Federatie Vruchtgroente Organisaties

Groenten Fruit Huis

VRUCHTGROENTEN NEDERLAND

Concurrentiedruk neemt toe

JE WORDT ER BETER VAN

Vruchtgroenten zijn wereldwijd de meest geconsumeerde groenten met veelal tomaat op nummer één. Nederland is wereldspeler in de handel van groenten en fruit. In opdracht van de Federatie VruchtgroenteOrganisaties (FVO) heeft GroentenFruit Huis een analyse opgesteld waarin de concurrentiepositie van de belangrijkste Nederlandse vruchtgroenten tomaat, paprika, komkommer en aubergine in kaart is gebracht. Hoe is de positie nu? Hoe was deze tien jaar terug? En wat valt er over tien jaar te verwachten? Nederland, Spanje, Marokko, Polen en Turkije zijn in de analyse meegenomen.

Er is zowel gekeken naar het aanbod en de export als naar de consumptie in Europa. De Nederlandse tomaat heeft haar positie in de afgelopen tien jaar sterk verbeterd. Paprika, komkommer en aubergine van Nederlandse bodem hebben onvoldoende weten te profiteren van de marktgroei in de EU. De vruchtgroentesector heeft haar toekomst in eigen hand. Met een aantal stappen kan Nederland haar marktpositie in de komende jaren verbeteren.

Vruchtgroenten Nederland

Positie: Verleden en heden

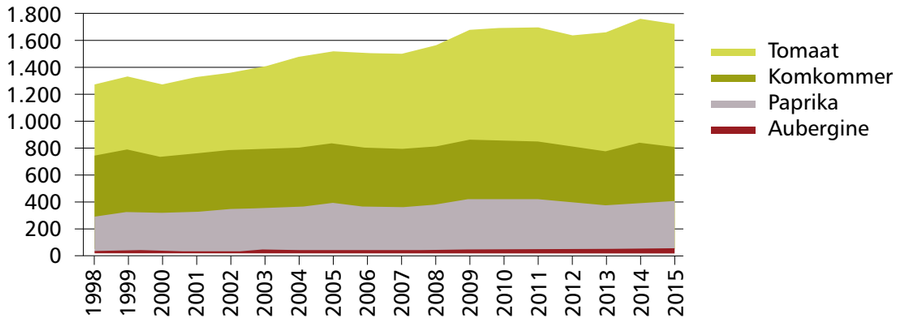
Nederlandse tomaat heeft in de EU aan marktaandeel gewonnen door de opkomst van jaarrond aanbod (belichting), kwaliteitsvoorsprong op Spanje en Marokko en het creëren van toegevoegde waarde (assortiment, verpakkingen, merken). Deze punten gaan niet of nauwelijks op voor Nederlandse paprika, komkommer en aubergine. Door verlenging van het Spaanse teeltseizoen, in combinatie met een lagere kostprijs, boet het Nederlandse product op diverse afzetmarkten aan belang in. Courgette is in deze analyse niet meegenomen door een kleine Nederlandse rol en een beperkte hoeveelheid data.

In Europa stijgt de vraag naar biologisch geteelde producten snel. De Nederlandse glasgroenteteelt kan dit onvoldoende invullen, terwijl het biologisch areaal in Spanje fors stijgt. In een aantal landen is de lokale productie/local for local (beperkt) gestegen. In Duitsland is tien procent van de jaarlijkse tomatenconsumptie van Duitse afkomst, bij komkommer en paprika gaat het om respectievelijk acht en twee procent.

Productie Nederland

Productie vruchtgroenten Cijfers in miljoen kilo

Bron CBS



Tomaat, paprika, komkommer en aubergine zijn samen goed voor een telersomzet in Nederland van € 1,5 miljard in 2015. De teelt vindt plaats op 3.600 hectare, waarvan de helft de teelt van tomaat beslaat. In volume gaat het om 1,7 miljard kilo in 2015. Vergeleken met 2005 is dit een stijging van bijna vijftien procent. Deze stijging komt hoofdzakelijk voor rekening van tomaat. De tomatenoogst steeg in de afgelopen tien jaar met 35 procent. Ook het aanbod aubergine zit in de lift, terwijl de paprikaproductie na een dip in de afgelopen jaren zich nu weer op het niveau van 2005 bevindt. De Nederlandse komkommerproductie daalt.

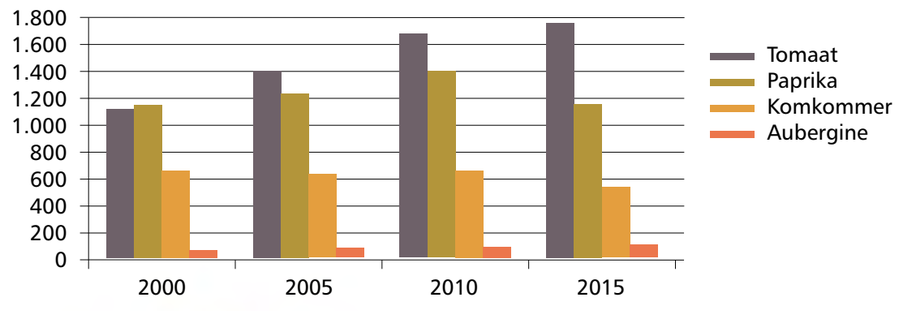
Het aantal teeltbedrijven met vruchtgroenten is in de afgelopen jaren flink gedaald. De schaalvergroting is fors doorgezet. Waren er in 2005 nog 540 bedrijven met een paprikateelt, in 2015 ging het om 250 bedrijven. Ook bij komkommer is het aantal bedrijven bijna gehalveerd. Bij tomaat is de daling het kleinst (van 490 naar 300).

Aantal bedrijven in Nederland

Bron CBS

Oppervlak in Nederland In hectare

Bron CBS



Sterke afhankelijkheid van export naar EU

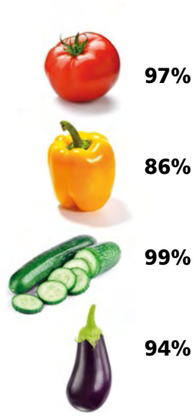
Maar liefst 85 procent van de Nederlandse productie van vruchtgroenten gaat de grens over. Per product verschilt dit aandeel iets waarbij komkommer van de vier producten relatief het meest op de binnenlandse markt wordt verkocht. 99 procent van de komkommerexport blijft binnen de EU.

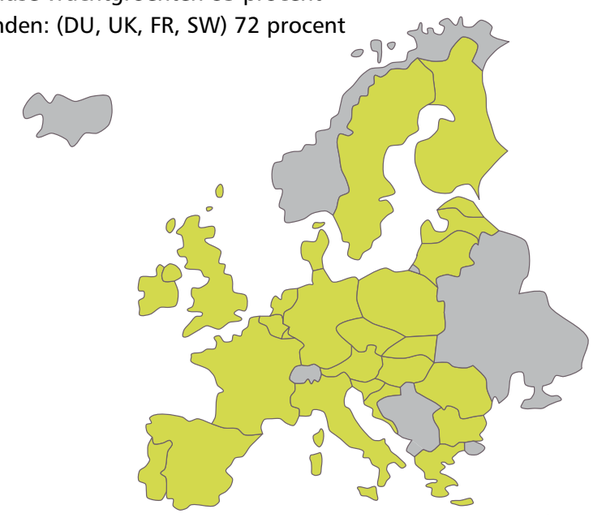
Afhankelijkheid Nederland-EU

Bron KCB

Totaal exportaandeel Nederlandse vruchtgroenten 85 procent
Export Nederland naar vier landen: (DU, UK, FR, SW) 72 procent

Export NL ➔ EU:





Bijna driekwart van de export van vruchtgroenten is gericht op Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Zweden. Van de vier belangrijkste producten vindt paprika het best zijn weg naar landen buiten de EU: de Verenigde Staten (6%), Noorwegen (3%), Japan (2%) en de Verenigde Arabische Emiraten (1%). Canada is vanaf 2016 weer terug als afzetmarkt voor Nederlandse paprika. Door een hoge heffing heeft in de periode 2009-2015 geen export naar Canada plaatsgevonden. Verder stijgt de export naar de Verenigde Staten en is het vanaf 2017 mogelijk om paprika te exporteren naar China.

Export belangrijkste leveranciers

Export focuslanden 2005-2015* Cijfers in miljoen kilo; incl. re-export

Bron Comtrade; Nederland bron KCB (=NL product)

Tomaat

	2004-06	2013-15	Toe/afname
Nederland	613	786	28%
Spanje	991	969	-2%
Marokko	208	471	126%
Polen	55	97	76%
Turkije	274	536	96%

Komkommer

	2004-06	2013-15	Toe/afname
Nederland	342	314	-8%
Spanje	400	581	45%
Marokko	4	8	100%
Polen	23	9	-61%
Turkije	37	84	127%

Paprika

	2004-06	2013-15	Toe/afname
Nederland	294	292	-1%
Spanje	442	662	50%
Marokko	35	97	177%
Polen	7	16	129%
Turkije	62	79	27%

Aubergine

	2004-06	2013-15	Toe/afname
Nederland	32	39	22%
Spanje	80	145	81%
Marokko	1	1	0%
Polen	0	2	+
Turkije	5	18	260%

** Gemiddelde periode 2004 t/m 2006 en gemiddelde 2013 t/m 2015.*

De export van Marokkaanse tomaten is in de aflopen tien jaar meer dan verdubbeld. Tomaten uit Spanje hebben door concurrentie vanuit Marokko en Nederland marktaandeel verloren. Jaarrond kwalitatief goede trostomaten telen in Spanje blijft lastig.

Spanje heeft zich in de afgelopen jaren duidelijk meer toegelegd op de teelt van komkommer, paprika en aubergine. Dit komt sterk tot uiting in de exportcijfers. Zo wordt het Spaanse paprikaseizoen steeds langer en breiden de arealen van deze producten zich in Spanje verder uit. De export van Nederlandse aubergine is de afgelopen jaren toegenomen, maar de export van paprika en komkommer blijft achter.

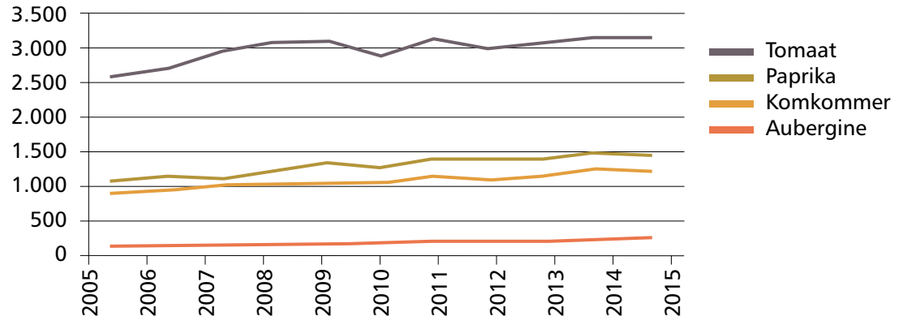
In de periode van 2005 tot en met 2015 is de export van tomaat uit Turkije verdubbeld. Verreweg het grootste deel wordt verkocht in landen buiten de EU zoals Rusland, Irak en Oekraïne. De belangrijkste EU-landen die Turkse tomaat importeren zijn Bulgarije en Roemenië. Er vindt nauwelijks export plaats naar West-Europa. De exportgroei van Turkse paprika komt voor het grootste deel voor rekening van afzet in Rusland. De Poolse export van tomaat steeg met name naar Wit-Rusland.

Handelsomvang EU groeit

Nederland profiteert onvoldoende

Handelsomvang in EU In mln. kg

Bron Eurostat



Handelsomvang* EU 2015 t.o.v. 2005

Bron Eurostat; Nederland bron KCB

Tomaat	Volume in mln kg	
Totaal	**3.144**	**+22%**
Nederland	750	+30%
Spanje	918	0%
Marokko	382	+78%

Komkommer	Volume in mln kg	
Totaal	**1.209**	**+32%**
Nederland	292	-12%
Spanje	586	+58%
België (deel NL**)	63	+140%

Paprika	Volume in mln kg	
Totaal	**1.455**	**+37%**
Nederland	264	+4%
Spanje	668	+59%
Marokko	90	+130%

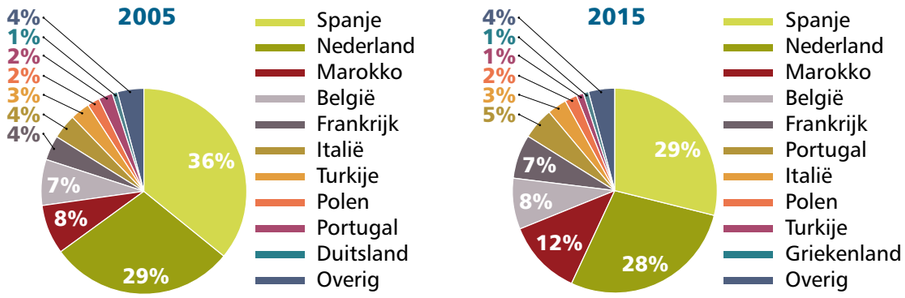
Aubergine	Volume in mln kg	
Totaal	**238**	**+77%**
Nederland	38	+35%
Spanje	154	+102%
Turkije	5	-10%

** Handelsomvang = exportstromen uit EU-landen binnen de EU + import uit derde landen.*
*** Een deel van de Belgische export betreft NL komkommers die verkocht zijn via Belgische veilingen.*

Leveranciers tomaat in de EU

EU intrahandel + EU-import (op basis van volume)

Bron: Eurostat



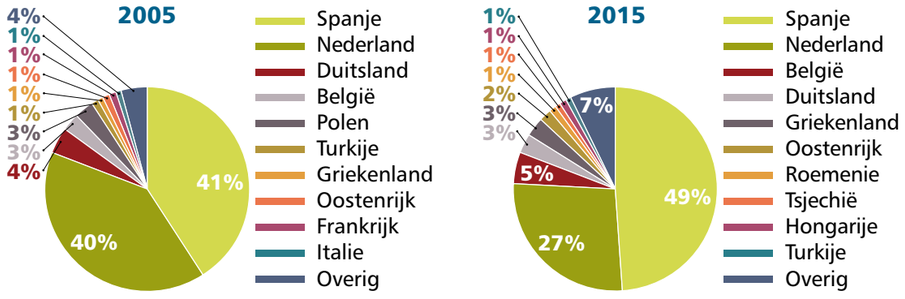
- Spanje heeft marktaandeel verloren als tomatenleverancier van Europa
- Het aandeel van Nederland bleef in dezelfde periode stabiel (bij toegenomen marktomvang)
- Marokko wint terrein als tomatenleverancier
- De rol van Turkse en Poolse tomaat was en is klein

De totale handelsomvang van tomaat, paprika, komkommer en aubergine in de EU is in de afgelopen tien jaar gegroeid. Met handelsomvang worden de exportstromen uit landen binnen de EU en de import uit derde landen verstaan. De totale leveranties van tomaten in de EU zijn met 22 procent gestegen, terwijl de export uit Nederland met dertig procent toenam. Nederland droeg dus sterk bij aan de marktgroei. Bij de andere drie vruchtgroenten doet Nederland het duidelijk minder goed. Vooral Spanje heeft haar marktpositie verbeterd voor paprika, komkommer en aubergine.

Leveranciers komkommer in de EU

EU intrahandel + EU-import (op basis van volume)

Bron: Eurostat



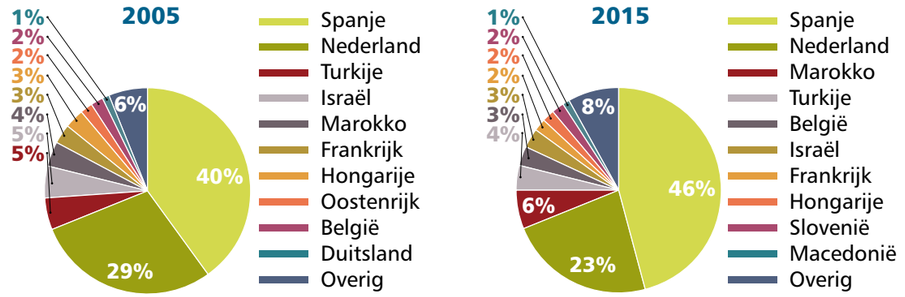
- Spanje vergroot haar leidende positie als leverancier van komkommers
- Dit gaat ten koste van het marktaandeel Nederlandse komkommer

De komkommermarkt is in handen van de twee productielanden Spanje en Nederland. Spanje heeft haar leidende positie in de EU vergroot, terwijl de Nederlandse komkommer marktaandeel heeft verloren. Diezelfde ontwikkeling geldt voor aubergine. Tot 2009 was de Nederlandse aubergine koploper op de Duitse markt, daarna heeft Spanje deze rol overgenomen. In het Verenigd Koninkrijk is de Nederlandse aubergine nog wel marktleider.

Leveranciers paprika in de EU

EU intrahandel + EU-import (op basis van volume)

Bron: Eurostat



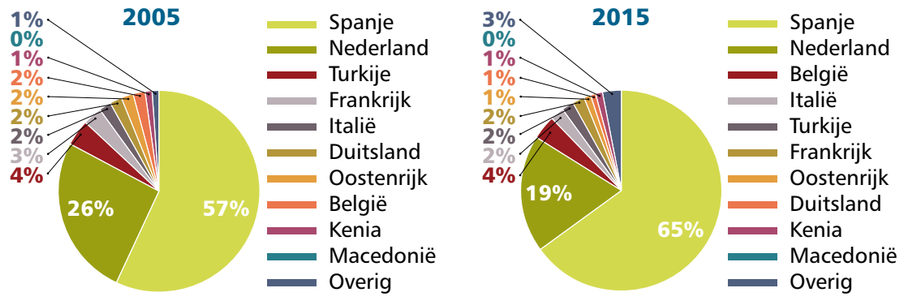
- Spaanse paprika wint meer en meer terrein in de EU
- Het aandeel van Nederland als paprikaleverancier is gekrompen (bij een gestegen marktomvang)
- De opkomst van Marokkaanse paprika's neemt toe
- Israëlische paprika heeft het zwaar op de EU markt en de rol neemt verder af

Spaanse paprika wint meer en meer terrein in de EU door (bijna) jaarrond op de markt te zijn, een lage kostprijs en een verbeterde kwaliteit. De Israëlische paprikateelt heeft het zwaar. De rol in de EU is afgenomen door een sterke concurrentie van Spaanse paprika en productieproblemen. Marokko heeft vooral de export van puntpaprika weten te vergroten. In de periode 2007 tot en met 2012 was de Nederlandse paprika in Duitsland marktleider. Na 2012 heeft Spanje deze rol overgenomen en breidt het marktaandeel jaarlijks uit. Op de Scandinavische markt heeft paprika van Nederlandse bodem een hoog marktaandeel, maar ook hier wint de Spaanse paprika terrein.

Leveranciers aubergine in de EU

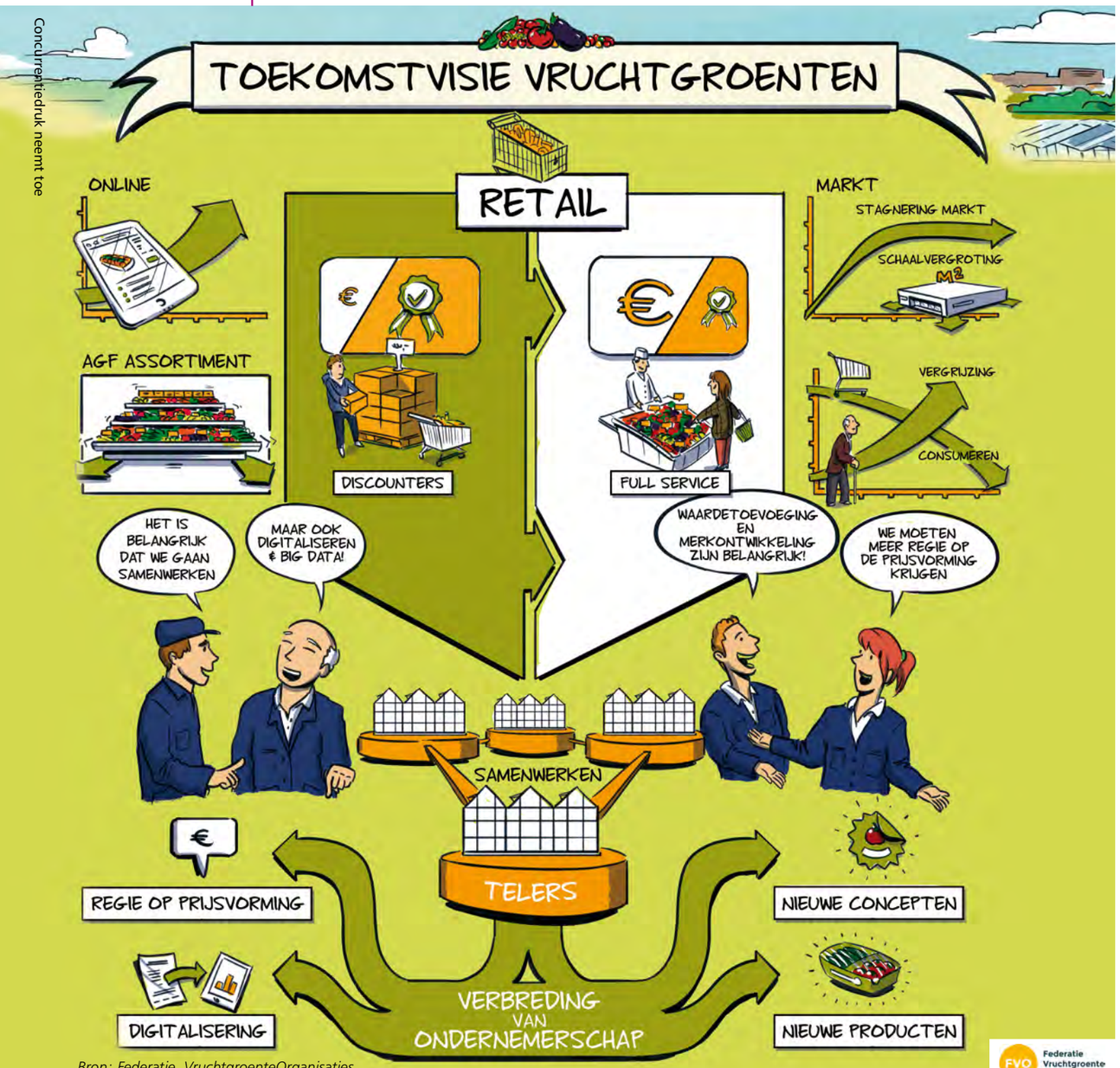
EU intrahandel + EU-import (op basis van volume)

Bron: Eurostat



- Spanje vergroot haar positie met aubergine in de EU
- Het aandeel van Nederland als aubergine leverancier is gekrompen (bij een gestegen marktomvang)
- Het marktaandeel Turkse aubergine is gedaald
- Aubergine uit België wint wat terrein

Veranderend retaillandschap
Nederlandse producenten van vruchtgroenten hebben te maken met een veranderend retaillandschap waarbij discounters zoals Aldi en Lidl marktaandeel winnen. FVO heeft deze ontwikkeling, naast andere trends in de markt, weergegeven in een infographic.



Bron: Federatie VruchtgroenteOrganisaties

Federatie Vruchtgroente Organisaties

Consumptie vruchtgroenten

Vruchtgroenten zijn belangrijke groentes voor een huishouden. Met name paprika en aubergine worden meer gegeten in vergelijking met een aantal jaar geleden.

Consumptie in Duitsland, Verenigd Koninkrijk en Nederland

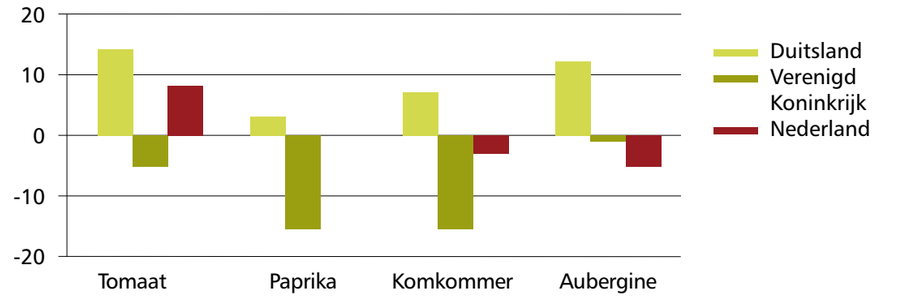
Stijging/daling huishoudelijk aankoopvolume 2015 t.o.v. 2013

Bron: GfK/Kantar

DU 0%	DU +3%	DU 0%	DU +19%
NL 0%	NL +8%	NL -10%	NL +2%
UK -2%	UK +19%	UK +17%	UK +23%

De huishoudelijke aankopen van tomaat en komkommer zijn in diverse EU-landen in volume stabiel tot licht dalend. Qua uitgaven is er vaak wel een stijging te zien. De consumptie van paprika en aubergine stijgt in veel EU landen zowel in volume als in waarde.

Huishoudelijke uitgaven 2013-2015 Ontwikkeling in procenten

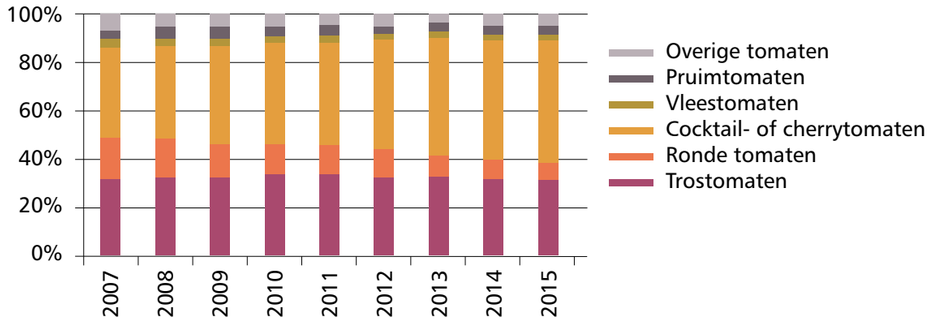


In bovenstaande afbeeldingen is te zien dat de uitgaven in het Verenigd Koninkrijk voor vruchtgroenten is afgenomen. Wel kochten Britse huishoudens grotere volumes. Daarnaast is er een trend naar consumptie van meer snack- of miniproducten.

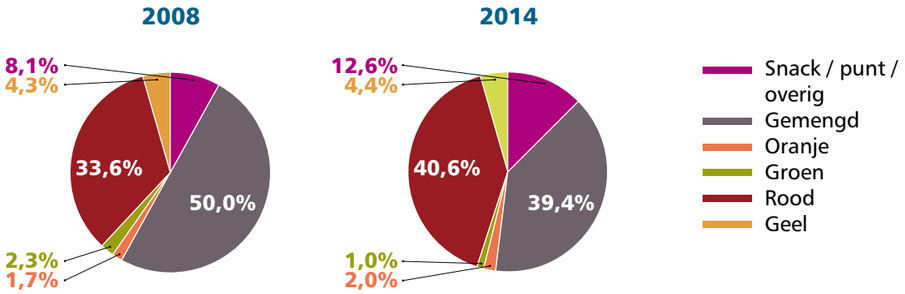
Verschuiving naar snack

Bron: GfK Duitsland/GroentenFruit Huis

Procentuele verdeling Duitse uitgaven aan tomaten



Duitse aankoop paprika (volume)

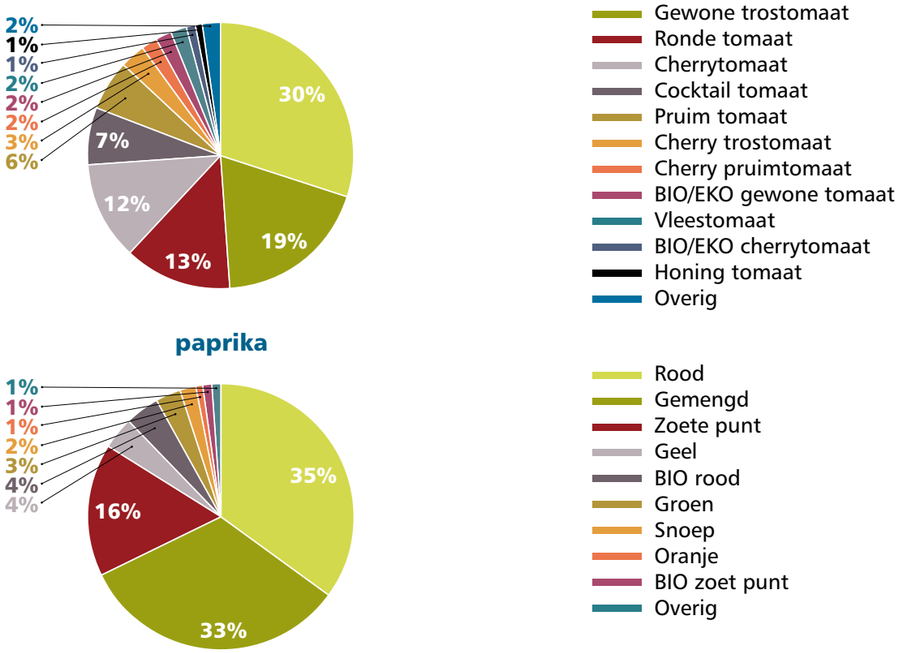


Bij tomaat is binnen het assortiment een duidelijke verschuiving te zien van gewone grote tomaat naar mini/snacktomaat. In Duitsland hadden deze twee soorten tomaat in 2015 een aandeel van 37 procent binnen de totale tomatenaankoop in kilo. In geldwaarde gaat het om maar liefst 51 procent van de totale uitgaven aan tomaat. Ook bij paprika winnen de snackpaprika en de zoete puntpaprika aan populariteit.

Steeds meer keuze bij tomaat en paprika

Nederland: Verdeling supermarktomzet 2015

Bron IRI/GroentenFruit Huis

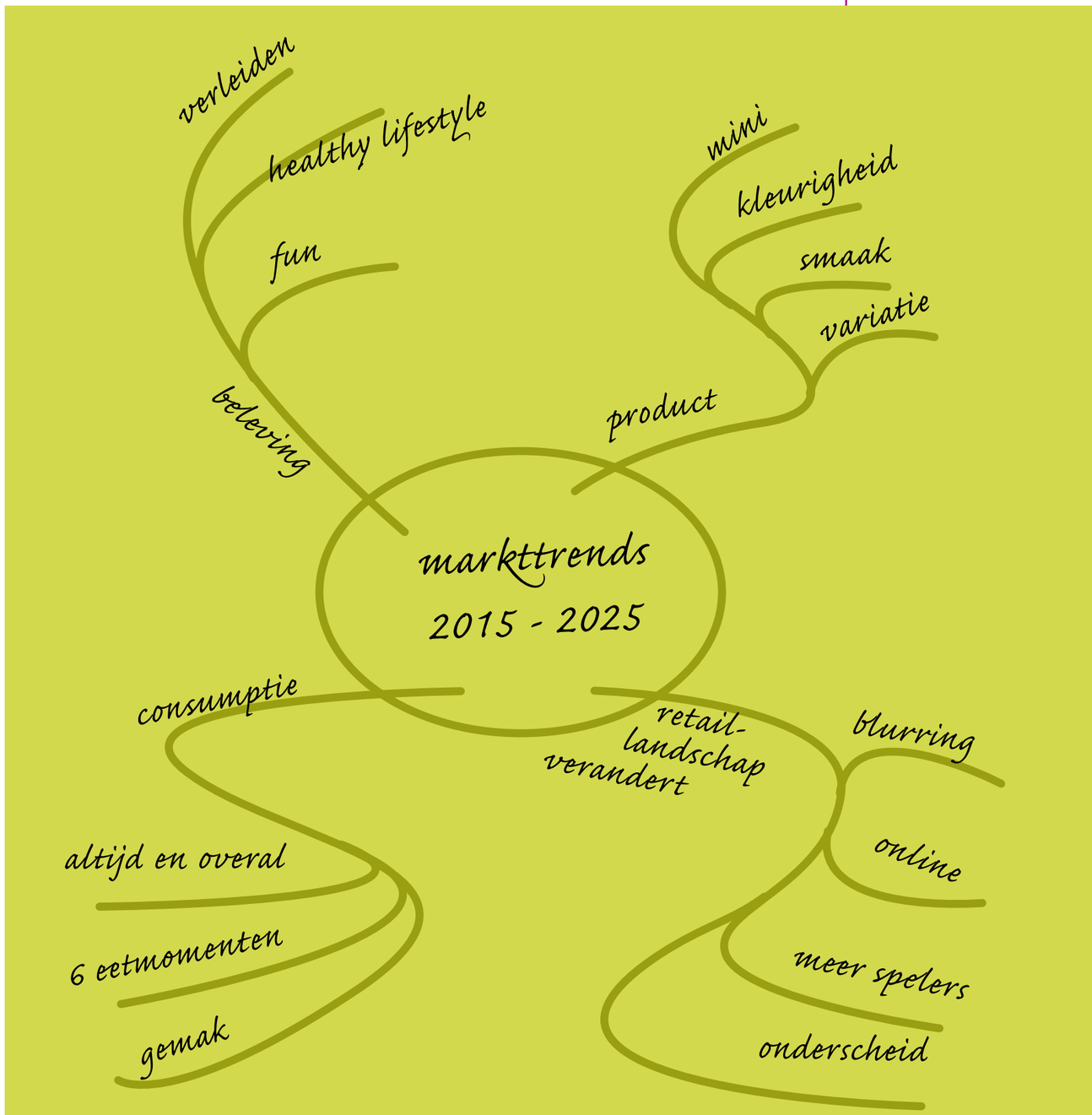


De EU consumptie van vruchtgroenten groeit in de komende tien jaar naar verwachting beperkt in volume, maar meer in waarde. Het is belangrijk om goed in te spelen op trends zoals het veranderende retaillandschap (meer spelers/online/blurring) en andere eetmomenten.

Verwachtingen 2025

De Europese markt groeit de komende 10 jaar beperkt in volume, meer in waarde. Daarnaast is een trend dat er minder vlees en minder suiker geconsumeerd wordt. Dat is positief, want (vrucht)groenten passen in elk dieet en elke gezonde levensstijl.

Is de Nederlandse vruchtgroentesector flexibel genoeg om in te spelen op de vraag in de veranderende markt en haar positie te verbeteren?



Analyse 2015 - 2025, samenvatting expertmeetings

In de maatschappij om ons heen zijn verschillende trends en ontwikkelingen te benoemen. Wat is de invloed hiervan voor Nederlandse producenten van vruchtgroenten en wat zijn aanbevelingen van experts om hier mee om te gaan?

Situatie	Gevolg	Verwachting
Effect van crisisjaren	Paprika is als maaltijdcomponent wegbezuinigd	Crisis is voorbij, gebruik paprika in maaltijden zal toenemen
Gezondheidstrend	Consument wil minder vlees en minder suiker	Consumptie van salades zal stijgen, vruchtgroenten zijn hier onderdeel van
Ontwikkeling Out of Home	Vraagt andere distributie	Ontwikkeling fijnmazige distributie zal beschikbaarheid vruchtgroenten op diverse plaatsen doen toenemen
Consument wil gemak	Verkoop voorbewerkte groenten stijgt	Biedt kansen voor bedrijven die gemaksproducten aanbieden
Ontwikkeling nieuwe producten	Aanbod wordt gevarieerder, beter inspelen op eetmomenten	Retailers zullen bijzondere groenteproducten gebruiken om zich te onderscheiden, bij goed aanbod zal de vraag toenemen
Markt beweegt snel	Bedrijven moeten snel kunnen inspelen op veranderingen	Kansen voor bedrijven die hun aanbod snel kunnen aanpassen
Vijf* vruchtgroenten bepalend	Variatie beperkt tot deze vijf vruchtgroenten	Kansen indien er wordt gezorgd voor variatie

Situatie	Aanbeveling
Beperkte groei Europese markt	Nederland moet vraaggestuurd produceren
	Gebruik maken van Market Intelligence
	Flexibiliteit verhogen
	Cultuuromslag naar coöperatief
	Jaarrond productie
	Inspelen op nieuwe trends, zoals levenskwaliteit, duurzaamheid, smaak, gemak, assortiment, gezondheid, etc.
Globalisering	Ontwikkelen tot mondiale speler
	Ondernemingen moeten internationaliseren
	Export buiten Europa
	Productie units buiten Nederland
Beschikbaarheid kapitaal	Maak het jonge ondernemers met capaciteiten en ambitie mogelijk om kapitaal te verwerven
Arbeid is schaars	Investeer in ontwikkeling robotisering
	Investeer in hoogopgeleid personeel en zorg voor de juiste skills binnen het bedrijf
Concurrentiedruk neemt toe	**Let op** Onderschat de Spaanse concurrentie niet. De derde generatie met veel marketingkennis, management skills en tijd komt er aan. Het ondernemerschap in Spanje wordt professioneler

**) Tomaat, paprika, komkommer, aubergine en courgette.*

Duurzaamheid

Duurzaamheid wordt nationaal en internationaal een steeds belangrijker thema. Energie, water en gewasbeschermingsmiddelen zijn thema's die hieronder vallen en waar Nederland op kan scoren. Telers uit andere landen hebben een hogere infectiedruk en mid of low tech productiemiddelen tot hun beschikking, waardoor zij meer moeite zullen hebben om zich te onderscheiden op het gebied van water, energie en gewasbeschermingsmiddelen.

GroentenFruit Huis staat voor de belangen van bedrijven die actief zijn in de afzet van groenten en fruit en is een bron van kennis en inspiratie.

In opdracht van Federatie VruchtgroenteOrganisaties (FVO) heeft GroentenFruit Huis in samenwerking met Wageningen Economic Research (voorheen LEI) een analyse uitgevoerd waarin de concurrentiepositie van Nederlandse vruchtgroenten in kaart is gebracht. Hiernaast zijn er twee expertmeetings georganiseerd waarin diverse deskundigen zijn geraadpleegd over de verwachtingen in de komende tien jaar op het gebied van consumptie, productie en afzet.

GroentenFruit Huis heeft samen met Wageningen Economic Research een aantal interactieve tools voor vruchtgroenten gemaakt. Deze geven in één oogopslag inzicht in marktaandelen (import), groei op afzetmarkten, productie, import en export wereldwijd. Ook kan er een animatie worden gestart voor de periode 2004-2015. Deze tools zijn te raadplegen op de website van GroentenFruit Huis, *www.groentenfruithuis.nl*

FVO Federatie Vruchtgroente Organisaties

FVO – Federatie VruchtgroenteOrganisaties - wordt gevormd door de zes koplopers van Nederlandse glasgroente-telersverenigingen. Het zijn de grootste telersverenigingen, met ruim 400 aangesloten groenteproducenten van paprika, aubergine, courgette, komkommer en tomaat (vruchtgroenten genoemd). Zes verenigingen met ieder een eigen strategie, eigen concepten en eigen cultuur, maar overtuigd van de kracht van wederkerigheid en daarom overtuigd van het belang van samenwerken.
Heeft u vragen voor FVO, mail dan naar *info@vruchtgroente.nl*

Groenten Fruit Huis

JE WORDT ER BETER VAN

GroentenFruit Huis
Louis Pasteurlaan 6
2719 EE Zoetermeer
Postbus 5007
2701 GA Zoetermeer
Tel: +31 (0)79 – 368 1100
www.groentenfruithuis.nl
@GFHuis