijcontracten voor de zeven pilsbrouwerijen

De zeven brouwerijen in onze studie zijn middelgrote Belgische pilsbrouwerijen die samen goed zijn voor bijna 20% van de totale pilsverkoop in ons land. Voor deze brouwerijen is pils de belangrijkste component van het zakencijfer, goed voor 62% van de totale omzet, en meer dan twee derde van de totale bieromzet en het totale biervolume.

Pils wordt hoofdzakelijk verkocht via de horeca en drankenhandelaren (62% van het verkochte volume). Bovendien is dit verkoopkanaal gemiddeld belangrijker voor de kleinere brouwerijen.

We onderscheiden drie categorieën van horecazaken: huurzaken, zaken met financiële steun en andere zaken. Huurzaken en zaken met financiële steun hebben typisch de strengste exclusiviteits- en afnameverplichtingen. Hoewel deze zaken minder dan een derde (29%) van het totaal uitmaken, zijn ze verantwoordelijk voor bijna de helft (49%) van de pilsverkoop van de brouwerijen. Huurzaken en zaken met financiële steun zijn bovendien belangrijker voor kleinere brouwerijen.

Samenvattend blijkt dus dat pilsverkoop via de horeca, en in het bijzonder via huurzaken en zaken met financiële steun, een belangrijk kanaal vormt voor de brouwerijen, en in het bijzonder voor de kleinere brouwerijen.

Investerings

Onze studie toont aan dat de zeven brouwerijen aanzienlijke bedragen investeren in de Belgische horeca in het kader van de brouwerijcontracten. We maken hierbij een onderscheid tussen “recupereerbare” investeringen in vastgoed, “engagementen” zoals het toekennen van een lening of een borgstelling, en “niet-recupereerbare” kosten zoals commerciële steun.

De “recupereerbare” investeringen – het aankopen, bouwen, verbouwen of onderhouden van horeca-vastgoed – bedragen voor de zeven brouwerijen jaarlijks netto 8.8 miljoen euro per jaar, of meer dan 3.500 euro per huurzaak (eigendom en hoofdhuur) per jaar.

De totale uitstaande “engagementen”, samengeteld over alle horecazaken, bedragen ongeveer 61 miljoen euro, of gemiddeld ongeveer 3.300 euro per zaak. Hieronder rekenen we 14 miljoen euro aan uitstaande leningen, 18 miljoen euro aan uitstaande “verloren fonds”-leningen, 5 miljoen euro aan borgstellingen en 24.5 miljoen euro aan materiaal in bruikleen. Per jaar kennen de brouwerijen gemiddeld 2.7 miljoen euro aan nieuwe leningen toe, 5.5 miljoen euro aan nieuwe verloren fonds-leningen, 750.000 euro aan nieuwe borgstellingen en 4.3 miljoen euro aan nieuw materiaal dat in bruikleen gegeven werd.

De “niet-recupereerbare” kosten voor de zeven brouwerijen bedragen op jaarbasis meer dan 24 miljoen euro, of bijna 1.300 euro per horecazaak per jaar. Het gaat hier om 5.8 miljoen euro aan commerciële investeringen (zoals kosten voor de inrichting, onderhoud van het debiet, opleidingen), 4.3 miljoen euro aan verliezen op borgstellingen en leningen, 5.9 miljoen euro aan afschrijvingen van verloren fonds-leningen, naar schatting 2.4 miljoen euro aan kosten wegens het (door)verhuren van horeca-panden aan huurprijzen die lager liggen dan de marktwaarde, en 5.7 miljoen euro aan huurverliezen (leegstand, wanbetaling en andere kosten).

De uitgaven vanwege de zeven pilsbrouwerijen concentreren zich vooral in huurzaken, gevolgd door zaken die financiële steun ontvangen, zowel in termen van de gemiddelde uitgaven per horecazaak als in termen van de uitgaven als percentage van de (pils)omzet.

Uitgedrukt per horecazaak ontvangen huurzaken de grootste investering (meer dan 9.300 euro per jaar), gevolgd door zaken met financiële steun (6.070 euro per jaar). Bij andere zaken is de investering per horecazaak gevoelig lager (320 euro per jaar).

Wanneer we de totale investering uitdrukken als percentage van de pilsomzet wordt duidelijk hoe omvangrijk de totale investering is voor huurzaken en zaken met financiële steun. De som van nieuwe engagementen, recupereerbare investeringen en niet-recupereerbare kosten bedraagt 98% van de pilsomzet bij huurzaken en 91% bij de zaken met financiële steun. Bij andere zaken bedraagt dit 10%.

Deze cijfers mogen niet geïnterpreteerd worden alsof brouwerijen netto amper winst zouden maken uit huurzaken en zaken met financiële steun. Ten eerste is de pilsomzet niet gelijk aan de totale omzet per horecazaak die de brouwer ontvangt, aangezien brouwerijen vaak ook frisdrank, koffie enz. verkopen. Ten tweede omvat dit totaalcijfer verschillende soorten investeringen. Recupereerbare investeringen zijn bijvoorbeeld geen zuivere uitgave aangezien ze de waarde van het vastgoedpatrimonium van de brouwerij verhogen, terwijl nieuwe engagementen ook nieuwe leningen en borgstellingen omvatten, die enkel een kost voor de brouwerij vormen bij wanbetaling.

Niettemin tonen deze cijfers aan dat de totale financiële inspanning door brouwerijen in het kader van brouwerijcontracten met huurzaken en zaken met financiële steun aanzienlijk is.

Mogelijke gevolgen van inperking of afschaffing

De voorgaande argumenten suggereren dat een inperking of afschaffing van de brouwerijcontracten negatieve gevolgen kan hebben voor de Belgische horeca.

Ten eerste zou zo'n maatregel de economische logica van de brouwerijcontracten ondergraven. Door brouwerijcontracten in te perken, zou men immers verhinderen dat deze contracten hun rol vervullen bij het oplossen van de problemen die horeca-uitbaters ondervinden inzake kredietverstrekking en vastgoed.

Ten tweede zou een inperking of afschaffing ervoor zorgen dat investeringen vanwege de pilsbrouwerijen in de Belgische horeca niet langer rendabel zijn, waardoor het volume van deze investeringen zou worden teruggeschroefd.

Ten derde lijkt het aannemelijk dat een inperking van brouwerijcontracten zou leiden tot een daling van het marktaandeel van de kleinere pilsbrouwerijen, mogelijks tot op het punt waar deze niet langer leefbaar zouden zijn. De overgebleven kleinere spelers zouden het moeilijker vinden om een aanvaardbare opbrengst te krijgen op hun investeringen in de horeca, zodat het aannemelijk is dat de totale investeringen vanwege de pilsbrouwerijen in de horeca zouden afnemen.

Ten vierde toont de gedwongen verkoop van huurzaken door brouwerijen in het Verenigd Koninkrijk dat zulke maatregelen nadelig kunnen zijn voor alle betrokken partijen. Brouwerijen werden gedwongen om duizenden zaken af te stoten. Er werd gehoopt dat deze maatregel zou leiden tot meer vrije zaken en meer competitie tussen brouwerijen. In werkelijkheid vonden brouwerijen het niet winstgevend om deze zaken als vrije zaak uit te baten. Maar gezien de kredietbeperkingen waarmee uitbaters te maken hebben, konden zij niet profiteren van de gedwongen verkoop om een eigen zaak te verwerven. Er ontstond een nieuwe organisatievorm, bekend als de “pub company” of “pubco”, waarbij investeerders het horecavastgoed van brouwerijen kochten en als vastgoedinvestering beheerden. Ongeveer de helft van de Britse horecazaken is momenteel in handen van pubco's. Waar men hoopte dat de gedwongen verkoop zou leiden tot lagere prijzen, bleek dat de prijzen stegen. Het lijkt er ook op dat kleinere brouwerijen, die zich sterk verzet hadden tegen de maatregel, marktaandeel verloren in de volgende jaren.

Wanneer we deze elementen samenbrengen, lijkt het aannemelijk dat een inperking van de brouwerijcontracten paradoxale effecten zou hebben. Op korte termijn zouden horeca-uitbaters moeilijkheden ondervinden om financiering of horeca-vastgoed te vinden. Op langere termijn zou een inperking van brouwerijcontracten kunnen leiden tot het ontstaan van “pubco's” zoals in het Verenigd Koninkrijk. Gezien deze pubco's minstens even omstreden zijn als de brouwerijcontracten destijds, moet men behoed zijn voor dergelijke ontwikkelingen die de situatie van de Belgische horeca mogelijks eerder zouden verslechteren.

Inleiding

Een groot aantal horecazaken in België hebben één of andere contractuele binding met een brouwerij. Zo'n "brouwerijcontract" kan vele vormen aannemen. Eén klassiek geval is wanneer de uitbater een pand van de brouwerij huurt en zich in ruil ertoe verbindt om uitsluitend producten van de brouwerij af te nemen. Soortgelijke exclusieve afnameverplichtingen worden soms ook overeengekomen in ruil voor een lening, financiële steun of bruikleen van meubels en ander materiaal.

Deze exclusieve afnameverplichting is voor verschillende uitbaters een doorn in het oog. Zo pleiten SP.A Kamerlid David Geerts (zelf horeca-uitbater) en Danny Van Assche, afgevaardigd bestuurder van Horeca Vlaanderen, voor een loskoppeling waarbij het huurcontract en het afnamecontract gescheiden worden. "Sommige brouwers of drankenhandelaars gaan te ver en dringen hun cafébazen echte wurgcontracten op," aldus Van Assche (Het Nieuwsblad, 26 November 2012). In een speciale reeks over de problemen in de horeca citeert De Morgen (31 Januari 2013) een horeca-uitbater: "Heel vaak gaat het om 'wurgcontracten'. Je bent een dommerik als je zoiets tekent."

In het debat rond de brouwerijcontracten ontbreekt het echter aan een economische analyse van de werking van deze contracten. Deze studie probeert een bijdrage te leveren tot een meer gefundeerd debat over de brouwerijcontracten door de economische logica te bestuderen van de exclusieve afname-overeenkomst tussen de brouwerij en de horeca-uitbater, en door empirisch materiaal te analyseren over de keerzijde van de exclusieve afname – de investeringen door de brouwerijen in de horeca.

Op vraag van zeven middelgrote Belgische pilsbrouwerijen (Alken-Maes, Bavik, Bockor, Haacht, Martens, Roman en St. Jozef) onderzochten we hiervoor de werking van brouwerijcontracten en de omvang van de investeringen van deze brouwerijen in de Belgische horeca. De uitvoering van de studie gebeurde door een economische analyse van de brouwerijcontracten, een analyse van de Europese regelgeving en de motivatie van die regelgeving, uitgebreide interviews met vertegenwoordigers van de brouwerijen op basis van een gedetailleerde enquête over de werking van de brouwerijcontracten, en ten slotte een vergelijking met ervaringen in het Verenigd Koninkrijk en Nederland.

In het eerste deel van de studie bespreken we de context waarin het debat rond de brouwerijcontracten, en de resultaten van deze studie, gesitueerd moeten worden. We bespreken kort de uitdagingen waarmee de Belgische horeca te maken heeft.

Het tweede deel van de studie verduidelijkt wat een brouwerijcontract precies inhoudt. We bespreken ook de Europese regelgeving. Vervolgens analyseren we de economische logica van brouwerijcontracten en de oorspronkelijke motivatie

voor de regulering over brouwerijcontracten. We bespreken ook kort de ervaringen met brouwerijcontracten in het Verenigd Koninkrijk en Nederland.

In het derde deel van de studie presenteren we de resultaten van een kwantitatieve bevraging bij de zeven middelgrote Belgische pilsbrouwerijen rond het belang en de rol van brouwerijcontracten en de investeringen vanwege de brouwerijen in de Belgische horeca.

In de conclusies worden de bevindingen samengevat en bespreken we implicaties voor het maatschappelijke debat rond de problemen in de horeca.

Aangezien de zeven pilsbrouwerijen concurrenten zijn, zijn er voor de hand liggende beperkingen op de informatie die in dit eindrapport mocht worden opgenomen. Het bewust doorspelen van bedrijfsspecifieke informatie zou namelijk geïnterpreteerd kunnen worden als een poging tot concurrentievervalsing door prijsafspraken; anderzijds zou het onbewust prijsgeven van bedrijfsspecifieke informatie nadelig kunnen zijn voor het bedrijf in kwestie. Bij deze studie moest dan ook bijzondere zorg besteed worden aan de vertrouwelijkheid van de data. De zeven pilsbrouwerijen gaven hun bedrijfsspecifieke gegevens door aan de onderzoekers, die vervolgens de cijfers aggregeerden op sectorniveau. Enkel deze sectorale gegevens mochten contractueel gecommuniceerd worden aan de buitenwereld en aan de deelnemende brouwerijen zelf. In dit eindrapport komen dus enkel cijfers op sectorniveau voor, en bepaalde gegevens op sectorniveau die niettemin informatie zouden kunnen prijsgeven over individuele bedrijven werden bewust niet opgenomen. Om te vermijden dat uitzonderlijke gebeurtenissen in één jaar de cijfers zouden vertekenen, vroegen we telkens de gegevens van de voorbije drie jaar (2010-2012). Tenzij anders vermeld, zijn de gegevens in dit rapport gebaseerd op het gemiddelde over deze periode, en zijn alle omzet- en prijsgegevens exclusief accijnzen en BTW.

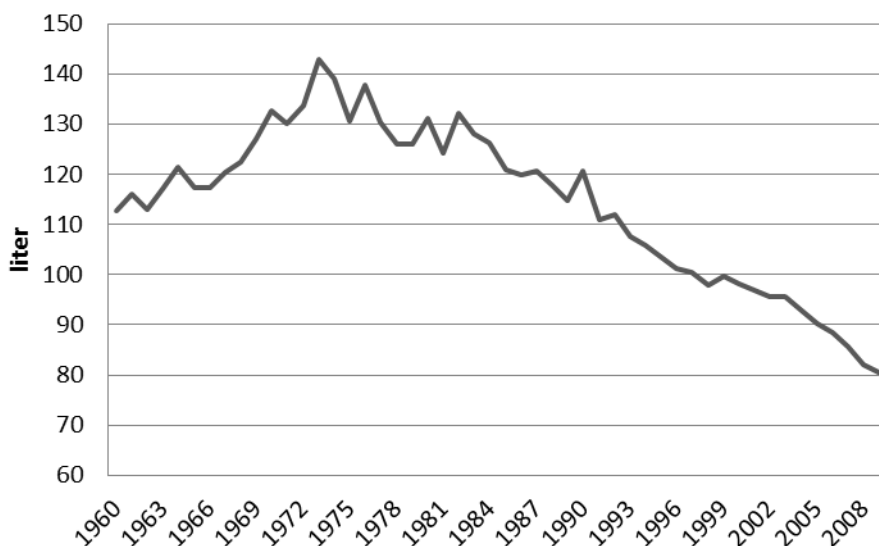
1. De Belgische context

In dit deel schetsen we kort enkele belangrijke kenmerken van de biermarkt in België die nodig zijn voor een goed begrip van de werking van brouwerijcontracten in de Belgische context. We bespreken de lange termijntrends in bierconsumptie in België, de hoge faillissementsgraad in de horeca, de problemen inzake kredietverstrekking aan horeca-ondernemingen, en ten slotte de marktaandelen van de verschillende Belgische brouwerijen.

1.1. Trends in bierconsumptie

De Belgische biermarkt wordt de laatste decennia gekenmerkt door twee grote tendensen: enerzijds is er een algemene daling in bierconsumptie, anderzijds is er een verschuiving van bierconsumptie op café naar bierverkoop in de supermarkt.

Figuur 1. Bierconsumptie per persoon, 1960-2009

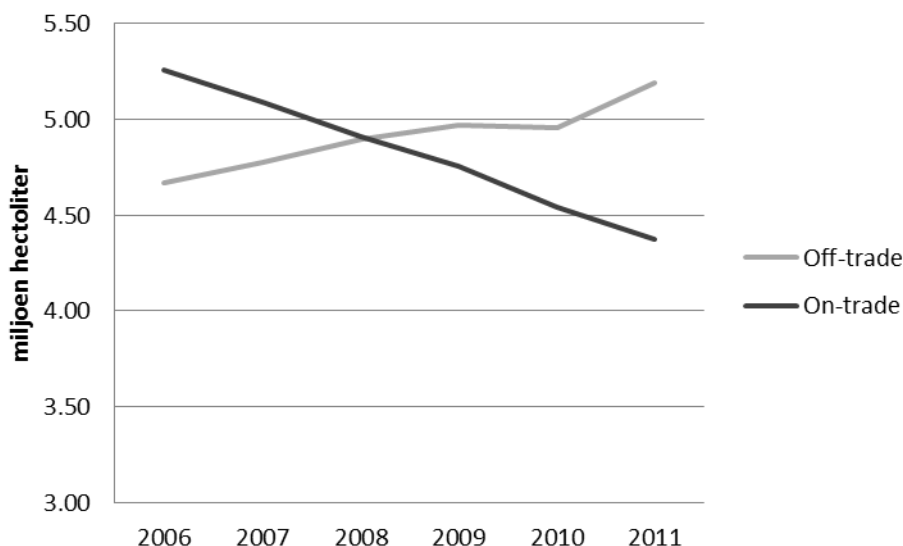


Bron: Persyn et al. (2011)

Figuur 1 toont de evolutie van de bierconsumptie per persoon in België sinds 1960. Na een piek op 140 liter per persoon in de jaren zeventig startte een gestage daling. In 2008 was de bierconsumptie per persoon nog 80 liter per persoon, een daling van 43% ten opzichte van de piek in 1973.

Bovendien gaat deze dalende trend gepaard met een aanhoudende verschuiving richting verkoop via supermarkten, ten nadele van de verkoop in de horeca. In Figuur 2 wordt het totaal volume aan bierverkopen in België opgesplitst in de verkoop via “on-trade” (horeca) en “off-trade” (supermarkten). Sinds 2008 wordt er voor het eerst meer bier verkocht via supermarkten.

Figuur 2. Evolutie van on-trade en off-trade bierverkoop



Bron: Euromonitor (2012)

De daling van de “on-trade” wordt toegeschreven aan verschillende factoren. Zo is er een wijziging in lifestyle waarbij mensen vaker aan “home entertainment” doen in plaats van op café te gaan. Er zijn tegenwoordig ook strengere alcoholcontroles. Recent is er bovendien het algemeen rookverbod, dat door veel horeca-uitbaters wordt aangehaald als een belangrijke reden voor de achteruitgang van de omzet (Euromonitor, 2012).

1.2. Marktstructuur

Data van het marktonderzoeksbureau Euromonitor (2012) tonen aan dat AB InBev bijna 55% van het verkochte volume aan bier voor zijn rekening nam in 2011 (Tabel 1). De tweede speler, Alken-Maes, heeft een marktaandeel van 12% en is dus aanzienlijk kleiner dan de marktleider. Andere producenten zijn duidelijk kleiner dan Alken-Maes.

Een opsplitsing per merk (Figuur 3) maakt duidelijk dat de dominante positie van AB Inbev te danken is aan de sterkte van haar pilsmerken: Jupiler en Stella zijn de twee populairste merken, samen goed voor meer dan 43% van de totale bierverkoop in België. In de top-10 komen ook nog twee andere AB Inbev-merken voor: Leffe (4.8%) en Hoegaarden (2.4%).

Het is belangrijk hier op te merken dat deze data betrekking hebben op de totale biermarkt in België, zonder onderscheid tussen de horeca en de verkoop via supermarkten. Het is moeilijk om op basis van publiek beschikbare gegevens een goede inschatting te maken van de relevante cijfers voor de twee kanalen

apart (Hinderickx en Kamoen 2008, p. 252). Zoals we verderop bespreken is voor de beoordeling van de mededingingsaspecten van brouwerijcontracten echter de situatie in de horecamarkt van belang. De gegevens hier geven echter een eerste beeld van de situatie op de Belgische biermarkt.

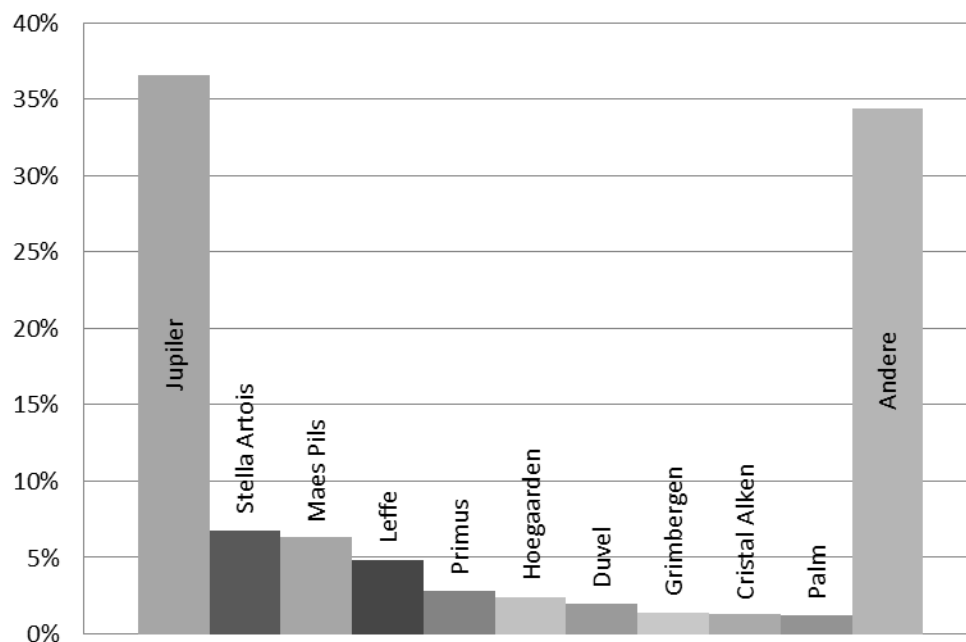
Tabel 1. Biervolumes: marktaandeel per bedrijf (2011)

Bedrijf	Marktaandeel
AB InBev	55%
Alken Maes	12%
Duvel Moortgat	4%
Haacht	3%
Delhaize 'De Leeuw'	2%
Carrefour Belgium	2%
Carlsberg Importers	2%
John Martin	1%
Palm	1%
Andere	19%
Totaal	100%

Bron: Euromonitor (2012).

Noot: Marktaandeel is hier gedefinieerd als het aandeel in de totale Belgische biermarkt (horeca en retail).

Figuur 3. Biervolumes: marktaandeel per merk (2011)



Bron: Euromonitor (2012)

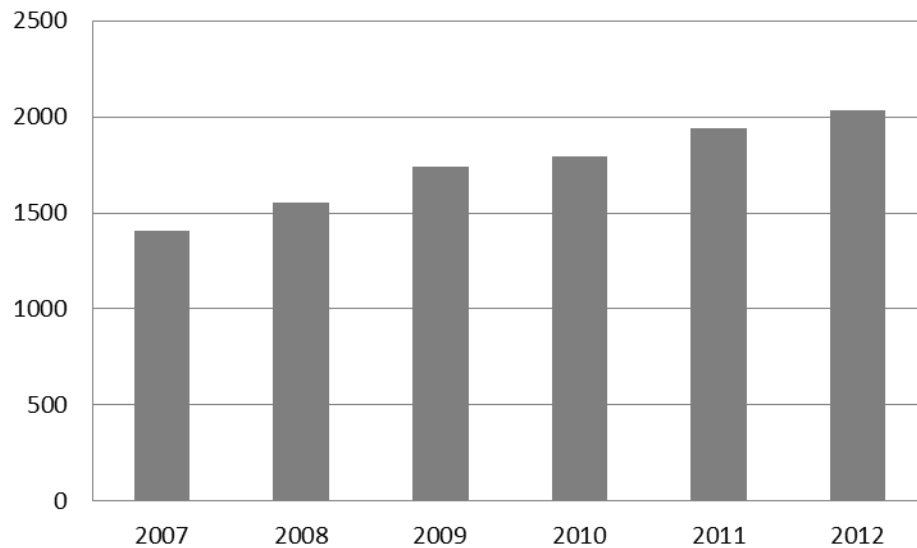
Noot: Marktaandeel is hier gedefinieerd als het aandeel in de totale Belgische biermarkt (horeca en retail).

1.3. Faillissementen in de horeca

De bovenstaande trends dragen bij tot de problemen in de Belgische horeca. In 2012 gingen 2.033 horeca-ondernemingen failliet op een totaal van 55.043 actieve horecazaken. Daarmee is horeca de meest getroffen sector, met een faillissementsgraad van 3.7%, een cijfer dat bovendien duidelijk hoger ligt dan in andere kwetsbare sectoren zoals transport (2.6% faillissementen) en de bouwnijverheid (1.6% faillissementen). Van alle zaken die in België failliet gingen in 2012, was één op vijf een horeca-onderneming (Graydon, 2012).

Bovendien lijkt de situatie de afgelopen jaren te verslechteren (Figuur 4). In 2007, vóór het uitbreken van de economische crisis, gingen 1.409 horecazaken over de kop. Het aantal falingen in de horeca steeg tot 1.552 in 2008, 1.739 in 2009, 1.794 in 2010, 1.940 in 2011 en uiteindelijk 2.033 in 2012. Ook al steeg door de economische crisis het aantal faillissementen in andere sectoren eveneens, toch werd de horeca zwaarder getroffen: het aandeel van de horecazaken in het totale aantal faillissementen steeg van 18.2% in 2007 tot 20.4% in 2012 (Tabel 2).

Figuur 4. Faillissementen in de horeca, 2007-2012



Bron: Graydon (2012)

Tabel 2. Faillissementen in de Belgische horeca, 2007-2012

Jaar	Aantal	% van alle faillissementen in België
2007	1409	18.2%
2008	1552	18.2%
2009	1739	18.3%
2010	1794	18.0%
2011	1940	19.5%
2012	2033	20.4%

Bron: Graydon (2012)

1.4. Kredietverstrekking aan de horeca door financiële instellingen en toegang tot de vastgoedmarkt

Omwille van de problemen in de horeca zijn financiële instellingen weinig enthousiast om geld te lenen aan horeca-uitbaters. Om een beter zicht te krijgen op de kredietverstrekking aan horeca-uitbaters voerden we gesprekken met experts van de vier Belgische grootbanken (BNP Paribas Fortis, Belfius, KBC en ING).

De betrokkenen bevestigden in grote lijnen dat er structurele problemen zijn in de horeca die ervoor zorgen dat de kredietverstrekking aan die sector minder evident is. Het risico op wanbetaling bij horecazaken ligt volgens de experts duidelijk hoger dan in andere sectoren en ongeveer twee keer zo hoog als het gemiddelde risico over alle sectoren heen.

De gesprekspartners wezen er ook op dat banken bij de kredietverstrekking hoofdzakelijk rekening houden met de specifieke kenmerken van het ondernemingsdossier. Er is volgens de experts geen bewuste 'discriminatie' tegen horecazaken, maar ondernemingen in de horeca kunnen nu eenmaal minder vaak een overtuigend business plan voorleggen en hebben te kampen met een hoger faillissementsrisico. Om die reden gaven verschillende kredietverstrekkers aan dat de weigeringsgraad voor horeca-uitbaters inderdaad hoger ligt. Horeca-uitbaters worden dus geconfronteerd met beperkte mogelijkheden om kredieten te verkrijgen bij financiële instellingen.

Beginnende horeca-uitbaters hebben vaak ook moeite om op eigen kracht een geschikt horecapand te vinden. Dezelfde redenen die kredietverstrekkers weigerachtig maken om hen krediet te verlenen, schrikken immers verhuurders af. Het hoge faillissementsrisico impliceert een hoge kans op wanbetaling en/of niet-inbare huur.

Als gevolg van deze moeilijkheden zijn uitbaters zonder aanzienlijke eigen middelen vaak aangewezen op de brouwerij voor kredietverlening of voor het vinden van een geschikt pand.

2. Brouwerijcontracten: beschrijving en economische logica

2.1. *Inleiding: wat is een brouwerijcontract?*

Een brouwerijcontract is een overeenkomst tussen een caféhouder enerzijds en een brouwerij of een drankenhandelaar anderzijds, waarin de brouwerij of de drankenhandel bepaalde voordelen aan de caféhouder toekent in ruil voor een drankafnameverplichting.

Het kan bijvoorbeeld gaan om een huurcontract, waarbij de caféhouder het recht krijgt om een zaak uit te baten in een pand dat eigendom is of gehuurd wordt door de brouwerij of drankenhandel. Het is echter ook mogelijk dat de brouwerij of drankenhandel drankafnameverplichtingen eist in ruil voor een financiële tegemoetkoming aan de cafébaas, een lening, of bruikleen van materiaal.

We kunnen een onderscheid maken tussen drie soorten afnameverplichting (Horeca Vlaanderen, 2012):

- “Verplichte bevoorrading”, waarbij de caféhouder verplicht is één of meerdere bieren, andere dranken of producten en diensten te kopen bij een bepaalde leverancier;
- “Exclusieve bevoorrading”, waarbij het de caféhouder verboden is om concurrerende producten aan te kopen;
- “Minimale afnameverplichting”, waarbij de caféhouder verplicht is om binnen een bepaalde periode een minimale hoeveelheid af te nemen.

De brouwerijcontracten kunnen dus zowel een bepaald gamma aan producten voorschrijven als een bepaalde leverancier. Een brouwerij kan bijvoorbeeld in een contract vastleggen dat de caféhouder bij een bepaalde drankenhandel dranken moet afnemen, of een drankenhandel kan in een contract vastleggen dat de caféhouder enkel bier van één bepaalde brouwerij mag verkopen.¹

Brouwerijcontracten verschillen bovendien in de mate waarin het mogelijk is een contract op te zeggen. Voor horecazaken die uitgebaat worden in een pand van de brouwerij is het duidelijk dat de uitbater minder flexibiliteit heeft dan wanneer er enkel sprake is van een contract in ruil voor een lening of materiaal.

Er wordt in de context van brouwerijcontracten vaak gesproken over “gebonden” of “verplichte” cafés enerzijds en “vrije” zaken anderzijds. In werkelijkheid zijn brouwerijcontracten dus een stuk complexer dan deze simpele tweedeling laat vermoeden. Voor de eenvoud zal in dit rapport echter soms de term “gebonden”

¹ In werkelijkheid is het uiteraard mogelijk dat uitbaters niettemin bv. speciaalbieren aanbieden die volgens het contract niet toegelaten zijn of bier via een supermarkt aankopen in plaats van via de brouwerij of drankenhandel.

cafés gebruikt worden om alle zaken aan te duiden die één of andere vorm van brouwerijcontract hebben.

2.2. *Belang van brouwerijcontracten*

Er zijn geen exacte cijfers beschikbaar over het aantal “gebonden” en “vrije” cafés in België. De weinige cijfers die beschikbaar zijn, kunnen bovendien moeilijk geïnterpreteerd worden omdat het vaak niet duidelijk is hoe de terminologie precies gedefinieerd werd. Niettemin is het duidelijk dat brouwerijcontracten een belangrijke rol spelen in de sector.

Een studie door Van Passel en Wauters (2009) op een representatieve steekproef van 250 Vlaamse cafés vond dat in 2002 36% van de cafés onafhankelijk was, terwijl 16% een contract had met een drankenhandel en 48% met een brouwerij. Deze studie suggereert dus dat in 2002 ongeveer twee derde van de cafés onderworpen was aan een brouwerijcontract. De verkiezingsnota van Horeca Vlaanderen voor de verkiezingen van 2010 spreekt over 70% gebonden cafés. Het is echter niet duidelijk waarop de cijfers van Horeca Vlaanderen gebaseerd zijn en hoe bindend deze contracten zijn. Ook “vrije” zaken kunnen immers een vorm van contract hebben met hun leveranciers, terwijl “gebonden” zaken in de praktijk contracten kunnen hebben die relatief makkelijk opzegbaar zijn (cfr. infra). Verschillende experts in de sector geven aan dat naar schatting één derde van de horecazaken “vrij” zijn, terwijl twee derde één of andere vorm van binding heeft met een drankenhandelaar of een brouwerij. Een deel van deze contracten zijn mogelijks relatief makkelijk opzegbaar. Al deze bronnen suggereren dat de meerderheid van de cafés gebonden zijn aan een brouwerijcontract.

Uit cijfermateriaal dat de Europese Commissie verzamelde, blijkt dan weer dat AB InBev alleen al ongeveer 12.000 cafés met een vorm van exclusiviteitscontract heeft op een geschat aantal cafés in België van ongeveer 36.000. Dit suggereert opnieuw dat brouwerijcontracten een grote rol spelen in de Belgische horeca.

Deze cijfers komen overeen met gegevens uit het Verenigd Koninkrijk en Nederland. Vóór de aanpassing van de Britse wetgeving over brouwerijcontracten eind jaren tachtig was ongeveer vier vijfde van alle cafés op één of andere manier gebonden aan een leverancier (Slade, 1998). Recente cijfers uit Nederland tonen aan dat 62% van de drankverstrekkende horecazaken één of andere vorm van binding heeft met een leverancier (Pleijster et al., 2011).

2.3. Europese regelgeving

Brouwerijcontracten zijn onderworpen aan Europese regelgeving, die vrij complex is.² Artikel 101 van het “Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie” (dat het vroegere EG-verdrag vervangt) bepaalt dat prijsafspraken, het beperken of controleren van de productie of de afzet, en andere pogingen om de mededinging in te perken verboden zijn wanneer ze leiden tot een merkbare verstoring van de mededinging of de handel tussen de lidstaten (Art. 101 §1).

Aangezien brouwerijcontracten verticale overeenkomsten zijn die afnameverplichtingen opleggen, lijken ze dus onder dit algemene verbod te kunnen vallen. Het is echter belangrijk om op te merken dat de negatieve effecten van contracten op de mededinging geval per geval bewezen moeten worden – er geldt met andere woorden geen ‘vermoeden van onwettigheid’. Het komt aan de rechter toe om te oordelen of een contract merkbare negatieve effecten heeft op de mededinging en dus ongeldig is volgens Art. 101 §1.

Er zijn twee mogelijke uitzonderingen op dit verbod: wanneer de contracten plaatsvinden tussen spelers die te klein zijn om een *merkbare* invloed op de mededinging te hebben (de “de minimis”-regel), en wanneer de contracten leiden tot efficiëntiewinsten.

2.3.1. De “de minimis”-regel

Het verbod uit Art. 101 §1 geldt enkel voor overeenkomsten die *merkbare* beperkingen van de mededinging bevatten. Concreet betekent dit dat overeenkomsten tussen kleinere bedrijven niet als een inbreuk op de mededinging beschouwd worden. Dit principe staat bekend als de “*de minimis*” of “bagatel”-regel.³ De algemene regel stelt dat overeenkomsten tussen niet-concurrenten met een marktaandeel kleiner dan 15% niet beschouwd worden als een merkbare beperking van de mededinging.⁴

Wanneer de mededinging op de markt echter wordt beperkt doordat een belangrijk deel van de bedrijven door gelijkaardige contracten gebonden is, geldt een strengere drempel van 5%. Deze situatie wordt *cumulatieve marktafscherming* genoemd. Het is opnieuw belangrijk om op te merken dat contracten tussen bedrijven met een marktaandeel groter dan deze drempel niet automatisch onwettig zijn; er moet in dat geval nog steeds bewezen worden dat de contracten de mededinging merkbaar beïnvloeden.

² Zie hieromtrent o.m. Moortgat (2010) en Tuytschaever (2010), en in het bijzonder Hinderyckx en Kamoen (2008).

³ Zie de Bekendmaking van de Commissie 2001/C 368/07.

⁴ Het gaat hier om het marktaandeel in de “relevante markt”, in dit geval de Belgische horecamarkt; zie Hinderickx en Kamoen (2008, p. 250-252).

De “de minimis” regeling geeft als vuistregel dat er allicht geen sprake is van cumulatieve marktafsluiting wanneer minder dan 30% van de markt onder gelijkaardige contracten valt. Of dit het geval is, moet echter opnieuw door de rechter bepaald worden. In de Belgische context, waar brouwerijcontracten duidelijk een belangrijke rol spelen, kan er bijvoorbeeld aangevoerd worden dat een groot deel van de brouwerijcontracten relatief makkelijk opzegbaar zijn (cfr. infra); het is aan de rechter om te oordelen of er in dit geval sprake is van cumulatieve marktafsluiting of niet.

2.3.2. Efficiëntiewinsten

Een tweede uitzondering op het verbod in Art. 101 §1 is voorzien voor overeenkomsten die de productie of de verkoop efficiënter maken en positieve gevolgen hebben voor de consument (Art. 101 §3). Wanneer overeenkomsten bijvoorbeeld een betere coördinatie tussen de leverancier en de afnemer mogelijk maken, hun kosten verminderen, of de omzet en de investeringen optimaliseren, is het mogelijk dat deze efficiëntiewinst zwaarder doorweegt dan de negatieve gevolgen op de mededinging. In dit geval kunnen overeenkomsten worden vrijgesteld van het verbod in Art. 101 §1.

De Europese Verordening 330/2010 verduidelijkt deze mogelijkheid. Er wordt een “groepsvrijstelling” verleend voor verticale beperkingen (zoals exclusieve afnameverplichtingen) voor zover elk van de betrokken partijen een marktaandeel van minder dan 30% bezitten. Er is een tijdsbeperking van 5 jaar voor overeenkomsten over verplichte of exclusieve afname, behalve indien de afnemer werkt vanuit een ruimte die eigendom is van de leverancier of door de leverancier gehuurd wordt. In dat geval mag de leverancier beperkingen opleggen zolang de afnemer de ruimtes van de leverancier gebruikt.

Opnieuw geldt dat contracten die buiten de Groepsvrijstelling vallen (bv. niet-huurzaken met een contract langer dan 5 jaar) niet automatisch ongeldig zijn, maar eventueel afzonderlijk onderzocht moeten worden.⁵ De Groepsvrijstelling is dus een soort “safe haven”: contracten die onder deze regeling vallen, worden niet als problematisch beschouwd, maar contracten die buiten de regeling vallen zijn niet automatisch ongeldig.

2.3.3. De Belgische context

Voor bedrijven met een marktaandeel boven de 30% wordt er in principe vermoed dat de kosten van mededingingsbeperking zwaarder doorwegen dan de efficiëntiewinsten. Deze bedrijven vallen dus niet onder de groepsvrijstelling, al kunnen deze bedrijven wel een individuele vrijstelling verkrijgen.

⁵ Zie de Bekendmaking van Commissie, “Richtsnoeren inzake verticale overeenkomsten (2000/C 291/01)”, Publicatieblad van de Europese Gemeenschappen 2000/C 291/14.

In de Belgische context is er slechts één speler, AB InBev, met een horecamarktaandeel boven 30%. AB InBev heeft een specifieke regeling getroffen met de Europese Commissie waarbij ze onder bepaalde voorwaarden toch gebruik mag maken van brouwerijcontracten (Atsma, 2003).

In het bijzonder mag AB InBev in eigen panden enkel de verplichte en exclusieve afname van AB InBev-bieren op vat opleggen (met uitzondering van één speciaalbier op vat). Uitbaters mogen dus concurrerende bieren in flesjes of blik aanbieden.

Voor horecazaken die niet in AB InBev-panden gevestigd zijn, is de verplichte en exclusieve afname beperkt tot pils op vat en geldt de beperking voor maximaal vijf jaar. Deze contracten zijn onmiddellijk opzegbaar door de uitbater, zonder dat deze een schadevergoeding aan AB InBev moet betalen. Volgens gegevens van de Europese Commissie gaat het hier om 8000 à 9000 horecazaken, en dus over een aanzienlijk deel van de Belgische horecamarkt.

2.4. Economische logica van de brouwerijcontracten

De economische logica van brouwerijcontracten kunnen we zowel analyseren vanuit het standpunt van de horeca-uitbater als dat van de brouwerij.

Kort samengevat wordt een horeca-uitbater vaak geconfronteerd met kredietbeperkingen (weinig eigen kapitaal en weinig mogelijkheden om een lening te krijgen bij kredietinstellingen) en verhuurders die weinig bereid zijn hun pand aan een beginnende horeca-uitbater te verhuren.

De brouwerij daarentegen wordt geconfronteerd met het probleem om een stabiele en voorspelbare afzet te realiseren die bovendien voldoende hoog is om op een efficiënte schaal te kunnen produceren.

Aangezien brouwerijen doorgaans kredietwaardiger zijn dan horeca-uitbaters is een logische oplossing dan ook dat brouwerijen investeren in horecazaken. Deze investering brengt echter een aantal bijkomende problemen met zich mee. Brouwerijen willen immers vermijden dat concurrenten de vruchten plukken van hun investeringen.

Brouwerijcontracten, die een combinatie vormen van investeringen en exclusiviteitsbepalingen, kunnen een efficiënte oplossing bieden voor de problemen van uitbaters en brouwers. Een belangrijke vraag hierbij is hoe het economische voordeel dat ontstaat door een brouwerijcontract verdeeld wordt tussen de horeca-uitbater en de brouwerij. We bespreken achtereenvolgens deze aspecten.

2.4.1. Economische problematiek van de horeca-uitbater

Beginnende horeca-uitbaters worden geconfronteerd met een aantal obstakels. Uitbaters die op eigen kracht een zaak willen opstarten hebben doorgaans een

aanzienlijke instapkost. Het gaat hierbij niet enkel om het aankopen of het huren van een pand, maar ook over het aanschaffen van een tapinstallatie, koelkasten, meubilair en de inrichting van de zaak, en de nodige middelen om de moeilijke beginperiode te overbruggen vooraleer de zaak een vast cliënteel heeft en een gevestigde waarde wordt. Financiële instellingen staan vaak weigerachtig om leningen toe te kennen aan horeca-uitbaters, aangezien horeca in België traditioneel een risicovolle sector is met een hoge faillissementsgraad.

Omwille van dezelfde risico's in de horeca zijn eigenaars van panden vaak niet bereid om hun pand te verhuren aan een beginnende horeca-uitbater. Wanneer de horecazaak in de problemen komt, kan de verhuurder geconfronteerd worden met achterstallige of niet-betaalde huur. Een uitbater die een verhuurder wil overtuigen om toch te verhuren, zou allicht een hogere huurprijs moeten betalen, waarin impliciet een 'risicopremie' voor de eigenaar verwerkt zit.

Horeca-uitbaters die zelf voldoende middelen hebben, ondervinden uiteraard weinig hinder van deze obstakels. Maar mocht enkel deze groep in staat zijn om een zaak te starten, zouden potentieel goede zaken niet opgestart worden en zouden potentieel succesvolle (maar minder kapitaalkrachtige) uitbaters niet in de sector kunnen beginnen. Dit zou duidelijk een economisch verlies betekenen voor zowel de potentiële uitbaters (die geen zaak kunnen starten) als voor de brouwerijen (die minder afzetmogelijkheden hebben) en de consumenten (die minder keuzemogelijkheden hebben).

2.4.2. Efficiëntiewinsten voor de brouwer

Brouwerijen hebben vaak een grote productiecapaciteit die zij zo efficiënt mogelijk willen gebruiken. Een gegarandeerde eigen afzet maakt het voor brouwerijen mogelijk om een minimum efficiënte schaal te bereiken zodat zij succesvoller kunnen concurreren op de vrije markt.

Bovendien is bier, en pils in het bijzonder, slechts gedurende een korte tijd houdbaar. Brouwerijen hebben er dus baat bij om een stabiele afzetmarkt te verwerven, waardoor ze hun productie en distributie beter kunnen plannen. Dankzij de garantie van een stabiele afname vermijden de brouwerijen zowel tijdelijke tekorten als tijdelijke overschotten (en de daarmee gepaard gaande kosten voor stockage).

De stabiele afzetmarkt is van belang voor kleinere spelers die niet over grote marketingbudgetten beschikken en dus niet in staat zijn op vlak van marketing te concurreren met de marktleider(s). Door zich te verzekeren van een aantal gebonden cafés kunnen deze brouwerijen niettemin een zeker volume bereiken. Vanuit dit perspectief zijn de verplichte cafés voor de kleinere brouwerijen een alternatief voor grote marketingbudgetten.

2.4.3. Investerings en exclusiviteit

Aangezien brouwerijen doorgaans kredietwaardiger zijn dan horeca-uitbaters, is het makkelijker voor brouwerijen om leningen te verkrijgen. Het is dan ook voor de hand liggend dat brouwerijen investeren in horeca-zaken waarvan de uitbater zelf niet in staat is de kosten te dragen.

Deze investeringen kunnen verschillende vormen aannemen. De brouwerij kan zelf een pand kopen of huren en vervolgens doorverhuren aan een horeca-uitbater. De brouwerij kan ook leningen en andere financiële steun geven aan horeca-uitbaters, en kan materiaal zoals koelkasten of meubilair in bruikleen geven. Eén typische vorm van ondersteuning in de sector is de zogenaamde “fonds perdu” of “verloren fonds”-lening, waarbij de brouwerij aan de horecazaak een lening toekent die niet terugbetaald wordt maar die gaandeweg gedeeltelijk wordt kwijtgescholden in functie van de afgenomen hoeveelheden.

Tegenover deze investeringen eist de brouwerij exclusiviteit. Zonder exclusiviteit zouden concurrerende brouwerijen immers kunnen profiteren van de investeringen van de brouwerij in de horecazaak. Dit fenomeen staat bekend als het *free rider* probleem (Slade, 2011): wanneer een brouwerij investeert om een horecazaak op te starten of aantrekkelijker te maken is dit niet enkel goed voor de verkoop van het bier van de brouwerij zelf, maar ook voor de eventuele verkoop van bier van concurrenten dat in hetzelfde café aangeboden wordt. Door exclusiviteit op te leggen, is de brouwerij zeker dat ze zelf de voordelen van de investering ontvangt.

Omgekeerd is exclusiviteit een stimulans voor de brouwerij om meer te investeren in de horecazaak. Door haar naam te verbinden aan een zaak, heeft de brouwerij er immers baat bij om beter te waken over de kwaliteit van de horecazaak. Een klassiek voorbeeld hiervan is het reinigen van de leidingen van de tapinstallatie. Inspanningen van de horeca-uitbater om de leidingen van de tapinstallatie proper te houden en geregeld te reinigen verbeteren de kwaliteit en dus de reputatie van het bier van de brouwerij. Maar de uitbater zelf profiteert maar in geringe mate van de hogere vraag naar bier die daaruit volgt, want de goede reputatie kan er ook voor zorgen dat klanten meer bier van de brouwer kopen in concurrerende zaken of in de supermarkt. Dit is bij uitstek een probleem op toeristische locaties, waar klanten vooral eenmalige bezoekers zijn en de reputatie van de horeca-uitbater zelf dus een kleinere rol speelt. Er is met andere woorden een “spillover” effect (Slade, 2011). De voordelen van propere leidingen (een betere reputatie van het bier van de brouwerij) komen deels terecht bij andere horeca-uitbaters, supermarkten, en de brouwerij. Als de uitbater zelf de kosten zou moeten dragen, terwijl de voordelen slechts gedeeltelijk bij de uitbater terechtkomen, zou de uitbater mogelijks geneigd zijn deze kost te vermijden. Als alle uitbaters echter dezelfde redenering volgen, zou de reputatie van het bier snel achteruitgaan. Om die reden is het vaak de brouwerij die aandringt op het reinigen van de installatie, al of niet gesubsidieerd door de brouwerij. Deze

investering in de kwaliteit verbetert de reputatie van het bier in het algemeen en komt dus onrechtstreeks alle uitbaters ten goede (Slade, 2011).

2.4.4. Contracten en de bierprijs

Er zijn in principe verschillende mogelijkheden voor de prijszetting tussen de brouwerij en de horecazaak.

De brouwerij zou bijvoorbeeld bier tegen de productiekost kunnen verkopen aan de horeca-uitbater en tegelijk een hoge vaste betaling (bv. in de vorm van een hoge huurprijs) kunnen vragen. Op die manier zou de uitbater een hoge marge kunnen nemen op het bier, maar zou deze winst door de hoge vaste betaling deels afgeroomd worden door de brouwerij. In deze situatie zou de uitbater echter alle risico's dragen: bij tegenvallende verkoopcijfers zou de uitbater nog altijd een hoge vaste kost moeten betalen. In de praktijk komen zulke contracten dan ook zelden voor en haalt de brouwerij haar inkomsten voornamelijk uit de bierprijs die ze aan de horeca-uitbaters aanrekent.

Brouwerijen werken doorgaans met één standaardtarief waarop kortingen gegeven kunnen worden. Vrije zaken ontvangen doorgaans hogere kortingen dan de 'verplichte zaken' waarmee een brouwerijcontract afgesloten werd, maar ook binnen de verplichte zaken is er doorgaans een grote variatie in de effectieve korting.

Deze variatie in bierprijzen moet eveneens geïnterpreteerd worden vanuit de logica van het brouwerijcontract. De uiteindelijk toegekende korting is het gevolg van een onderhandeling tussen de brouwerij en de horeca-uitbater. De relatieve onderhandelingsmacht van de beide partijen zal afhangen van de initiële financiële situatie van de uitbater, zijn ervaring, de ligging van het pand en andere factoren.

Wanneer een uitbater bijvoorbeeld weinig alternatieve opties heeft (bv. wegens een geringe vooropleiding, weinig ervaring, of beperkte financiële middelen) is het duidelijk dat de brouwerij een minder aantrekkelijk voorstel zal moeten doen om de uitbater aan zich te binden. Omgekeerd zal de brouwerij in dit geval echter waarschijnlijk hogere investeringen moeten voorzien (bijvoorbeeld via het ter beschikking stellen van een pand, leningen, of kosten voor de inrichting van de zaak). Wegens die hogere kosten zal de brouwerij zelf een hogere winstmarge voorop stellen om een dergelijk contract af te sluiten. In deze situatie zou de brouwerij een grotere onderhandelingsmacht hebben en zou de bierprijs vrij hoog zijn.

We kunnen ons ook een andere extreme situatie voorstellen waarbij een ervaren uitbater over een eigen pand beschikt op een goede locatie. In dat geval kan de uitbater verschillende brouwerijen tegen elkaar uitspelen om goede voorwaarden te bekomen. Van de kant van de brouwerij zou het binnenhalen van deze horecazaak allicht weinig investeringen inhouden, zodat de brouwerij minder

kosten te recupereren heeft en zich allicht tevreden zal stellen met een kleinere winstmarge. In dit scenario is het de uitbater die de onderhandelingsmacht heeft, en zal de bierprijs relatief laag zijn.

De discussie over de bierprijs kan dus niet worden losgekoppeld van enerzijds de investeringen door de brouwerijen en anderzijds de problematiek van de kredietbeperkingen voor horeca-uitbaters.

2.4.5. Brouwerijen, drankenhandelaars en horecazaken

Wanneer een café gebonden is aan een brouwerij, kan de brouwerij ofwel zelf de levering aan het café verzorgen, ofwel beroep doen op een drankenhandelaar. De drankenhandelaar koopt bier bij de brouwerij tegen een “depotprijs” die lager ligt dan de “horecaprijs” die de horeca-uitbater betaalt; het prijsverschil is de winstmarge voor de drankenhandelaar. Brouwerijen hanteren op dit vlak verschillende strategieën. Bepaalde brouwerijen werken hoofdzakelijk met rechtstreekse levering, terwijl andere brouwerijen hoofdzakelijk beroep doen op drankenhandelaars; anderen gebruiken een combinatie van beiden.

De keuze voor rechtstreekse levering of levering via een drankenhandelaar wordt beïnvloed door verschillende factoren. Bij rechtstreekse levering strijkt de brouwerij zelf de winstmarge van de drankenhandelaar op, en is er een directer contact tussen de horecazaken en de brouwerij, zodat de brouwerij ‘de vinger aan de pols houdt’. Anderzijds beschouwen sommige brouwerijen het leveren van bier niet als hun kerntaak, of zou rechtstreekse levering inefficiënt zijn omdat de betrokken horecazaken over een groot gebied verspreid zijn. Drankenhandelaars hebben vaak ook een betere kennis van de markt en kunnen potentiële uitbaters of potentiële panden aanbrengen voor de brouwerij.

Het samenspel tussen brouwerijen, drankenhandelaars en cafébazen kan leiden tot complexe situaties. Een café kan bijvoorbeeld gebonden zijn aan een drankenhandelaar die eigenaar is van het pand en die oplegt dat de cafébaas enkel producten van de drankenhandel mag afnemen. De drankenhandelaar kan op zijn beurt een overeenkomst sluiten met een brouwerij om exclusief bier van de brouwerij te verkopen in dat café. De brouwerij kan de drankenhandelaar hiervoor een vergoeding of korting geven die bekend staat als “tonnegeld” of “dimensies”.

Omgekeerd kan een drankenhandel ook een “leveringsrecht” betalen aan een brouwerij om te mogen leveren in zaken die exclusief aan de brouwerij gebonden zijn. Een andere mogelijkheid is dat de drankenhandel en de brouwerij zaken “ruilen”: de drankenhandel eist van de uitbater in een pand dat aan de drankenhandel gebonden is dat er exclusief producten van één brouwerij afgenomen worden, en in ruil staat de brouwerij de drankenhandel toe om bier te leveren aan een café dat aan de brouwerij gebonden is. De brouwerij verliest dus de groothandelsmarge op één zaak maar wint afzetmogelijkheden in een andere zaak.

Brouwerijen hanteren typisch één horecaprijs voor alle rechtstreeks beleverde cafés, waarop vervolgens kortingen kunnen worden toegestaan. Voor cafés van de brouwerij die via een drankenhandel beleverd worden, hebben brouwerijen vaak een “aanbevolen” horecaprijs, die niet bindend is; Europese regelgeving verbiedt namelijk het opleggen van een verplichte verkoopprijs. In dit scenario kan de toekenning van kortingen aan horecazaken vrij ingewikkeld worden. Brouwerijen hanteren doorgaans een systeem van “ristournes” waarbij de cafébaas kortingen krijgt op basis van volume na voorlegging van de facturen van de drankenhandel: de uitbater betaalt dus eerst het volledige bedrag aan de drankenhandel en krijgt vervolgens een bedrag terugbetaald door de brouwerij. Het is ook mogelijk dat de brouwerij en de drankenhandel overeenkomen om een minimale korting aan een horecazaak toe te staan en die gezamenlijk te dragen (naast eventuele extra kortingen die de drankenhandel voor eigen rekening kan toekennen).

Daarnaast kunnen drankenhandels ook een “korting op factuur” krijgen van de brouwerij wanneer ze grote hoeveelheden afnemen. De “korting op factuur” voor de drankenhandels geldt voor de volledige levering aan de drankenhandel, en is dus niet afhankelijk van de kenmerken van de horecazaken waaraan de drankenhandel vervolgens levert. De “ristournes” aan de horecazaken daarentegen variëren van café tot café en zijn doorgaans afhankelijk van de hoeveelheid steun die de zaak ontvangen heeft en de afgenomen hoeveelheden. Deze complexe organisatie impliceert dat de nodige voorzichtigheid geboden is bij het interpreteren van gegevens over prijzen en kortingen in de horeca.

2.4.6. Mededingingsaspecten

De verplichting aan de afnemer om dranken van één leverancier af te nemen wordt op zich niet beschouwd als een belemmering van de mededinging. Het is inderdaad zo dat er op die manier binnen één café minder keuze is, maar zolang er voldoende concurrerende brouwerijen zijn met hun eigen cafés zou er nog steeds voldoende prijsconcurrentie zijn, en zou er nog voldoende keuze overblijven voor de consument. De vraag is dus eerder of het principe van brouwerijcontracten onrechtstreeks kan leiden tot een situatie waarbij de concurrentie tussen de brouwerijen aan banden gelegd wordt.

Eén mogelijk problematische uitkomst is het fenomeen van “foreclosure” (marktafscherming). Wanneer alle cafés gebonden zijn aan brouwers via exclusiviteitscontracten, zou een nieuwe brouwer noodgedwongen moeten investeren in een netwerk van eigen cafés om zijn bier verkocht te krijgen. Wanneer alle goede locaties echter al ingenomen zijn door bestaande brouwerijen heeft de nieuwe brouwer geen realistische afzetmogelijkheden voor zijn bier. Op die manier zit de markt “op slot”. Wanneer het aantal bestaande brouwerijen bovendien beperkt is, kunnen deze brouwerijen monopolieprijzen aanrekenen.

Dit lijkt het geval te zijn in de Mexicaanse biermarkt, die bijna volledig in handen is van twee grote spelers, Grupo Modelo (onderdeel van AB InBev) en Cuauhtemoc Moctezuma (deel van de Heineken-groep). SABMiller, nochtans de tweede grootste brouwerijgroep ter wereld, krijgt amper voet aan de grond in de Mexicaanse markt, en wijst hiervoor naar de wijdverspreide exclusiviteitscontracten die de twee dominante spelers hebben afgesloten met cafébazen. Als tegenprestatie voor de exclusieve afname ontvangen horeca-uitbaters meubilair, koelkasten, kredieten en premies van de brouwerij. Samen met een groep kleinere brouwerijen heeft SABMiller in 2010 juridische stappen ondernomen om de exclusiviteitscontracten aan te vechten. De Mexicaanse antitrust-autoriteiten besloten in juli 2013 dat de twee dominante brouwerijen hun exclusiviteitscontracten moeten afbouwen en bovendien speciaalbieren van kleinere brouwerijen moeten toelaten in hun zaken.⁶

Precies om te vermijden dat exclusiviteitscontracten gebruikt worden om de toetreding van nieuwe brouwerijen op de markt te belemmeren, geeft de huidige Europese regelgeving minder bewegingsvrijheid aan grotere spelers. Zo wordt er in de “de minimis” regeling speciaal melding gemaakt van “cumulatieve marktafscherming” – de situatie waarbij de markt grotendeels geregeld wordt door exclusieve contracten. In zo’n situatie gelden strengere regels voor het gebruik van exclusieve contracten om “foreclosure” te vermijden.

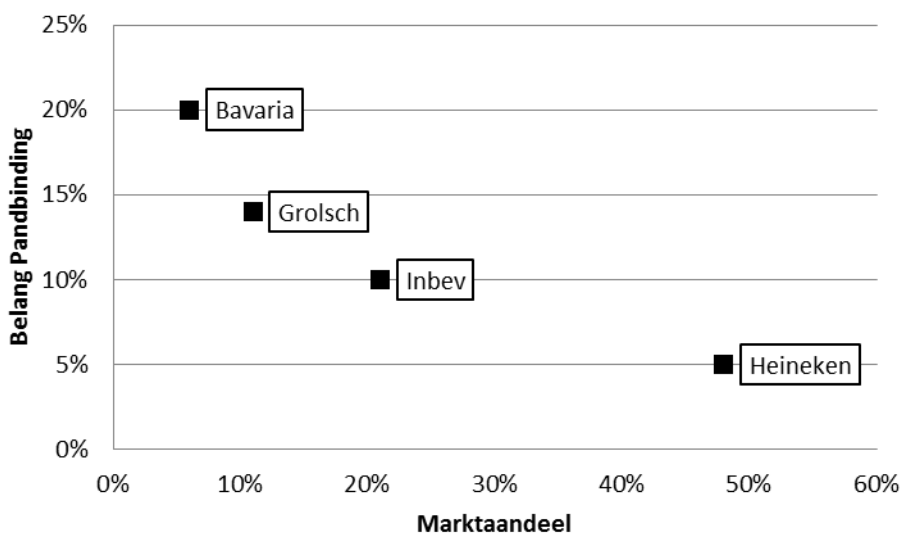
Brouwerijcontracten kunnen echter ook een positieve impact hebben op de mededinging. Door een netwerk van verplichte zaken uit te bouwen, verwerven kleinere brouwerijen een gegarandeerde minimale afzet. Hierdoor kunnen zij in principe standhouden tegen grotere ondernemingen die beschikken over uitgebreidere marketingbudgetten.

Gegevens uit Nederland lijken alvast consistent met deze hypothese. Brouwerijen met het grootste marktaandeel maken in Nederland proportioneel het minst gebruik van brouwerijcontracten. Figuur 5, op basis van gegevens uit Pleijster et al. (2011), toont enerzijds het marktaandeel van de verschillende brouwerijen en anderzijds het percentage van de afnemers van de brouwerij die een “pandbinding” hebben – d.w.z. het relatieve belang van verplichte cafés (huurzaken) in het totale aantal cafés dat bier van deze brouwerij verkoopt. Marktleider Heineken heeft 50% van de markt in handen en maakt amper gebruik van pandbinding (slechts 5% van de zaken die Heineken afnemen, zijn huurzaken). Pandbinding is belangrijker voor de kleinere brouwerijen; voor Bavaria (met een marktaandeel kleiner dan 10%) zijn 20% van de horecazaken die Bavaria-bier afnemen via pandbinding aan de brouwerij gebonden.

⁶ Zie bv. “Big Mexican brewers forced to open local beer market,” Reuters, 11 juli 2013, <http://www.reuters.com/article/2013/07/11/mexico-beer-idUSL1N0FH0PL20130711>

De rol van brouwerijcontracten als strategie voor kleinere spelers op de markt is potentieel belangrijk in de Belgische context, waar AB Inbev de onbetwiste marktleider is

Figuur 5. Marktaandeel en belang van pandbinding voor Nederlandse brouwerijen



Bron: Eigen verwerking op basis van Pleijster et al. (2011).

2.5. Motivatie van de Europese Commissie voor de vrijstelling van brouwerijcontracten

Terwijl brouwerijcontracten tegenwoordig onder de algemene regeling van Verordening 330/2010 vallen, bestond er vroeger al een specifieke “groepsvrijstelling” voor brouwerijcontracten. Deze vrijstelling was uitdrukkelijk gebaseerd op het idee dat overeenkomsten die efficiëntiewinsten veroorzaken, toegelaten moeten zijn. Het is dus interessant om de motivatie van de Europese Commissie voor deze groepsvrijstelling te bekijken.

De meest gedetailleerde uiteenzetting is te vinden in de overwegingen in de inleiding tot Verordening 1984/1983. Deze Verordening regelde enerzijds afnameovereenkomsten met korte of middellange looptijd in alle sectoren van de economie en anderzijds twee soorten contracten met een lange looptijd, namelijk voor de “wederverkoop van bier in drankgelegenheden” en voor aardolieproducten in tankstations. De vrijstelling voor deze contracten werd toegestaan omdat ze een verbetering van de distributie tot gevolg hebben:

- De contracten stellen de leverancier in staat om de verkoop nauwkeuriger en voor een langere tijd van tevoren te organiseren en de “wederverkoper” (in dit geval de horeca-uitbater) gedurende de looptijd van de

overeenkomst een geregelde aanvoer te waarborgen. De ondernemingen krijgen daardoor de mogelijkheid om het risico van marktschommelingen te beperken en de distributiekosten te verlagen (Considerans 5).

- Bovendien vergemakkelijken deze overeenkomsten de “afzetbevordering” van een product en leiden ze tot een “intensievere bewerking van de markt” omdat de leverancier als tegenprestatie voor de afnameplicht doorgaans inspanningen levert om de structuur van de distributie, de kwaliteit van de verkoopprestaties of het verkoopresultaat te verbeteren (Considerans 6).
- In het kader van onze studie is het ook belangrijk aan te stippen dat de Commissie opmerkte dat de overeenkomsten “de mededinging tussen producten van verschillende fabrikanten stimuleren,” omdat de aanstelling van een aantal verplichte afnemers “dikwijls de meest doeltreffende en soms zelfs de enige wijze is om in een markt door te dringen en er het hoofd te bieden aan de concurrentie met andere fabrikanten,” in het bijzonder voor kleine en middelgrote ondernemingen (Considerans 6).
- De contracten bieden ook een voordeel voor de consument, aangezien deze van een regelmatige bevoorrading kan genieten en de contractproducten sneller en gemakkelijker kan verkrijgen (Considerans 7).
- De Verordening voorzag speciale bepalingen voor de bierleverings- en tankstationcontracten, omdat deze contracten bijzondere kenmerken hebben. Bij zulke contracten geeft de leverancier namelijk “bijzondere economische of financiële voordelen” zoals niet-terugvorderbare betalingen, leningen tegen gunstige voorwaarden, of de terbeschikkingstelling van grond, lokalen, technische installaties en inrichting. Omgekeerd verbindt de afnemer zich tot een exclusieve, langdurige afnamebinding. Deze contracten vergemakkelijken de inrichting, de modernisering, het onderhoud en de bedrijfsvoering van drankgelegenheden en tankstations en zorgen onder meer voor een betere lange termijnplanning van de productie en distributie (Considerans 13).
- Anderzijds is de negatieve impact op de mededinging beperkt, aangezien de druk van de concurrentie ervoor zorgt dat het aantal en de aard van drankgelegenheden en tankstations voortdurend aangepast worden aan de wensen van het cliënteel (Considerans 15).

De overwegingen van de Europese Commissie zijn dus grotendeels gelijklopend met de economische logica van brouwerijcontracten zoals die hierboven uitgelegd werd.

2.6. Brouwerijcontracten in Europa: Het Verenigd Koninkrijk en Nederland

2.6.1. Het Verenigd Koninkrijk

Tot de jaren tachtig waren “gebonden” cafés de belangrijkste organisatievorm in de Britse horeca. Cijfers uit 1985 tonen aan dat meer dan de helft van de “pubs” gebonden was, waarbij de uitbater een pand huurde van de brouwerij. Daarnaast werd een groot aantal cafés (bijna één vierde van het totaal) uitgebaat door een werknemer van de brouwerij. Ongeveer 6% van de overige cafés werd weliswaar niet gehuurd van een brouwerij maar had bepaalde bindingen doordat de uitbater financiering gekregen had van de brouwerij. Minder dan 20% van de pubs was volledig vrij (Slade, 1998).

In 1989 besloot de mededingingsautoriteit in het Verenigd Koninkrijk (de Monopolies and Mergers Commission, MMC) om maatregelen te nemen tegen de bestaande brouwerijcontracten. De MMC legde beperkingen op aan het aantal horecazaken dat een brouwerij in eigendom mocht hebben. De MMC hoopte dat deze maatregel zou leiden tot lagere prijzen en een betere keuze voor consumenten. Dit was echter niet het geval.

De effecten van de maatregel werden bestudeerd door Slade (1998), die concludeert dat de gedwongen scheiding leidde tot hogere prijzen in plaats van de beoogde lagere prijzen voor de consumenten.⁷

Als gevolg van de gedwongen scheiding werden ongeveer 14.000 horecazaken afgestoten door de brouwerijen. Het aantal cafés in eigendom van een brouwerij daalde van 53% van het totaal naar 37%. Voor veel huurpanden die niet afgestoten werden, schakelden brouwerijen over van een huurcontract naar een pachtovereenkomst, waarbij de uitbater verantwoordelijk werd voor een groter aandeel van de investeringen in het pand.

Een belangrijk gevolg was dat er een nieuwe organisatievorm ontstond, die bekend staat als de “pub chain” of “pub company” (pubco). Investeerders profiteerden van de gedwongen verkoop van horecazaken om goedkoop een netwerk van horecazaken uit te bouwen. Deze ketens tellen honderden of duizenden pubs. De twee grootste pub chains, Enterprise Inns en Punch Taverns, beheerden in 2011 samen 15.000 horecazaken (Gottfried en Muir, 2011). Verschillende “pub chains” sloten vervolgens exclusiviteitscontracten op lange termijn met brouwerijen. Het aantal vrije cafés in het Verenigd Koninkrijk nam niet toe; de afgestoten horecazaken kwamen nagenoeg allemaal terecht in een “pub chain” (zie Tabel 3).

⁷ Slade (1998) merkt op dat deze resultaten vergelijkbaar zijn met studies die een gelijkaardige maatregel bestudeerden voor de contracten tussen tankstations en oliemaatschappijen, waarbij ook vastgesteld werd dat gedwongen scheiding tot hogere prijzen leidde.

Tabel 3. Structuur van de Britse horeca, 1989-2009

<i>Type horecazaak</i>	1989		2004		2009	
	Aantal	%	Aantal	%	Aantal	%
Gebonden aan nationale brouwerijen	32.000	53.3%	0	0%	0	0%
Gebonden aan regionale brouwerijen	12.000	20.0%	8.589	14.4%	8.900	16.0%
Pub chains	0	0%	34.125	57.3%	28.400	51.1%
Vrije zaken	16.000	26.7%	16.850	28.3%	18.230	32.8%
<i>Totaal</i>	<i>60.000</i>		<i>59.564</i>		<i>55.530</i>	

Bron: Gottfried en Muir (2011)

De ervaringen in het Verenigd Koninkrijk illustreren de economische logica van brouwerijcontracten. De massale verkoop van horecazaken door de brouwerijen was bijvoorbeeld niet de enige mogelijke reactie op de gewijzigde wetgeving. Brouwerijen hadden er ook voor kunnen kiezen om de horecazaken als vrije zaak verder uit te baten. De verkoopgolf toont aan dat dit voor de brouwerijen geen winstgevend alternatief was. Anderzijds bleef het aantal vrije cafés in het Verenigd Koninkrijk stabiel tijdens deze overgang; zelfstandige horeca-uitbaters konden dus niet profiteren van de verkoopgolf om hun eigen pand te verwerven. Beperkte toegang tot kapitaal verklaart dat enkele grote kapitaalkrachtige investeerders de vrijgekomen horecazaken opkochten.

Het oorspronkelijke rapport van de Britse mededingingsautoriteiten leek te suggereren dat een inperking van de brouwerijcontracten meer speelruimte zou geven aan kleinere brouwerijen. Het tegendeel lijkt echter het geval te zijn geweest. Kleine brouwerijen, die zich sterk verzet hadden tegen de inperking van brouwerijcontracten, verloren marktaandeel in de jaren na de scheiding. Dit is consistent met het argument dat brouwerijcontracten voor kleine brouwerijen een manier vormen om een afzetmarkt te verwerven zonder de grote marketingbudgetten van de dominante brouwerijen.

2.6.2. Brouwerijcontracten in Nederland

De Nederlandse beroepsfederatie van horecazaken (Bedrijfschap Horeca en Catering en Koninklijke Horeca Nederland) liet de laatste jaren studies uitvoeren naar de brouwerijcontracten. Deze studies bieden een waardevolle bron van informatie over de werking van brouwerijcontracten in Nederland.

De studie van Pleijster et al. (2011) onderzocht op basis van een enquête bij 2.100 horecazaken welk soort contracten er gebruikt worden in de Nederlandse horeca, welke soort afnameverplichting er bestaat, hoe hoog de inkoopprijs is, hoe hoog de hectoliterkorting is, enzovoort. In een tweede deel van de studie gebruiken de onderzoekers uitgebreidere enquêtes bij 56 ondernemers om een

kwalitatief beeld te krijgen van de opinie van horeca-uitbaters over de brouwerijcontracten en andere aspecten van de sector.

Nederlandse brouwerijen investeren op verschillende manieren in de horeca. De meest voorkomende is bruikleen van de tapinstallatie die in 64% van de cafés eigendom is van een brouwerij. Ook heeft 11% van de cafés een lening of een borgstelling van de brouwerij gekregen, en is er in 8% van de gevallen sprake van “pandbinding” (d.w.z. de uitbater huurt het pand van de brouwerij).

Tegenover deze investeringen staan afnameverplichtingen en andere voorwaarden qua inkoopprijs en andere diensten. Uit de resultaten van de studie blijkt dat uitbaters met een pandbinding vaker ontevreden zijn over hun contract en hun relatie met de brouwerij, aangezien zij een hogere bierprijs moeten betalen dan de andere uitbaters. Toch concluderen de auteurs: “Uiteindelijk lijkt de persoon van de ondernemer de doorslag te geven voor het te behalen rendement. Binding bepaalt vaak het vertrekpunt voor een onderhandelingspositie en een bandbreedte, maar samenwerking tussen horecaondernemers en onderhandelingskracht bepalen uiteindelijk de uitkomst.” (Pleijster et al. 2011, p. 86).

In een vervolgstudie onderzochten Vanderzeijden en Pleijster (2012) specifiek het overstapgedrag van horeca-uitbaters. In een enquête werd aan uitbaters gevraagd of zij tussen 2006 en 2012 veranderden van leverancier en wat hiervoor de motieven waren. In totaal is 15% van de cafés tussen 2006 en 2012 overgestapt van brouwer. 25% heeft een overstap overwogen maar niet gemaakt, en 60% heeft de overstap niet overwogen. Vooral cafés met pandbinding overwegen geen overstap, om de voor de hand liggende reden dat dit bijzonder moeilijk zou zijn. Brouwerijen gaan zelf actief op zoek naar interessante horecazaken: 31% van de cafés geeft aan het afgelopen jaar een of meer keren door brouwerijen te zijn benaderd om over te stappen.

De resultaten van de studie schetsen een genuanceerd beeld van brouwerijcontracten. Wanneer uitbaters overstappen naar een andere brouwerij, is er bijvoorbeeld vaker sprake van een toename van de binding (zoals van ongebonden café naar een café met “tapbinding,” of van tapbinding naar binding via financiering) dan van een afname. “Tegenover elke twee bedrijven die na het overstappen minder werden gebonden, staan zo’n vijf bedrijven die sterker werden gebonden aan een brouwerij.” (Vanderzeijden en Pleijster 2012, p. 31). Slechts een vijfde van de overstappers heeft belemmeringen ervaren die de overstap hebben bemoeilijkt; vooral de afkoop van het oude contract wordt daarbij genoemd. De grote meerderheid (62%) van de uitbaters die niet overstapten, noemt de tevredenheid met de huidige leverancier als reden.

Zowel in Pleijster et al. (2011) als in Vanderzeijden en Pleijster (2012) wordt duidelijk dat het vooral de horeca-uitbaters met pandbinding zijn die ontevreden zijn over hun situatie. Uitbaters met andere vormen van binding zijn doorgaans positief over de samenwerking met de brouwerij. De uitbaters met pandbinding

zijn vooral ontstemd over de hoge inkoopprijs voor bier, die inderdaad hoger ligt dan voor de andere categorieën.

2.6.3. Conclusie

De ervaringen in het Verenigd Koninkrijk en in Nederland leiden tot enkele belangrijke inzichten.

Het voorbeeld van de gedwongen scheiding in het Verenigd Koninkrijk toont aan dat beleidsmaatregelen die gebaseerd zijn op een verkeerd begrip van de economische logica van brouwerijcontracten nadelig kunnen zijn voor alle betrokken partijen. De gedwongen scheiding leidde niet tot een toename van het aantal vrije zaken. Gezien de kredietbeperkingen waarmee uitbaters te maken hebben, konden zij niet profiteren van de gedwongen verkoop om een eigen zaak te verwerven. In plaats daarvan ontstond een nieuw soort onderneming, de “pub chain” of “pubco”, die honderden of duizenden pubs opkocht en vervolgens afnamecontracten sloot met brouwerijen. Kleinere brouwerijen, die zich aanvankelijk verzet hadden tegen de maatregel, verloren marktaandeel.

De studies uit Nederland tonen aan dat met uitzondering van de uitbaters van huurzaken, de meeste horeca-uitbaters tevreden zijn met hun brouwerijcontract. Uitbaters van huurzaken zijn vaak ontevreden over de hogere bierprijs die zij betalen. Toch blijkt dat er grote variatie is in de contractuele voorwaarden die zulke uitbaters kunnen bedingen; veel lijkt dus af te hangen van de individuele onderhandelingskracht van de uitbaters.

Uitbaters van niet-huurzaken met een brouwerijcontract geven aan dat er goede mogelijkheden zijn om van leverancier te veranderen wanneer ze dit zouden willen. Wanneer horeca-uitbaters overstappen naar een ander contract, gaat dit overigens vaker gepaard met een toename van de contractuele verplichtingen dan met een afname, hetgeen suggereert dat deze uitbaters voordeel doen met een toegenomen binding aan de brouwerij.

3. Brouwerijcontracten en de horeca-investeringen door Belgische brouwerijen

3.1. Belang van de brouwerijen in deze studie

3.1.1. Omzet en volume

De zeven pilsbrouwerijen in onze studie vertegenwoordigen samen een omzet van 252 miljoen euro, waarvan 89% uit de verkoop van bieren (Tabel 4). Samen produceren ze meer dan één miljoen hectoliter eigen pils (d.w.z. onder een merknaam van de brouwerij) voor de Belgische markt, goed voor bijna 20% van de totale verkoop van pilsbieren in ons land.⁸

Tabel 4. Omzet en volume per product

	Omzet	%	Volume (hl)	%
Pils	€ 155.826.217	62%	1.088.406	59%
Speciaalbieren	€ 56.213.087	22%	302.408	16%
Frisdranken, koffie, wijn...	€ 25.576.279	10%	245.904	13%
Doorverkoop bier van andere brouwerijen	€ 2.110.897	1%	8.637	0%
Productie op licentie en private label	€ 12.072.082	5%	209.983	11%
Totale omzet in België	€ 251.798.562	100%	1.855.339	100%
<i>Waarvan bieren:</i>	€ 224.111.386	89%	1.600.798	86%

Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

3.1.2. Belang van pils

Voor de zeven brouwerijen in onze studie is pils een cruciale component van het zakencijfer.

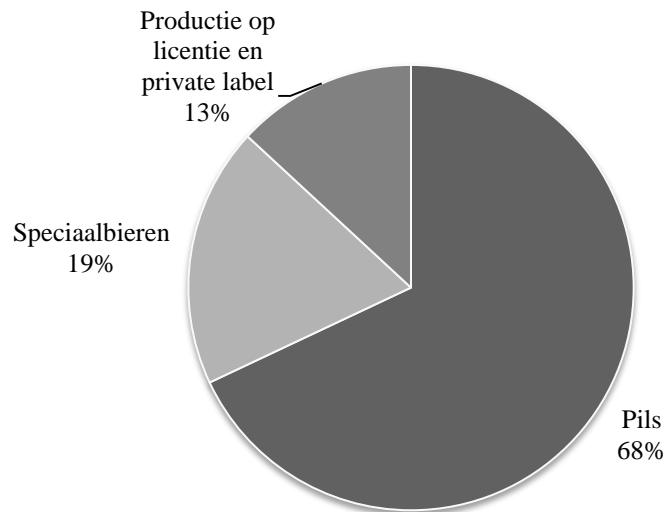
De productie van eigen pils bedroeg ongeveer één miljoen hectoliter op een totale bierproductie (d.w.z. inclusief speciaalbieren en productie op licentie of “private label”) van 1.6 miljoen hectoliter (Tabel 4). De productie van eigen pils bedraagt dus meer dan twee derde (68%) van de totale bierproductie van de brouwerijen die bestemd is voor de Belgische markt (Figuur 6a).

Ten opzichte van de totale omzet uit bier vertegenwoordigt de productie van eigen pils ongeveer 70%. Ten opzichte van de totale omzet (inclusief verkoop van frisdranken, koffie, enz.) vertegenwoordigt pils 62% (Figuur 6b).

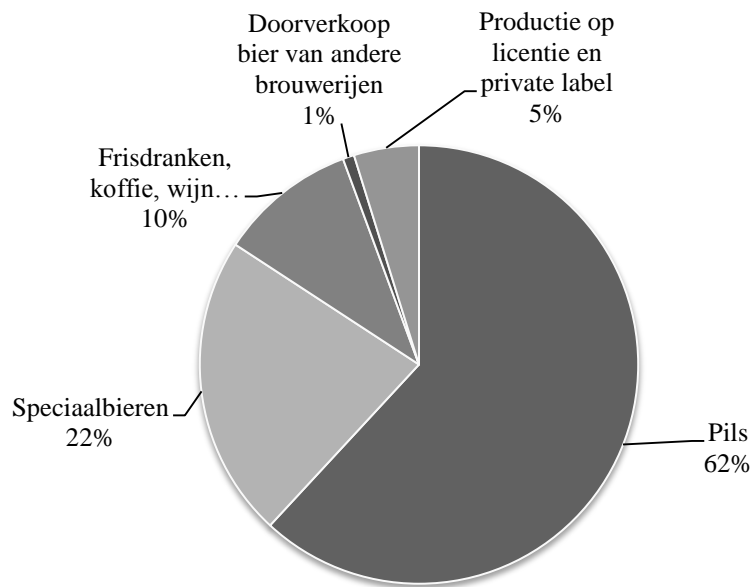
⁸ De totale consumptie van pils in België bedraagt ongeveer 5.7 miljoen hectoliter. Tenzij anders aangegeven zijn omzetcijfers exclusief accijnzen en BTW; de cijfergegevens over de brouwerijen zijn telkens gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

Figuur 6. Belang van pils voor de brouwerijen

a. Aandeel in de bierproductie voor de Belgische markt (% van volume)



b. Aandeel in de omzet op de Belgische markt (% van omzet)



De brouwerijen gaven aan dat pils een belangrijk product is omdat het hen helpt een hoog volume te behalen. Eens een brouwerij ingericht is, zijn er namelijk een aantal vaste kosten waar de brouwer niet omheen kan. Voor het bedienen van de installaties en het opvolgen van de kwaliteit zijn bijvoorbeeld een minimum aantal personeelsleden nodig, ongeacht of de productie 10% of 100% van de totale

capaciteit bedraagt. Door deze vaste kosten te spreiden over een groter volume kunnen brouwerijen hun gemiddelde kosten per hectoliter drukken. Dit geldt des te sterker voor brouwerijen die hun eigen distributie in handen hebben: de kostprijs voor het leveren van dranken aan een horecazaak is bijvoorbeeld niet veel hoger voor een levering van verschillende vaten bier en bakken frisdrank en speciaalbier dan voor de levering van één bak speciaalbier.

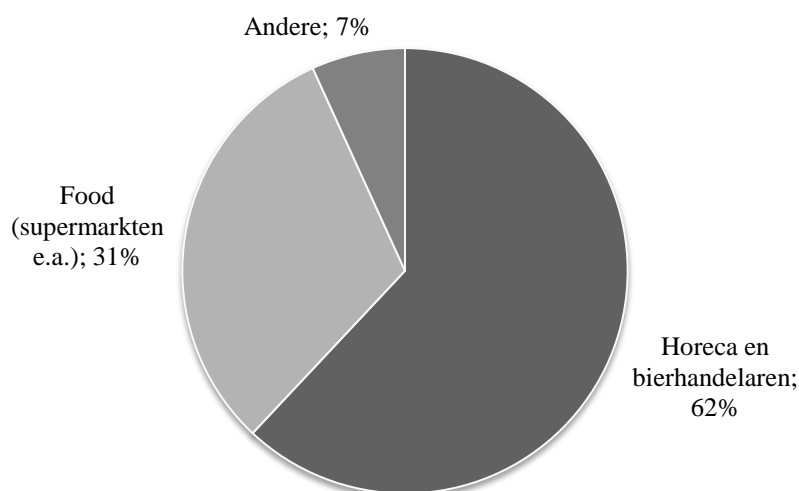
Brouwerijen gaven ook aan dat, ondanks de hogere marges, speciaalbieren geen afdoend alternatief vormen voor pils. Speciaalbieren zijn immers gevoelig aan “hypes”. Verschillende brouwerijen noemden tijdens interviews het voorbeeld van Palm, dat in de jaren tachtig zeer populair werd maar nadien een sterke terugval kende. De productie van pils zorgt daarentegen voor een stabiele inkomstenbron, die dient als “uitvalsbasis” voor brouwerijen die speciaalbieren op de markt brengen.

3.1.3. Verkoopkanalen

De totale productie van pils voor de Belgische markt wordt verspreid via een aantal kanalen, waaronder de horeca (die rechtstreeks door de brouwerij of via een drankenhandelaar beleverd kan worden), de drankcentrales voor particulieren, en de supermarkten. Bier dat aan drankenhandelaars verkocht wordt kan niet altijd duidelijk onderverdeeld worden in verkoop aan horeca en aan particulieren, en deze cijfers zijn hier dan ook samengevoegd. Het belang van de verkoop aan particulieren via drankcentrales is echter allicht relatief beperkt ten opzichte van de omzet in de horeca.

Hoewel het belang van de verschillende kanalen varieert over de zeven brouwerijen zien we dat ongeveer 62% van de pils in België verkocht wordt aan de horeca en aan drankenhandelaren (inclusief levering aan de horeca via de drankenhandelaar) tegenover een belang van 31% voor de verkoop in supermarkten e.a. en 7% andere kanalen zoals verkoop aan verenigingen (Tabel 5 en Figuur 7). De cijfers voor het relatieve belang in termen van omzet zijn gelijkaardig.

Figuur 7. Verkoopkanalen van pils (naar volume)



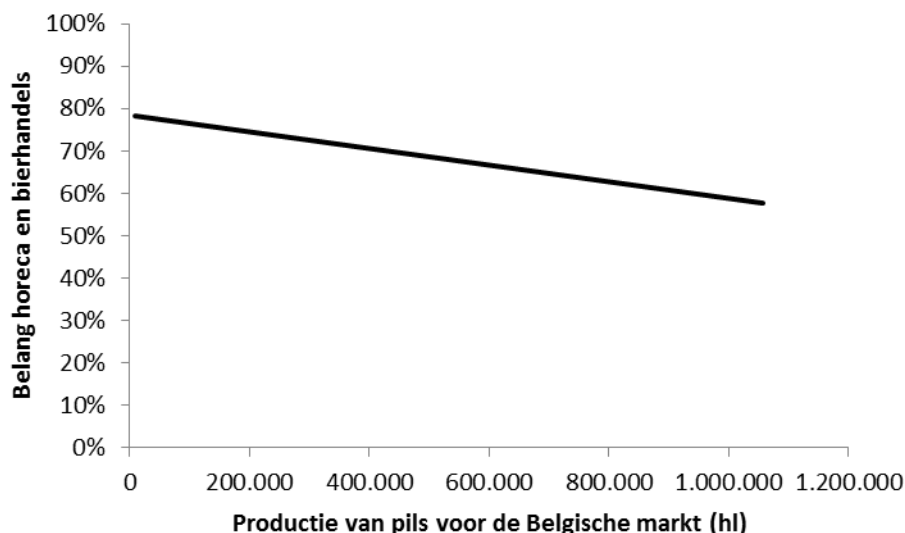
Tabel 5. Verkoopkanalen van pils

Verkoopkanaal	Omzet	%	Volume (hl)	%
Horeca en drankenhandelaren	€ 126.491.834	64%	874.897	63%
Food (supermarkten e.a.)	€ 65.921.648	33%	433.873	31%
Andere	€ 6.620.126	3%	81.635	6%
Totaal	€ 199.033.608	100%	1.390.405	100%

Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

We stellen vast dat het percentage van het pilsvolume dat via de horeca verkocht wordt, gemiddeld hoger ligt voor de kleinere brouwerijen. Figuur 8 illustreert het verband tussen het belang van horeca en drankenhandels (als % van de totale afzet van pils) enerzijds en de omvang van de productie anderzijds. Het verband werd berekend door een zogenaamde 'lineaire regressie', een techniek die het gemiddelde verband in de data berekent. Om bedrijfsspecifieke gegevens niet prijs te geven werden de datapunten waarop deze regressie gebaseerd is, niet weergegeven in de grafiek. Hoewel er een grote variatie is onder de brouwerijen, is er niettemin een negatief verband. De verkoop aan de horeca en aan drankenhandels is relatief belangrijker voor kleinere brouwerijen.

Figuur 8. Geschatte relatie tussen belang van horeca en drankenhandels en de totale productie



3.1.4. Belang van eigen horecazaken

We maken in deze studie een onderscheid tussen drie soorten horecazaken, vanuit het perspectief van de brouwerijen. Het gaat hier om:

- *Huurzaken*, d.w.z. zaken die eigendom of hoofdhuur van de brouwerij zijn en aan de horeca-uitbater (door)verhuurd worden;
- Niet-huurzaken die *financiële steun* ontvangen van de brouwerij (een lening, een “verloren fonds,” een borgstelling, enz.) naast eventuele materiële steun;
- *Andere zaken*, die eventueel commerciële/materiële ondersteuning ontvangen zoals bruikleen van koelkasten en meubilair, goedkoop onderhoud van het debiet of gratis opleidingen.

De zeven brouwerijen hebben samen meer dan 2.500 huurzaken, en 3.000 horecazaken die geen huurzaak zijn maar die wel financiële ondersteuning ontvangen (Tabel 6). In ruil voor de ondersteuning aan deze twee categorieën vragen brouwerijen doorgaans een vorm van exclusiviteit of minimum afnameverplichting. Daarnaast leveren de brouwerijen aan 13.000 andere zaken. Aan deze laatste categorie van zaken worden doorgaans geen of slechts beperkte afname-vereisten of exclusiviteitsverbintenissen opgelegd door de brouwers. Het is echter wel mogelijk dat deze zaken via een brouwerijcontract gebonden zijn aan een drankenhandel.

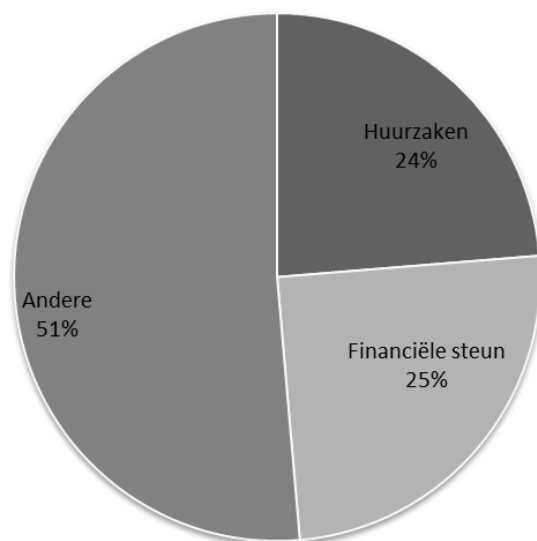
Tabel 6. Horecazaken per categorie

Categorie	Aantal	%	Pilsvolume (hl)	%
Huurzaken	2.506	13%	175.751	24%
Financiële steun	3.062	16%	187.554	25%
Andere	13.183	70%	375.870	51%
Totaal	18.751	100%	739.175	100%

Noot: zie paragraaf 3.1.4 voor een omschrijving van de drie categorieën. Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

Wanneer we kijken naar de volumes pils, zien we dat de huurzaken en zaken met financiële steun een belangrijk deel van de totale afzet vormen (Figuur 9). Hoewel deze zaken samen slechts 29% van het totaal aantal cafés uitmaken, realiseren ze 49% van de pilsverkoop voor de brouwerijen.

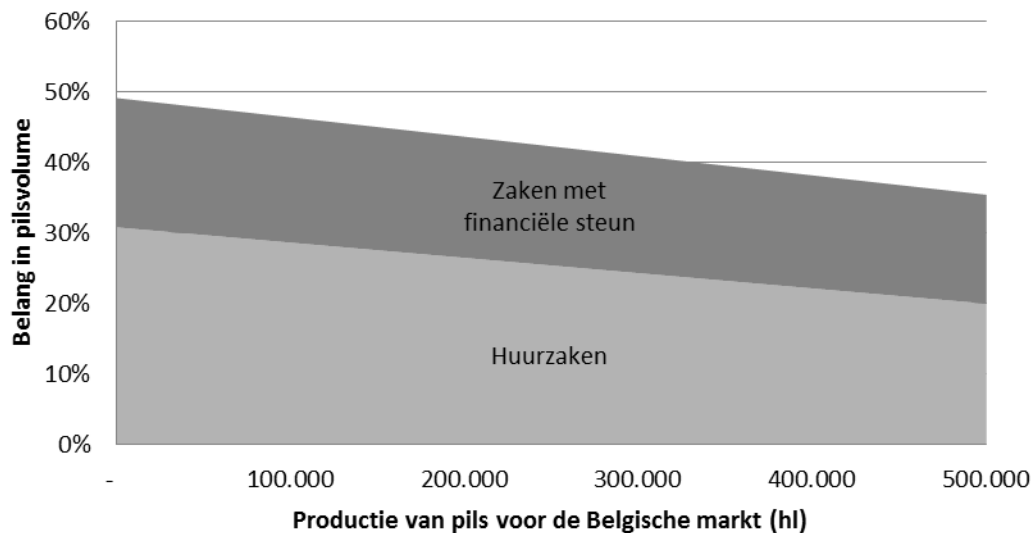
Figuur 9. Pilsvolume per categorie



Noot: zie paragraaf 3.1.4 voor een omschrijving van de drie categorieën.

Wanneer we kijken naar het belang van huurzaken en zaken met financiële steun in de verkoop van pils op de Belgische markt stellen we vast dat deze zaken, die doorgaans exclusiviteits- en afnameverplichtingen hebben, gemiddeld genomen belangrijker zijn voor kleinere brouwerijen. Figuur 10 toont het geschatte verband tussen het belang van huurzaken en zaken met financiële steun in de verkoop van pils enerzijds, en de pilsproductie voor de Belgische markt anderzijds.

Figuur 10. Geschatte relatie tussen belang van huurzaken en zaken met financiële steun en de pilsproductie per brouwerij



Noot: zie paragraaf 3.1.4 voor een omschrijving van de drie categorieën.

3.1.5. Samenvatting

De brouwerijen in onze studie zijn middelgrote Belgische pilsbrouwerijen die samen goed zijn voor bijna 20% van de totale pilsverkoop in ons land. Voor deze brouwerijen is pils de belangrijkste component van het zakencijfer, goed voor 62% van de totale omzet, en meer dan twee derde van de totale bieromzet en het totale biervolume.

Pils wordt hoofdzakelijk verkocht via de horeca en drankenhandelaren (62% van het verkochte volume). Bovendien is dit verkoopkanaal gemiddeld belangrijker voor de kleinere brouwerijen.

We onderscheiden drie categorieën van horecazaken: huurzaken, zaken met financiële steun en andere zaken. Huurzaken en zaken met financiële steun hebben typisch de strengste exclusiviteits- en afnameverplichtingen. Hoewel deze zaken minder dan een derde (29%) van het totaal uitmaken, zijn ze verantwoordelijk voor bijna de helft (49%) van de pilsverkoop van de brouwerijen.

Huurzaken en zaken met financiële steun zijn bovendien belangrijker voor kleinere brouwerijen.

Samenvattend blijkt dus dat pilsverkoop via de horeca, en in het bijzonder via huurzaken en zaken met financiële steun, een belangrijk kanaal vormt voor de zeven brouwerijen, en in het bijzonder voor de kleinere brouwerijen.

3.2. Steun aan de horecazaken

Bij het berekenen van de steun die de zeven brouwerijen aan horecazaken toekennen werd gebruik gemaakt van een gedetailleerd enquêteformulier. Het formulier vroeg aan brouwerijen om de verschillende vormen van steun op te lijsten voor de drie categorieën horecazaken (huurzaken, niet-huurzaken die financiële steun ontvangen, en andere zaken).

De vormen van steun waarnaar gepeild werd, zijn uiteraard verschillend voor de drie categorieën. Bij de eerste categorie (huurzaken) werd in het bijzonder gepeild naar de investeringen in het pand, zoals aankoop of renovatie. Er werd hierbij ook aandacht besteed aan indirecte ondersteuning door het doorverhuren onder de hoofdhuur of onder de marktwaarde van het pand, en naar kosten die de brouwerij ondervindt ten gevolge van leegstand. Hoewel de kosten van leegstand geen rechtstreekse steun vormen voor horeca-uitbaters gaat het hier namelijk over een kost die de brouwerij niet zou oplopen indien ze geen huurzaken had. De brouwerij draagt hierbij het huurrisico dat particuliere verhuurders anders zouden lopen.

Waar mogelijk werd zowel gevraagd naar “stock” als naar “flow”-variabelen. Er werd bijvoorbeeld gevraagd hoeveel leningen aan horeca-uitbaters de brouwerij heeft openstaan, en hoeveel nieuwe leningen er werden toegekend.

3.2.1. Huurzaken

Huurzaken (eigendommen of hoofdhuren) zijn typisch onderworpen aan de strengste exclusiviteits- en afnameverplichtingen. Naast commerciële en financiële ondersteuning moeten voor deze zaken ook de bijzondere kosten in rekening gebracht worden die verbonden zijn aan het aankopen, bouwen of verbouwen of zaken; de kosten die de brouwerij oploopt ten gevolge van het huurrisico (leegstand en wanbetaling); en het eventuele verschil tussen de huurprijs die de brouwerij aan de uitbater vraagt en de huurprijs die de brouwerij zelf betaalt (of de hypothetische huurprijs die de brouwerij zou kunnen ontvangen mocht ze haar eigendom aan de hoogstbiedende partij verhuren).

3.2.1.1. Aankoop, constructie en renovatie

In de afgelopen drie jaren investeerden de zeven brouwerijen bovendien gemiddeld 3.7 miljoen euro per jaar in de aankoop of bouw van panden en 7.4

miljoen euro per jaar in renovaties en onderhoud van bestaande zaken. In totaal bedragen deze vastgoedinvesteringen dus meer dan 11 miljoen euro per jaar. Wanneer brouwerijen een zaak afstoten, kunnen ze echter geld recupereren uit de verkoop van het vastgoed en/of het handelsfonds; de opbrengst van deze verkoop bedroeg ongeveer 2.3 miljoen euro per jaar. Netto investeren brouwerijen dus ongeveer 8.8 miljoen euro per jaar in horecavastgoed.

Tabel 7. Aankoop, constructie en renovatie

<i>Uitgaven</i>	<i>Bedrag</i>
Constructie en aankoop	€ 3.714.173
Onderhoud en renovatie	€ 7.435.576
Totale uitgaven	€ 11.149.749

<i>Ontvangsten</i>	<i>Bedrag</i>
Verkoop vastgoed	€ 1.912.505
Verkoop handelsfonds	€ 400.000
Totale ontvangsten	€ 2.312.505

Netto	€ 8.837.244
--------------	--------------------

Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

3.2.1.2. Huurverlies door leegstand, niet-inbare huur en andere kosten

Leegstand is een belangrijk vastgoedrisico voor brouwerijen. Dit geldt duidelijk voor zaken in hoofdhuur, maar evenzeer voor zaken in eigendom, waar de brouwerij huuropbrengsten misloopt. Op een totaal van ongeveer 2.500 huurzaken (in eigendom of hoofdhuur) gaven de brouwerijen aan dat er gemiddeld 234 zaken, of meer dan 9%, leeg stonden over de voorbije drie jaar. Op basis van de normaal te verwachten huuropbrengst komt dit neer op een huurverlies van 2.2 miljoen euro per jaar.

De betaling van de huur is een heikel punt bij veel horecazaken. Het gebeurt frequent dat uitbaters verschillende maanden achterstal hebben bij het betalen van de huur, wat in de praktijk neerkomt op een impliciete kredietverlening door de brouwerij aan de uitbater. Met deze impliciete kredietverlening wordt hier echter geen rekening gehouden. Wel nemen we het huurverlies door niet-inbare achterstallen in rekening. De voorbije drie jaren moesten de brouwerijen in totaal gemiddeld 1.4 miljoen euro per jaar aan huurvorderingen afschrijven. Aan het opvolgen van de verschillende schuldendossiers en andere juridische kosten gelinkt aan het verhuren van horecazaken spendeerden brouwerijen bovendien 2.1 miljoen euro per jaar.

Tabel 8. Leegstand, niet-inbare huur en andere kosten

<i>Omschrijving</i>	<i>Bedrag</i>
Leegstand	€ 2.193.935
Niet-inbare achterstallen	€ 1.401.845
Andere kosten	€ 2.080.295
Totaal	€ 5.676.075

Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

3.2.1.3. Huurverlies door goedkoper doorverhuren

Een bijzondere investering vanuit de brouwerijen gebeurt via de huur. Verschillende brouwerijen hanteren het principe waarbij zaken onder de hoofdhuur (of, bij eigendommen, onder de marktwaarde) verhuurd worden aan uitbaters.

Voor zaken waarbij een hoofdhuur wordt doorverhuurd is de berekening van het huurverlies door goedkoper doorverhuren (wat we hier als een 'huursubsidie' zullen aanduiden) eenvoudig. Het volstaat om het verschil te berekenen tussen wat de brouwerij zelf aan huur betaalt en wat ze als huuropbrengsten ontvangt. De situatie ligt iets ingewikkelder voor zaken die eigendom zijn van de brouwerij. Vanuit een zuiver boekhoudkundig standpunt wordt het immers niet als een verlies beschouwd als de onderneming een eigendom onder de marktwaarde doorverhuurt. Vanuit een economisch perspectief is dit echter wel degelijk een kost, omdat de brouwerij winstmogelijkheden in de vorm van een hogere huuropbrengst laat liggen. Vanuit het standpunt van de horeca-uitbater gaat het hier ook over een vorm van steun, omdat de uitbater een hogere huurprijs zou moeten betalen indien hij hetzelfde pand van een derde moest huren.

Aangezien de "marktwaarde" van de huur voor eigendommen niet eenvoudig beschikbaar is, hanteren we enkele verschillende technieken om tot een raming van deze huursubsidie te komen. Deze methodes worden toegelicht in Appendix A. Elk van deze methodes heeft voor- en nadelen, waarbij de inschattingen zowel hoger als lager dan de werkelijke huursubsidie kunnen uitvallen. De ramingen volgens de verschillende methodes lopen uiteen van -900.000 euro (d.w.z. een huurwinst) tot een huursubsidie van 9 miljoen euro op jaarbasis. Een schatting van ongeveer 2.4 miljoen euro op jaarbasis voor de totale huursubsidie (hoofdhuur en eigendom) lijkt realistisch. Dit komt neer op een huursubsidie die ongeveer 5.3% van de totale huuropbrengsten (hoofdhuur en eigendom) bedraagt.

3.2.1.4. Financiële ondersteuning

Financiële ondersteuning van de horeca kan gebeuren onder de vorm van een lening, een “verloren fonds”-lening of een borgstelling.

De brouwerij kan een lening toekennen aan de horecazaak, al of niet tegen een gunsttarief. De zeven brouwerijen hadden samen gemiddeld 4.9 miljoen euro aan openstaande leningen aan huurzaken, en kenden voor ongeveer 340.000 euro per jaar aan nieuwe leningen toe. Verschillende brouwerijen gaven aan dat ze aan kredietverlening doen omdat financiële instellingen weigerachtig staan tegenover de horeca, wegens het hogere risico. Ook bij de leningen die brouwerijen aan huurzaken toekennen, is er een vrij hoog risico: de brouwerijen moesten jaarlijks ongeveer 2.4 miljoen euro aan niet-inbare leningen afschrijven.

Een tweede vorm van ondersteuning, eigen aan de horeca, is de zogenaamde “verloren fonds”-lening (*fonds perdu*). Het gaat om een betaling van de brouwerij aan de horeca-uitbater, vaak in ruil voor een verbintenis tot een minimale afname. De betaling kan beschouwd worden als een lening die kwijtgescholden wordt naarmate de beloofde afnames gerealiseerd worden. Een brouwerij kan bijvoorbeeld een bedrag van 9.000 euro toekennen in ruil voor een contract op negen jaar waarbij de uitbater zich ertoe verbindt 100 hectoliter per jaar af te nemen. Wanneer de uitbater op het einde van de periode de beloofde afname niet gerealiseerd heeft, kan de brouwerij het resterende deel van de lening terugvragen. Brouwerijen behandelen het “verloren fonds” ofwel als een niet-terugbetaalbare lening, ofwel als een voorschot op kortingen; in de praktijk komen deze op hetzelfde neer.

De brouwerijen hadden in totaal 800.000 euro aan openstaande “verloren fonds”-leningen aan huurzaken. Er werden voor 260.000 euro nieuwe “verloren fonds”-leningen toegekend. De jaarlijkse afschrijvingen op “verloren fonds”-leningen bedroeg ook ongeveer 260.000 euro.

Een derde vorm van ondersteuning zijn borgstellingen, waarbij de brouwerij borg tekent voor een lening die de horeca-uitbater afsluit met een derde partij zoals een financiële instelling. Hoewel borgstellingen de brouwerij pas geld kosten wanneer de uitbater in betalingsmoeilijkheden komt, gaat het hier om een belangrijke verbintenis vanwege de brouwer, zelfs wanneer er niets misloopt. De brouwerijen hadden zich borg gesteld ten voordele van huurzaken voor een totaal van 1.7 miljoen euro, en er werd gemiddeld voor 150.000 euro per jaar aan nieuwe borgstellingen toegekend. De verliezen door borgstellingen bedroegen 214.000 euro per jaar.

Tabel 9. Financiële ondersteuning aan huurzaken

<i>Omschrijving</i>	Totaal uitstaand	Nieuw toegekend per jaar	Jaarlijkse kosten/verlies
Leningen	€ 4.880.517	€ 340.755	€ 2.353.424
Verloren fonds	€ 799.552	€ 259.732	€ 262.141
Borgstellingen	€ 1.670.659	€ 150.000	€ 213.890
<i>Totaal</i>	<i>€ 7.350.728</i>	<i>€ 750.487</i>	<i>€ 2.829.455</i>

Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

3.2.1.5. Commerciële investeringen

Onder commerciële investeringen groeperen we alle uitgaven van brouwerijen in het verbeteren van horeca-zaken met uitzondering van zuivere vastgoedinvesteringen. Het gaat hier dus om bruikleen van materiaal voor professioneel gebruik zoals tapinstallaties en koelkasten (1 miljoen euro) maar ook om kosten voor de inrichting zoals de toog, meubilair, windschermen, enzovoort (1.7 miljoen euro). Daarnaast gaat het ook om kosten voor het onderhoud van de debietinstallatie voor zover deze niet door de uitbater gedragen worden (ongeveer 124.000 euro) en eventuele opleidingen die de brouwerij aanbiedt aan uitbaters (55.000 euro). De brouwerijen spendeerden in totaal 2.9 miljoen euro aan deze commerciële investeringen in huurzaken.

Tabel 10. Commerciële investeringen in huurzaken

<i>Omschrijving</i>	Bedrag
Nieuw materiaal bruikleen	€ 1.006.640
Kosten inrichting	€ 1.731.237
Onderhoud debiet	€ 123.713
Opleidingen	€ 55.401
<i>Totaal</i>	<i>€ 2.916.991</i>

Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

3.2.2. Zaken met financiële steun

Een tweede categorie horecazaken zijn de panden die niet door de brouwerij verhuurd worden maar die wel een of andere vorm van financiële steun ontvangen, doorgaans in ruil voor exclusiviteits- en/of afnameverplichtingen. Het gaat in totaal om 3.000 panden.

3.2.2.1. Financiële ondersteuning

De zeven brouwerijen hadden samen gemiddeld bijna 9 miljoen euro aan openstaande leningen aan horeca-uitbaters uit deze categorie, en kenden voor 2.3 miljoen euro per jaar aan nieuwe leningen toe. Jaarlijks moest ongeveer 1.5 miljoen euro aan niet-inbare schulden worden afgeschreven. De brouwerijen hadden in totaal 17.1 miljoen euro aan openstaande “verloren fonds”-leningen. Er werd elk jaar gemiddeld voor 5.3 miljoen euro nieuwe “verloren fonds”-leningen toegekend, en er werd jaarlijks een bedrag van 5.7 miljoen euro “verloren fonds”-leningen afgeschreven. De brouwerijen hadden zich borg gesteld voor een totaal van 3.5 miljoen euro en kenden voor 600.000 euro nieuwe borgstellingen toe; de verliezen door borgstellingen bedroegen 272.000 euro per jaar.

Tabel 11. Financiële ondersteuning

<i>Omschrijving</i>	Totaal uitstaand	Nieuw toegekend per jaar	Jaarlijkse kosten/verlies
Leningen	€ 8.982.636	€ 2.321.945	€ 1.451.442
Verloren fonds	€ 17.120.885	€ 5.309.619	€ 5.687.685
Borgstellingen	€ 3.527.050	€ 600.000	€ 272.273
<i>Totaal</i>	<i>€ 29.630.570</i>	<i>€ 8.231.564</i>	<i>€ 7.411.401</i>

Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

3.2.2.2. Commerciële investeringen

Horecazaken in deze categorie ontvangen naast financiële ondersteuning vaak ook materiële steun. Het gaat om ongeveer 1 miljoen euro aan bruikleen van materiaal voor professioneel gebruik zoals tapinstallaties en koelkasten en 1.7 miljoen euro aan kosten voor de inrichting zoals de toog, meubilair, windschermen, enzovoort. De kosten voor het onderhoud van de debietinstallatie ten laste van de brouwer bedroegen 135.000 euro en er werd 27.000 euro uitgegeven aan opleidingen aan uitbaters. In totaal gaat het dus om bijna 3 miljoen euro aan commerciële investeringen aan horecazaken in deze categorie.

Tabel 12. Commerciële investeringen in zaken met financiële steun

<i>Omschrijving</i>	<i>Bedrag</i>
Nieuw materiaal bruikleen	€ 1.064.885
Kosten inrichting	€ 1.718.091
Onderhoud debiet	€ 135.385
Opleidingen	€ 27.524
<i>Totaal</i>	<i>€ 2.945.885</i>

Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

3.2.3. Andere zaken

De brouwerijen leveren aan ongeveer 13.000 zaken die van de brouwerij geen financiële ondersteuning krijgen, maar eventueel wel materiële (commerciële) steun. In totaal ontvangen deze zaken jaarlijks voor 2.2 miljoen euro nieuw materiaal in bruikleen, zoals tapinstallaties en koelkasten. Brouwerijen staan ook in voor meer dan 1.2 miljoen euro aan kosten voor de inrichting zoals de toog, meubilair, windschermen, enzovoort. De kosten voor het onderhoud van de debietinstallatie ten laste van de brouwer bedroegen meer dan 700.000 euro, en er werd 44.000 euro uitgegeven aan opleidingen aan uitbaters. Het gaat hier in totaal om bijna 2 miljoen euro aan directe investeringen en nog eens 2.2 miljoen euro aan bruikleen; de totale uitgaven bedragen dus 4.2 miljoen euro per jaar.

Tabel 13. Commerciële investeringen in andere zaken

<i>Omschrijving</i>	<i>Bedrag</i>
Nieuw materiaal bruikleen	€ 2.240.677
Kosten inrichting	€ 1.204.754
Onderhoud debiet	€ 735.520
Opleidingen	€ 43.660
<i>Totaal</i>	<i>€ 4.224.611</i>

Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

3.2.4. Synthese

Om de totale omvang van de investeringen vanwege de zeven brouwerijen in de Belgische horeca te ramen, is het nodig om de steun aan de verschillende categorieën van horecazaken samen te tellen. We maken hiervoor een onderscheid tussen drie soorten steun vanwege de brouwerijen:

- (1) “engagementen” zoals leningen of borgstellingen;
- (2) “recupereerbare” investeringen, zoals het renoveren van een pand dat eigendom is van de brouwerij;
- (3) “niet-recupereerbare” kosten, zoals de verliezen op achterstallige huur of de verliezen op borgstellingen, of ook nog het voorzien van opleidingen en het onderhoud van de debietinstallatie.

3.2.4.1. Engagements

De eerste groep, “engagementen”, omvat de leningen, de verloren fonds-leningen, de borgstellingen en het totaalbedrag van materiaal dat in bruikleen gegeven werd (Tabel 14).

- Het totaalbedrag van een *lening* die door de brouwerij aan een horeca-uitbater gegeven wordt, is geen zuivere kost voor de brouwerij, maar is niettemin een investering van kapitaal dat de brouwerij voor andere projecten had kunnen gebruiken.
- *Verloren fonds-leningen* plaatsen we in dezelfde groep aangezien deze vaak officieel als een lening beschouwd worden, zelfs al is het de bedoeling dat de lening gradueel wordt kwijtgescholden. Technisch gezien is enkel het bedrag dat jaarlijks kwijtgescholden (afgeschreven) wordt een kost voor de brouwerij; maar het totaal uitstaande bedrag geeft, net als bij leningen, een indicatie van de financiële inspanning vanwege de brouwerij.
- Een gelijkaardige logica geldt voor de *borgstellingen*. Enkel wanneer een horeca-uitbater een lening niet kan terugbetalen, leidt een borgstelling tot een kost voor de brouwerij. Maar de omvang van de borgstellingen geeft een indicatie van de hoeveelheid financieel risico die de brouwerij bereid is op zich te nemen ten voordele van de horeca.
- Tot slot plaatsen we ook de totale waarde van alle *materiaal dat in bruikleen gegeven werd* in deze categorie.

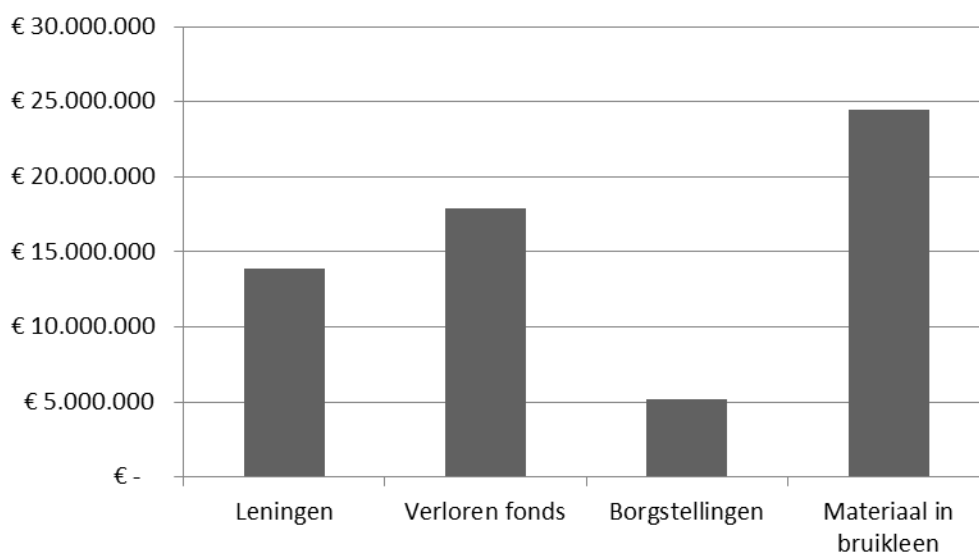
Tabel 14. Engagements vanwege de brouwerijen

<i>Omschrijving</i>	Totaal uitstaand	Nieuw toegekend per jaar
Leningen	€ 13.863.153	€ 2.662.700
Verloren fonds	€ 17.920.437	€ 5.569.352
Borgstellingen	€ 5.197.708	€ 750.000
Materiaal in bruikleen	€ 24.485.274	€ 4.312.201
<i>Totaal</i>	<i>€ 61.466.572</i>	<i>€ 13.294.253</i>

Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

De totale uitstaande bedragen per component worden weergegeven in Figuur 11. Samengeteld over alle horecazaken hebben brouwerijen ongeveer 14 miljoen euro aan uitstaande leningen, 18 miljoen euro aan uitstaande verloren fondsenleningen, 5 miljoen euro aan borgstellingen en 24.5 miljoen euro aan materiaal in bruikleen. Wanneer we de engagementen samentellen komen we aan een totaal uitstaand bedrag van 61 miljoen euro, of bijna 3.300 euro per zaak.

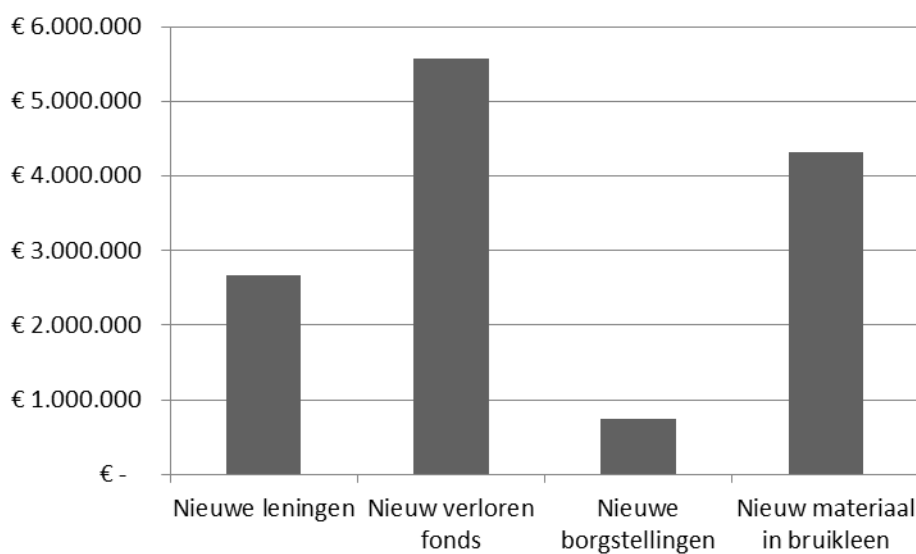
Figuur 11. Engagements van de brouwerijen



Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

Na deze bedragen over de “stock” van engagementen toont Figuur 12 de “flow” van nieuwe engagementen op jaarbasis: 2.7 miljoen euro aan nieuwe leningen, 5.5 miljoen euro aan nieuwe verloren fondsenleningen, 750.000 euro aan nieuwe borgstellingen en 4.3 miljoen aan nieuw materiaal dat in bruikleen gegeven werd.

Figuur 12. Nieuwe engagementen



Noot: Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

Tabel 15 geeft een gedetailleerd overzicht van de nieuwe engagementen per categorie horecazaak. Daarnaast werden de bedragen ook uitgedrukt per horecazaak en als percentage van de pilsomzet.

Tabel 15. Nieuwe engagements

<i>Nieuwe engagements</i>	Huurzaken	Zaken met financiële steun	Andere zaken	<i>Totaal</i>
Leningen	€ 340.755	€ 2.321.945		€ 2.662.700
Verloren fonds	€ 259.732	€ 5.309.619		€ 5.569.352
Borgstellingen	€ 150.000	€ 600.000		€ 750.000
Materiaal in bruikleen	€ 1.006.640	€ 1.064.885	€ 2.240.677	€ 4.312.201
<i>Totaal</i>	€ 1.757.127	€ 9.296.449	€ 2.240.677	€ 13.294.253

<i>Nieuwe engagements per horecazaak</i>	Huurzaken	Zaken met financiële steun	Andere zaken	<i>Totaal</i>
Leningen	€ 136	€ 758	-	€ 142
Verloren fonds	€ 104	€ 1.734	-	€ 297
Borgstellingen	€ 60	€ 196	-	€ 40
Materiaal in bruikleen	€ 402	€ 348	€ 170	€ 230
<i>Totaal</i>	€ 701	€ 3.036	€ 170	€ 709
<i>Aantal horecazaken</i>	2.506	3.062	13.183	18.751

<i>Nieuwe engagements als % van pilsomzet</i>	Huurzaken	Zaken met financiële steun	Andere zaken	<i>Totaal</i>
Leningen	1%	11%	0%	3%
Verloren fonds	1%	26%	0%	7%
Borgstellingen	1%	3%	0%	1%
Materiaal in bruikleen	4%	5%	5%	5%
<i>Totaal</i>	7%	46%	5%	16%

Noot: zie paragraaf 3.1.4 voor een omschrijving van de drie categorieën. Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

3.2.4.2. Recupereerbare investeringen

De tweede groep steunmaatregelen zijn de “recupereerbare” investeringen door de brouwerijen. We bedoelen hiermee investeringen die geen zuivere kost zijn voor de brouwerij, omdat ze de waarde van het patrimonium van de brouwerij verhogen, zoals onderhoud en verbouwingen aan eigendommen. Deze werden al samengevat in Tabel 7. De netto jaarlijkse investeringen bedragen 8.8 miljoen euro per jaar. Uitgedrukt per horecazaak in deze categorie komt dit neer op meer

dan 3.500 euro per huurzaak per jaar, of 37% van de pilsomzet in deze categorie.⁹

3.2.4.3. Niet-recupereerbare kosten

De derde soort steun – niet-recupereerbare kosten – wordt samengevat in Tabel 16 en Figuur 13. De hoogste uitgaven gebeuren voor de huurzaken (12.9 miljoen euro) gevolgd door de niet-huurzaken die financiële ondersteuning krijgen (9.3 miljoen euro). De uitgaven voor andere horecazaken bedragen 2 miljoen euro.

Behalve de commerciële investeringen omvatten de niet-recupereerbare kosten ook de verliezen op leningen en borgstellingen, de afschrijvingen van verloren fonds-leningen, de huursubsidie en het huurverlies (d.w.z. verloren huuropbrengsten ten gevolge van leegstand of niet-inbare achterstallen en daaraan verwante kosten).

Tabel 16 drukt deze niet-recupereerbare kosten ook uit als een bedrag per horecazaak en als percentage van de pilsomzet.

De totale niet-recupereerbare kosten per huurzaak bedragen meer dan 5.100 euro op jaarbasis. Het gaat hier om gemiddeld bijna 2.300 euro huurverlies per zaak per jaar en nog eens 1.000 euro huursubsidie. Per huurzaak wordt ook jaarlijks voor 1.000 euro aan leningen en verloren fonds afgeschreven. De commerciële investeringen per huurzaak bedragen 762 euro, een gemiddelde dat hoger ligt dan het cijfer voor zaken met financiële steun of andere zaken.

Niet-huurzaken die financiële steun krijgen, kosten de brouwerijen gemiddeld minder dan de huurzaken wat de niet-recupereerbare kosten betreft. Het bedrag aan niet-recupereerbare kosten uitgedrukt per zaak bedraagt in deze categorie ongeveer 3.000 euro, waarvan 1.900 euro aan afschrijvingen van leningen en borgstellingen, 560 euro aan afschrijven voor “verloren fonds”, en meer dan 600 euro aan commerciële investeringen per jaar.

De overige horecazaken krijgen uitsluitend commerciële steun van de brouwerijen; het gaat hier gemiddeld om ongeveer 150 euro per jaar per zaak.

Een alternatieve manier om de omvang van de steun aan de verschillende categorieën in beeld te brengen, is door deze te vergelijken met de pilsomzet (na kortingen) voor elke categorie. Aangezien we hier enkel kijken naar de omzet uit pils is er een onderschatting van de werkelijke omzet per categorie, waardoor de steun als percentage van de totale omzet overschat wordt. Niettemin geeft dit

⁹ Bij deze berekening gaan we ervan uit dat er geen verschil is tussen eigendommen en hoofdhuren. Omwille van de vertrouwelijkheid van de bedrijfsspecifieke gegevens is het niet mogelijk om deze cijfers verder op te splitsen naar bedragen per eigendom en per hoofdhuur.

overzicht opnieuw een indicatie van de relatieve omvang van de steunmaatregelen aan de verschillende categorieën. De niet-recupereerbare kosten bedragen 54% van de pilsomzet voor de huurzaken, 46% van de pilsomzet voor de niet-huurzaken met financiële steun, en 5% van de pilsomzet voor andere zaken. Over alle zaken samen genomen bedragen de niet-recupereerbare kosten 28% van de pilsomzet.

Tabel 16. Niet-recupereerbare kosten

<i>Niet-recupereerbare kosten</i>	Huurzaken	Zaken met financiële steun	Andere zaken	<i>Totaal</i>
Commerciële investeringen	€ 1.910.352	€ 1.881.000	€ 1.983.934	€ 5.775.286
Verliezen op borg en leningen	€ 2.567.314	€ 1.723.716	-	€ 4.291.030
Afschrijving verloren fonds	€ 262.141	€ 5.687.685	-	€ 5.949.826
Huursubsidie	€ 2.449.403	-	-	€ 2.449.403
Huurverlies (leegstand, wanbetaling en andere kosten)	€ 5.676.075	-	-	€ 5.676.075
<i>Totaal</i>	€ 12.865.284	€ 9.292.401	€ 1.983.934	€ 24.141.619

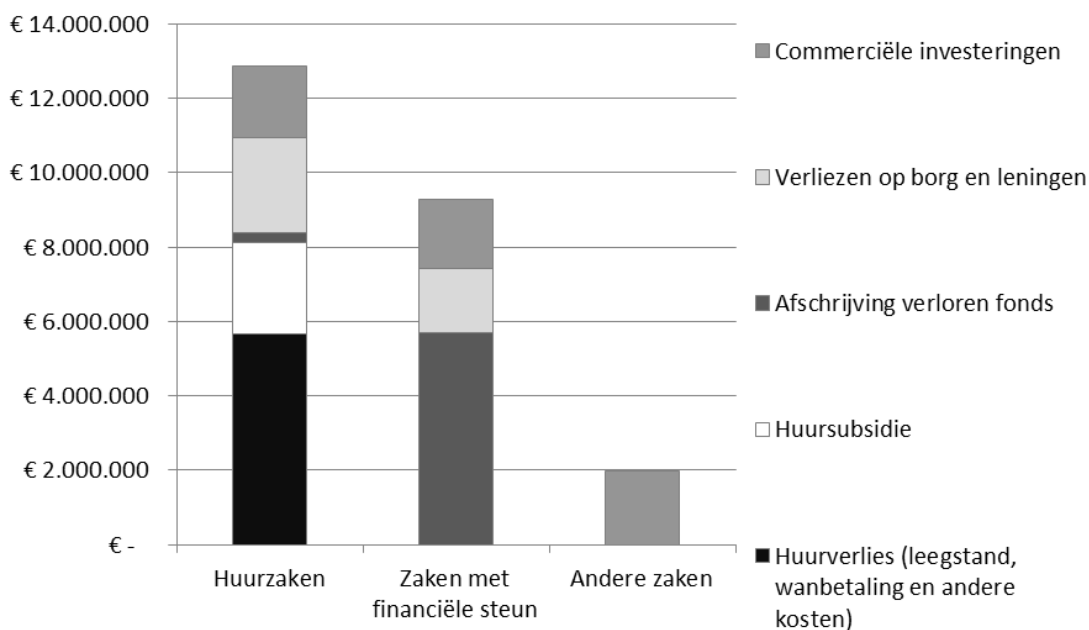
<i>Niet-recupereerbare kosten per zaak</i>	Huurzaken	Zaken met financiële steun	Andere zaken	<i>Totaal</i>
Commerciële investeringen	€ 762	€ 614	€ 150	€ 308
Verliezen op borg en leningen	€ 1.024	€ 563	-	€ 229
Afschrijving verloren fonds	€ 105	€ 1.857	-	€ 317
Huursubsidie	€ 977	-	-	€ 131
Huurverlies (leegstand, wanbetaling etc.)	€ 2.265	-	-	€ 303
<i>Totaal</i>	€ 5.133	€ 3.034	€ 150	€ 1.287
Aantal horecazaken	2.506	3.062	13.183	18.751

<i>Niet-recupereerbare kosten als % van pilsomzet</i>	Huurzaken	Zaken met financiële steun	Andere zaken	<i>Totaal</i>
Commerciële investeringen	8%	9%	5%	7%
Verliezen op borg en leningen	11%	8%	0%	5%
Afschrijving verloren fonds	1%	28%	0%	7%
Huursubsidie	10%	0%	0%	3%
Huurverlies (leegstand, wanbetaling etc.)	24%	0%	0%	7%
<i>Totaal</i>	<i>54%</i>	<i>46%</i>	<i>5%</i>	<i>28%</i>

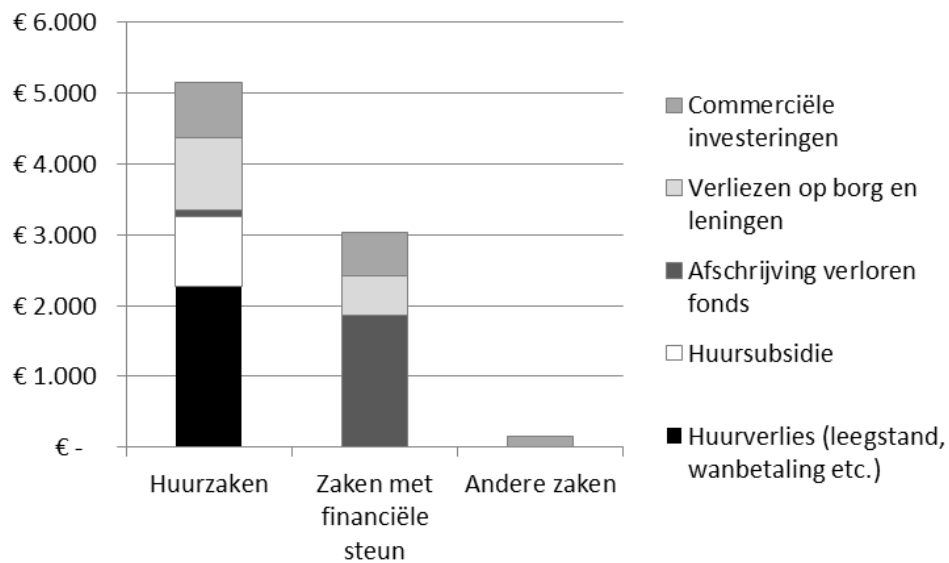
Noot: zie paragraaf 3.1.4 voor een omschrijving van de drie categorieën. Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

Figuur 13. Niet-recupereerbare kosten

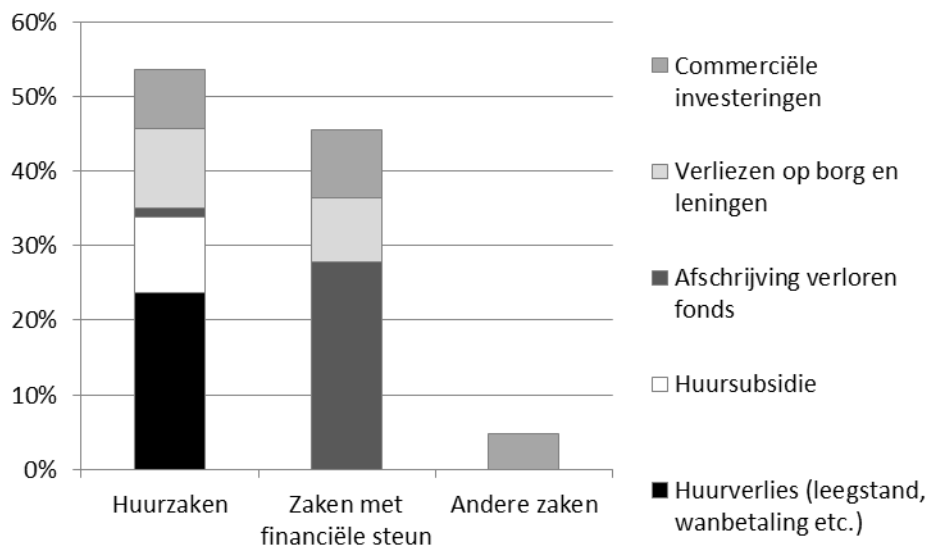
a. Niet-recupereerbare kosten, totaal



b. Niet-recupereerbare kosten per horecazaak



c. Niet-recupereerbare kosten als % van de pilsomzet



Noot: zie paragraaf 3.1.4 voor een omschrijving van de drie categorieën. Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

3.2.4.4. Totale investeringen

Tabel 17 groepeerde de drie soorten investeringen – de nieuwe engagementen, de recupereerbare investeringen en de niet-recupereerbare. We kijken hiervoor naar de “nieuwe engagementen” (nieuwe leningen, nieuwe verloren fonds-leningen enzovoort) per zaak op jaarbasis. Deze informatie wordt ook weergegeven in Figuur 14.

Hoewel het hier gaat om investeringen van verschillende aard, die dus niet zomaar opgeteld kunnen worden, geeft Tabel 17 niettemin een indicatie van de omvang van de inspanningen die de brouwerijen leveren voor huurzaken, zaken met financiële steun en de andere zaken. Hierbij wordt duidelijk dat de totale inspanning vanwege de brouwerijen grootst is voor de huurzaken, gevolgd door de zaken die financiële steun ontvangen.

Per jaar investeren de brouwerijen onder verschillende vormen gemiddeld 46 miljoen euro in de horeca, waarvan 24 miljoen euro niet-recupereerbare kosten, bijna 9 miljoen euro recupereerbare investeringen, en 13 miljoen euro aan nieuwe engagementen. Ongeveer 23 miljoen euro wordt geïnvesteerd in huurzaken, bijna 19 miljoen euro in zaken met financiële steun, en 4 miljoen euro in andere zaken.

Uitgedrukt per horecazaak ontvangen huurzaken de grootste investering (meer dan 9.300 euro per jaar), gevolgd door zaken met financiële steun (6.070 euro per jaar). Bij andere zaken is de investering per horecazaak gevoelig lager (320 euro per jaar).

Tabel 17. Totale investeringen: overzicht

<i>Totale investering</i>	Huurzaken	Zaken met financiële steun	Andere zaken	<i>Totaal</i>
Nieuwe engagementen	€ 1.757.127	€ 9.296.449	€ 2.240.677	€ 13.294.253
Recupereerbaar	€ 8.837.244	-	-	€ 8.837.244
Niet-recupereerbaar	€ 12.865.284	€ 9.292.401	€ 1.983.934	€ 24.141.619
<i>Totaal</i>	€ 23.459.656	€ 18.588.850	€ 4.224.611	€ 46.273.117

<i>Totale investering per zaak</i>	Huurzaken	Zaken met financiële steun	Andere zaken	<i>Totaal</i>
Nieuwe engagementen	€ 701	€ 3.036	€ 170	€ 709
Recupereerbaar	€ 3.526	-	-	€ 471
Niet-recupereerbaar	€ 5.133	€ 3.034	€ 150	€ 1.287
<i>Totaal</i>	€ 9.360	€ 6.070	€ 320	€ 2.468
Aantal horecazaken	2.506	3.062	13.183	18.751

<i>Totale investering als % van pilsomzet</i>	Huurzaken	Zaken met financiële steun	Andere zaken	<i>Totaal</i>
Nieuwe engagementen	7%	46%	5%	16%
Recupereerbaar	37%	-	-	10%
Niet-recupereerbaar	54%	46%	5%	28%
<i>Totaal</i>	<i>98%</i>	<i>91%</i>	<i>10%</i>	<i>54%</i>

Noot: zie paragraaf 3.1.4 voor een omschrijving van de drie categorieën. Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

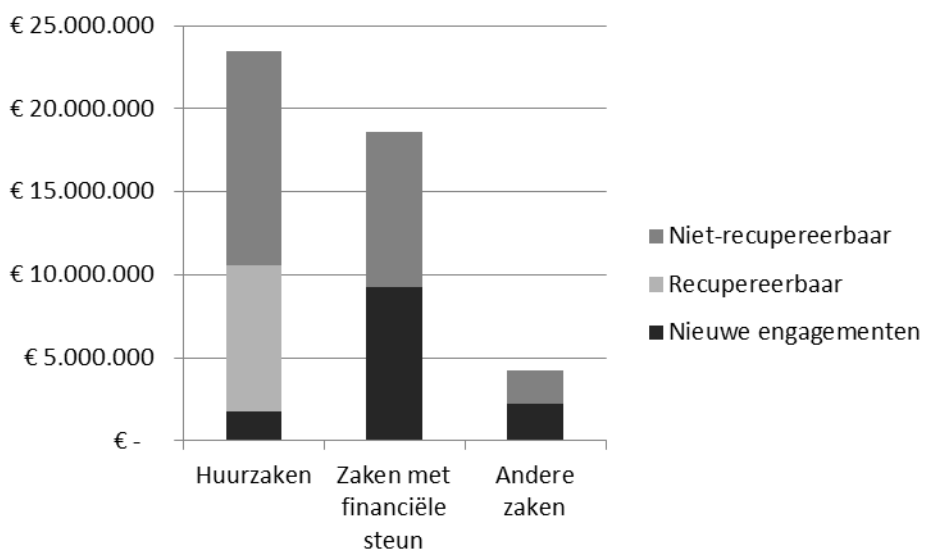
Wanneer we de totale investering uitdrukken als percentage van de pilsomzet wordt duidelijk hoe omvangrijk de totale investering is voor huurzaken en zaken met financiële steun. De som van nieuwe engagementen, recupereerbare investeringen en niet-recupereerbare kosten bedraagt 98% van de pilsomzet bij huurzaken en 91% bij de zaken met financiële steun. Bij andere zaken bedraagt dit 10%.

Deze cijfers mogen niet geïnterpreteerd worden alsof brouwerijen netto amper winst zouden maken uit huurzaken en zaken met financiële steun. Ten eerste is de pilsomzet niet gelijk aan de totale omzet per horecazaak die de brouwer ontvangt, aangezien brouwerijen vaak ook frisdrank, koffie enz. verkopen. Ten tweede omvat dit totaalcijfer verschillende soorten investeringen. Recupereerbare investeringen zijn bijvoorbeeld geen zuivere uitgave aangezien ze de waarde van het vastgoedpatrimonium van de brouwerij verhogen, terwijl nieuwe engagementen ook nieuwe leningen en borgstellingen omvatten, die enkel een kost voor de brouwerij vormen bij wanbetaling.

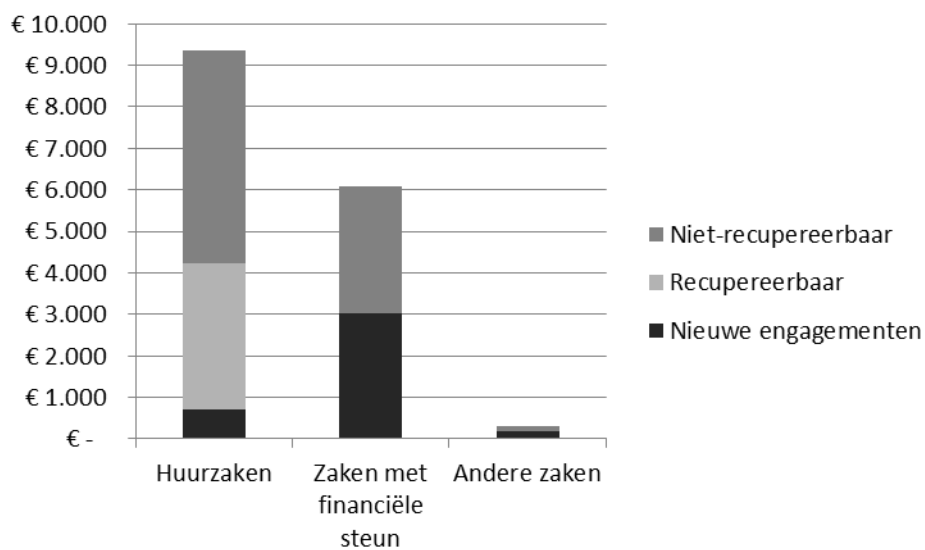
Niettemin tonen deze cijfers aan dat de totale financiële inspanning door brouwerijen in het kader van brouwerijcontracten met huurzaken en zaken met financiële steun aanzienlijk is.

Figuur 14. Totale steun: overzicht

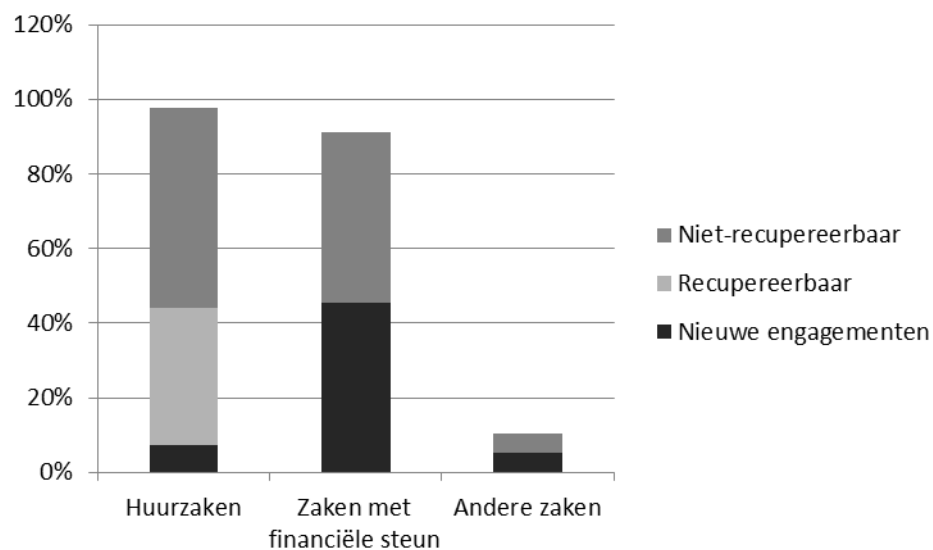
a. Totale steun



b. Totale steun per horecazaak



c. Totale steun als % van pilsomzet



Noot: zie paragraaf 3.1.4 voor een omschrijving van de drie categorieën. Gegevens zijn op jaarbasis en gebaseerd op het gemiddelde over de periode 2010-2012.

Conclusie

In de media zijn vaak kritische geluiden te horen over de rol van brouwerijcontracten in de Belgische horeca. Zoals deze studie aantoon, is het echter belangrijk hierbij de nodige nuance aan te brengen.

(1) Brouwerijcontracten hebben een economische logica, aangezien ze ontwikkeld zijn om de problemen van horeca-uitbaters op vlak van kredietverstrekking en vastgoed op te lossen.

Horeca-uitbaters hebben het vaak moeilijk om kredieten te krijgen van financiële instellingen. Bovendien zijn eigenaars vaak weigerachtig om te verhuren aan een horeca-uitbater, gezien het risico op wanbetaling en huurachterstand.

Gezien deze obstakels op vlak van kredietverlening en op de vastgoedmarkt zijn horeca-uitbaters zonder aanzienlijke eigen middelen vaak aangewezen op de brouwerij voor kredietverlening of voor het vinden van een geschikt pand.

Brouwerijcontracten stellen deze horeca-uitbaters met minder eigen middelen in staat om een horecazaak uit te baten door kredietverstrekking via de brouwerij en/of door een pand van de brouwerij te gebruiken.

(2) De brouwerijcontracten gaan gepaard met aanzienlijke investeringen vanwege de pilsbrouwerijen in de Belgische horeca.

De zeven kleine tot middelgrote pilsbrouwerijen in deze studie investeren aanzienlijke bedragen in de Belgische horeca in het kader van de brouwerijcontracten.

De “recupereerbare” investeringen – het aankopen, bouwen, verbouwen of onderhouden van horeca-vastgoed – bedragen voor de zeven brouwerijen jaarlijks netto 8.8 miljoen euro per jaar, of meer dan 3.500 euro per huurzaak (eigendom en hoofdhuur) per jaar.

De totale uitstaande “engagementen” zoals leningen, borgstellingen en materiaal in bruikleen bedragen ongeveer 61 miljoen euro, of gemiddeld ongeveer 3.300 euro per zaak. Hieronder rekenen we 14 miljoen euro aan uitstaande leningen, 18 miljoen euro aan uitstaande “verloren fonds”-leningen, 5 miljoen euro aan borgstellingen en 24.5 miljoen euro aan materiaal in bruikleen. Per jaar kennen de brouwerijen gemiddeld 2.7 miljoen euro aan nieuwe leningen toe, 5.5 miljoen euro aan nieuwe verloren fonds-leningen, 750.000 euro aan nieuwe borgstellingen en 4.3 miljoen euro aan nieuw materiaal dat in bruikleen gegeven werd.

De “niet-recupereerbare” kosten voor de zeven brouwerijen bedragen op jaarbasis meer dan 24 miljoen euro, of bijna 1.300 euro per horecazaak per jaar. Het gaat hier om 5.8 miljoen euro aan commerciële investeringen (zoals kosten voor de inrichting, onderhoud van het debiet, opleidingen), 4.3 miljoen euro aan verliezen op borgstellingen en leningen, 5.9 miljoen euro aan afschrijvingen van verloren fonds-leningen, naar schatting 2.4 miljoen euro aan kosten wegens het (door)verhuren van horeca-panden aan huurprijzen die lager liggen dan de marktwaarde, en 5.7 miljoen euro aan huurverliezen (leegstand, wanbetaling en andere kosten).

De investeringen vanwege de zeven pilsbrouwerijen zijn vooral geconcentreerd in de zaken waarvoor de sterkste binding geldt. Het gaat hierbij vooral om huurzaken, gevolgd door zaken die financiële steun ontvangen, en dit zowel in termen van de gemiddelde uitgaven per horecazaak als in termen van de uitgaven als percentage van de (pils)omzet.

Uitgedrukt per horecazaak ontvangen huurzaken de grootste investering (meer dan 9.300 euro per jaar), gevolgd door zaken met financiële steun (6.070 euro per jaar). Bij andere zaken is de investering per horecazaak gevoelig lager (320 euro per jaar). De som van nieuwe engagementen, recupereerbare investeringen en niet-recupereerbare kosten bedraagt 98% van de pilsomzet bij huurzaken en 91% bij de zaken met financiële steun. Bij andere zaken bedraagt dit 10%.

Deze cijfers moeten voorzichtig geïnterpreteerd worden. Ten eerste is de pilsomzet niet gelijk aan de totale omzet per horecazaak die de brouwer ontvangt, aangezien brouwerijen vaak ook frisdrank, koffie enz. verkopen. Ten tweede omvat dit totaalcijfer verschillende soorten investeringen. Recupereerbare investeringen zijn bijvoorbeeld geen zuivere uitgave aangezien ze de waarde van het vastgoedpatrimonium van de brouwerij verhogen, terwijl nieuwe engagementen ook nieuwe leningen en borgstellingen omvatten, die enkel een kost voor de brouwerij vormen bij wanbetaling.

Niettemin tonen deze cijfers aan dat de totale financiële inspanning door brouwerijen in het kader van brouwerijcontracten met huurzaken en zaken met financiële steun aanzienlijk is.

(3) De brouwerijcontracten hebben, in het huidige juridische kader, allicht een gunstige invloed op de mededinging in de sector.

Voor brouwerijen hebben de contracten als voordeel dat ze een voorspelbare en stabiele afzetmarkt mogelijk maken. Deze vaste afzet via brouwerijcontracten is het meest van belang voor kleinere spelers die niet over grote marketingbudgetten beschikken en niet in staat zijn om op vlak

van marketing te concurreren met de marktleider(s). Verplichte cafés vormen voor kleinere brouwerijen dus een alternatief voor grote marketingbudgetten.

Een potentieel risico van brouwerijcontracten is dat een brouwerij met een dominante marktpositie via brouwerijcontracten alle goede locaties inpalmt en alle belangrijke horecazaken aan zich bindt. Deze dominante speler zou het zo onmogelijk maken voor concurrerende brouwerijen om marktaandeel te verwerven, en zou bovendien monopolieprijzen kunnen opleggen aan de uitbaters. Om zulk misbruik te vermijden zijn brouwerijcontracten onderworpen aan Europese regelgeving, die het gebruik van brouwerijcontracten door dominante spelers beperkt.

Gegeven dit reglementair kader zijn er redenen om aan te nemen dat de brouwerijcontracten een gunstige impact hebben op de mededinging. De brouwerijcontracten zijn namelijk kwantitatief belangrijk voor de zeven pilsbrouwerijen in onze studie, en relatief gezien geldt dit sterker voor kleinere brouwerijen. Voor de zeven pilsbrouwerijen is pils de belangrijkste component van het zakencijfer, goed voor 62% van de totale omzet, en meer dan twee derde van de totale bieromzet en het totale biervolume. Deze pils wordt hoofdzakelijk verkocht via de horeca en drankenhandelaren (62% van het verkochte volume). Bovendien is dit verkoopkanaal gemiddeld belangrijker voor de kleinere brouwerijen.

Binnen dit verkoopkanaal kunnen we opnieuw een onderscheid maken tussen de verkoop via huurzaken en zaken met financiële steun enerzijds, en andere zaken anderzijds. Huurzaken en zaken met financiële steun hebben typisch de strengste exclusiviteits- en afnameverplichtingen. Hoewel deze zaken minder dan een derde (29%) van alle horecazaken van de zeven pilsbrouwers uitmaken, zijn ze verantwoordelijk voor bijna de helft (49%) van de pilsverkoop. Bovendien zijn deze belangrijker voor kleinere brouwerijen.

Samenvattend blijkt dus dat pilsverkoop via de horeca, en in het bijzonder via huurzaken en zaken met financiële steun, een belangrijk kanaal vormt voor de brouwerijen, en in het bijzonder voor de kleinere brouwerijen. Deze kleinere brouwerijen kunnen dankzij de brouwerijcontracten toch nog een zeker volume behalen. Het lijkt dan ook waarschijnlijk dat de contracten voor deze kleinere spelers een manier vormen om stand te houden tegenover de marketingbudgetten van grotere spelers. Zonder brouwerijcontracten lijkt het aannemelijk dat kleinere brouwerijen moeite zouden hebben een afzet te halen die hen toelaat op een efficiënte schaal te produceren. Gezien het grote belang van pils in het zakencijfer van deze brouwerijen zouden veel kleinere pilsbrouwerijen zonder brouwerijcontracten allicht niet leefbaar zijn.

(4) Deze factoren suggereren dat de afschaffing of drastische inperking van brouwerijcontracten eerder negatieve dan positieve gevolgen kan hebben voor de Belgische horeca. Recente ervaringen uit het buitenland zijn consistent met deze conclusie.

De voorgaande argumenten suggereren dat een inperking of afschaffing van de brouwerijcontracten negatieve gevolgen kan hebben voor de Belgische horeca.

Ten eerste zou zo'n maatregel de economische logica van de brouwerijcontracten ondergraven. Door brouwerijcontracten in te perken, zou men immers verhinderen dat deze contracten hun rol vervullen bij het oplossen van de problemen die horeca-uitbaters ondervinden inzake kredietverstrekking en vastgoed.

Ten tweede zou een inperking of afschaffing ervoor zorgen dat investeringen vanwege de pilsbrouwerijen in de Belgische horeca niet langer rendabel zijn, waardoor het volume van deze investeringen zou worden teruggeschroefd.

Ten derde lijkt het aannemelijk dat een inperking van brouwerijcontracten zou leiden tot een daling van het marktaandeel van de kleinere pilsbrouwerijen, mogelijks tot op het punt waar deze niet langer leefbaar zouden zijn. De overgebleven kleinere spelers zouden het moeilijker vinden om een aanvaardbare opbrengst te krijgen op hun investeringen in de horeca, zodat het aannemelijk is dat de totale investeringen vanwege de pilsbrouwerijen in de horeca zouden afnemen.

Ten vierde toont de gedwongen verkoop van huurzaken door brouwerijen in het Verenigd Koninkrijk dat zulke maatregelen nadelig kunnen zijn voor alle betrokken partijen. Brouwerijen werden gedwongen om duizenden zaken af te stoten. Er werd gehoopt dat deze maatregel zou leiden tot meer vrije zaken en meer competitie tussen brouwerijen. In werkelijkheid vonden brouwerijen het niet winstgevend om deze zaken als vrije zaak uit te baten. Maar gezien de kredietbeperkingen waarmee uitbaters te maken hebben, konden zij niet profiteren van de gedwongen verkoop om een eigen zaak te verwerven. Er ontstond een nieuwe organisatievorm, bekend als de "pub company" of "pubco", waarbij investeerders het horecavastgoed van brouwerijen kochten en als vastgoedinvestering beheerden. Ongeveer de helft van de Britse horecazaken is momenteel in handen van pubco's. Waar men hoopte dat de gedwongen verkoop zou leiden tot lagere prijzen, bleek dat de prijzen stegen. Het lijkt er ook op dat kleinere brouwerijen, die zich sterk verzet hadden tegen de maatregel, marktaandeel verloren in de volgende jaren.

Wanneer we deze elementen samenbrengen, lijkt het aannemelijk dat een inperking van de brouwerijcontracten paradoxale effecten zou hebben. Op

korte termijn zouden horeca-uitbaters moeilijkheden ondervinden om financiering of horeca-vastgoed te vinden. Op langere termijn zou een inperking van brouwerijcontracten kunnen leiden tot het ontstaan van “pubco’s” zoals in het Verenigd Koninkrijk. Gezien deze pubco’s minstens even omstreden zijn als de brouwerijcontracten destijds, moet men behoed zijn voor dergelijke ontwikkelingen die de situatie van de Belgische horeca mogelijks eerder zouden verslechteren.

Referenties

Atsma, K. (2003) "European Commission opens up Interbrew's Belgian horeca outlets to competing brands," Antitrust Competition Policy Newsletter, Summer 2003, nr. 2, pp. 58-59.

Cofinimmo (2008), "Jaarverslag 2007," online: www.cofinimmo.com [24/09/2013]

Euromonitor (2012) "Beer in Belgium", Euromonitor International, April 2012.

Gottfried, G. en R. Muir (2011) "Tied Down: The Beer Tie and its Impact on Britain's Pubs," Institute for Public Policy Research.

Graydon (2012) "Jaarrapport 2012: Evoluties in het Belgische bedrijvenlandschap", online: www.graydon.be [24/09/2013]

Hinderyckx, A. en J. Kamoen (2008) *Artikel 81 EG-Verdrag: Toepassing op Brouwerijcontracten*, Story Publishers, Gent.

Horeca Vlaanderen (2012) "Checklist Brouwerijcontracten", online: <http://www.fedhorecavlaanderen.be/pagina/55/> [24/09/2013]

Moortgat, M. (2010) "Brouwerijcontracten", onuitgegeven masterproef, Faculteit Rechten, KU Leuven.

Persyn, D., J. Swinnen en S. Vanormelingen (2011) "Belgian Beers: Where History Meets Globalization," in: J. Swinnen (ed.), *The Economics of Beer*, Oxford University Press.

Pleijster, F., P. van der Zeijden, A. Ruis en M. Overweel (2011), "Rendement en Relatie: Een onderzoek naar rendementsverklarende factoren voor drankverstreckende bedrijven in de horeca," EIM.

Slade, M. (1998) "Beer and the Tie: Did Divestiture of Brewer-Owned Public Houses Lead to Higher Beer Prices?" *Economic Journal* 108, pp. 1-38.

Slade, M. (2011) "Competition Policy towards Brewing: Rational Response to Market Power or Unwarranted Interference in Efficient Markets?", in: J. Swinnen (ed.), *The Economics of Beer*, Oxford University Press.

Tuyschaever, F. (2010) "Het vernieuwd regime voor verticale overeenkomsten in het mededingingsrecht", *Cahier van de Jurist* 3/2010, pp. 57-66.

Van Passel, S. en E. Wauters (2009) "Vertical agreements: An empirical price analysis of beer," paper gepresenteerd op de Beeronomics conferentie in Leuven, 27-30 mei 2009.

Vanderzeijden, P. en F. Pleijster (2012) "Overstapgedrag in de horecabiermarkt en motieven om dat wel of niet te doen," EIM.

Appendix. Berekening van de huursubsidie op eigendommen

Voor het berekenen van de huursubsidie op eigendommen is het nodig om een inschatting te maken van de “marktwaarde” van de huur – de huuropbrengst die de brouwerij zou kunnen ontvangen wanneer ze het pand aan de hoogstbiedende zou verhuren voor eender welke bestemming. Een horecazaak kan immers relatief eenvoudig omgevormd worden tot een andere handelszaak of tot woonhuis. Wanneer brouwerijen een pand als horecazaak verhuren tegen een huurprijs die lager ligt dan de best mogelijke huurprijs, is er sprake van een feitelijke ‘huursubsidie’ vanwege de brouwerijen.

De berekening van deze ‘huursubsidie’ is echter niet eenvoudig, aangezien de alternatieve huurwaarde van een pand niet duidelijk vast te stellen is. We hanteren daarom verschillende methodes (Tabel 18).

Tabel 18. Berekening van de ‘huursubsidie’

<i>Methode</i>	<i>Bedrag</i>	<i>% korting</i>	<i>Per zaak per maand</i>
Raming brouwers	€ 2.186.361	4.7%	€ 73
Extrapolatie hoofdhuur	€ -918.302	-2.1%	€ -31
6.3% rendement , waardering brouwers	€ 2.449.403	5.3%	€ 81
6.3% rendement, Cofinimmo-waardering	€ 9.084.114	17.1%	€ 302
6.3% rendement, alternatieve waardering	€ 6.408.702	12.7%	€ 213
<i>Schatting die hier gebruikt werd:</i>	<i>€ 2.449.403</i>	<i>5.3%</i>	<i>€ 81</i>

Een eerste methode vraagt brouwerijen om zelf een inschatting te maken van de huursubsidie. Op basis van deze inschatting krijgen we een raming van 2.2 miljoen euro aan huursubsidie voor hoofdhuren en eigendommen samen.¹⁰ Dit zou neerkomen op een gemiddelde subsidie ten belope van 4.7% ten opzichte van de marktwaarde van de huur, of € 73 per maand per zaak. Brouwerijen beschikken echter niet noodzakelijk over de juiste informatie om deze inschatting te maken, en bovendien is deze methode vrij subjectief.

Een tweede methode bestaat erin om op basis van de gemiddelde huursubsidie op hoofdhuren een extrapolatie te maken voor eigendommen. Deze extrapolatie geeft een raming van -918.000 euro aan huursubsidie op eigendommen, of -2%. Dit negatieve cijfer houdt in dat hoofdhuren gemiddeld genomen worden doorverhuurd met een kleine winstmarge (2.1%); wanneer we dit extrapoleren naar de eigendommen bekomen we dus een gelijkaardige winstmarge in plaats van een huursubsidie.

¹⁰ Om vertrouwelijke bedrijfsspecifieke informatie niet prijs te geven, worden hier enkel de totalen voor hoofdhuur en eigendom gerapporteerd en niet de aparte bedragen.

Een probleem met deze methode is dat brouwers mogelijks een conservatief financieel beleid voeren en om die reden systematisch hun huursubsidie op hoofdhuren beperken, maar er minder graten in zien om kortingen op de huur toe te kennen voor eigendommen, gezien dit boekhoudkundig niet als “verlies” beschouwd wordt. Indien dit effect een belangrijke rol speelt, zou deze methode de totale steun door goedkoop doorverhuren onderschatten. Een tweede moeilijkheid is dat “hoofdhuren” soms neerkomen op een regeling waarbij de brouwerij een horecazaak huurt van een immovennootschap die gelinkt is aan de brouwerij. De huurprijs die door de immovennootschap wordt aangerekend, is dan niet noodzakelijk marktconform, en biedt in dat geval geen goede indicatie van de echte marktwaarde; het is in dat geval de immovennootschap (als onderdeel van de brouwerijgroep) die de echte huursubsidie draagt. Omwille van deze twee redenen lijkt het plausibel dat de “extrapolatie”-techniek de ware huursubsidie onderschat.

Een derde methode bestaat erin op basis van de raming van de waarde van het vastgoed, en gebruikmakend van een gemiddelde return op vastgoed, een inschatting te maken van de ‘normale’ huuropbrengst van het patrimonium en dit te vergelijken met de werkelijk ontvangen huur. Op basis van de inschatting van de brouwers over de waarde van hun patrimonium, en uitgaande van een vastgoedrendement van 6.3% om de marktconforme huur te berekenen, vinden we op die manier een huursubsidie (op eigendommen en hoofdhuren samen) van 2.4 miljoen euro. Dit zou neerkomen op een subsidie van 5.3% op de huurprijs of € 81 per maand. Deze schatting ligt met andere woorden in de buurt van de raming die de brouwers zelf gaven voor de huursubsidie.

Het gebruikte vastgoedrendement is realistisch, en gebaseerd op de transactie tussen Cofinimmo en AB Inbev uit 2007. Bij die transactie verkocht AB Inbev haar Belgische horeca-vastgoed aan Cofinimmo om het vervolgens terug te huren. De transactie besloeg in totaal 823 Belgische en 245 Nederlandse cafés. Cofinimmo betaalde een bedrag van 419 miljoen euro voor de participatie. Bij het afsluiten van de overeenkomst tussen Cofinimmo en AB Inbev werden de huurprijzen en de overnameprijs zo bepaald dat het rendement 6.3% bedraagt (Cofinimmo, Jaarverslag 2007).

Een probleem met deze rendementsmethode is dat de waarde van het vastgoedpatrimonium op zijn beurt een inschatting is die met de nodige voorzichtigheid behandeld moet worden. De waarde van een opbrengsteigendom is immers afhankelijk van de huuropbrengst, zodat het mogelijk is dat de waarde van het patrimonium al laag is ingeschat wegens de lage huuropbrengst. In dat geval zou de rendementsmethode de huursubsidie onderschatten. De waardering die de brouwerijen aan hun vastgoed gaven, is alvast gevoelig lager dan de waardering die gebruikt werd voor de AB Inbev-cafés in de Cofinimmo-deal. De gemiddelde waarde van de AB Inbev-cafés in de Cofinimmo-deal ligt 28% hoger dan de waardering die de brouwers aan hun vastgoed gaven. Wanneer we deze waardering gebruiken, komt de totale huursubsidie neer op 9

miljoen euro; dit zou impliceren dat de huurprijzen 17% onder de marktwaarde liggen.

Het is echter mogelijk dat het vastgoed van AB Inbev inderdaad waardevoller is dan het vastgoed van de betrokken brouwerijen. Wanneer we veronderstellen dat de werkelijke waarde van het vastgoed van de brouwerijen halverwege ligt tussen hun eigen inschatting en de waardering in de AB Inbev-deal, bekomen we aan een rendement van 6.3% een schatting van de totale huursubsidie op eigendommen en hoofdhuren van 6.4 miljoen euro, hetgeen overeenkomt met een “korting” ten opzichte van de marktwaarde van bijna 13%.

De gebruikte methodes hebben elk hun voor- en nadelen en leiden tot uiteenlopende ramingen van de huursubsidie (van een ‘winstmarge’ van 2.1% tot een subsidie van 17.1%).

Er zijn echter goede redenen om aan te nemen dat de extrapolatie vanuit de hoofdhuren een te lage inschatting geeft van de marktwaarde, terwijl de bedragen berekend op basis van de AB Inbev-Cofinimmo-deal sterk afwijken van zowel de eigen inschatting van de brouwers over de totale huursubsidie, als de berekening op basis van een normaal huurrendement op het patrimonium zoals dit door de brouwers gewaardeerd werd. Een huursubsidie van 5.3% lijkt dus redelijk. In de studie wordt om die reden uitgegaan van een huursubsidie van 2.4 miljoen euro.