

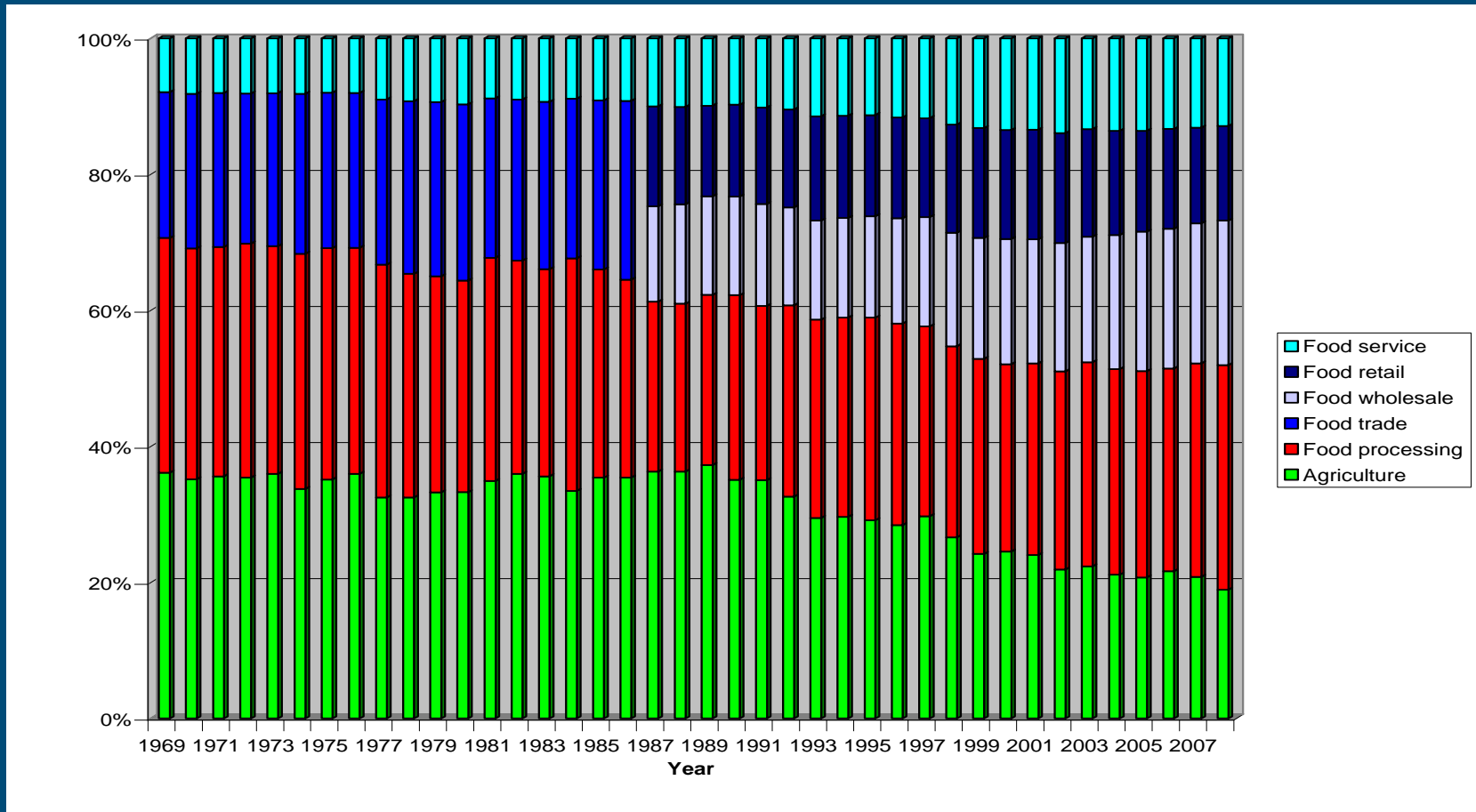
Prijsvorming voedsel

Frank Bunte



Historisch perspectief

Verdeling toegevoegde waarde 1969-2008



Verklaring

- Verschillen in productiviteit
- Consumptie verschuift van onbewerkt naar bewerkt en verwerkt; en
van thuis naar buitenshuis
- Marktmacht

Onderzoek voor NMa

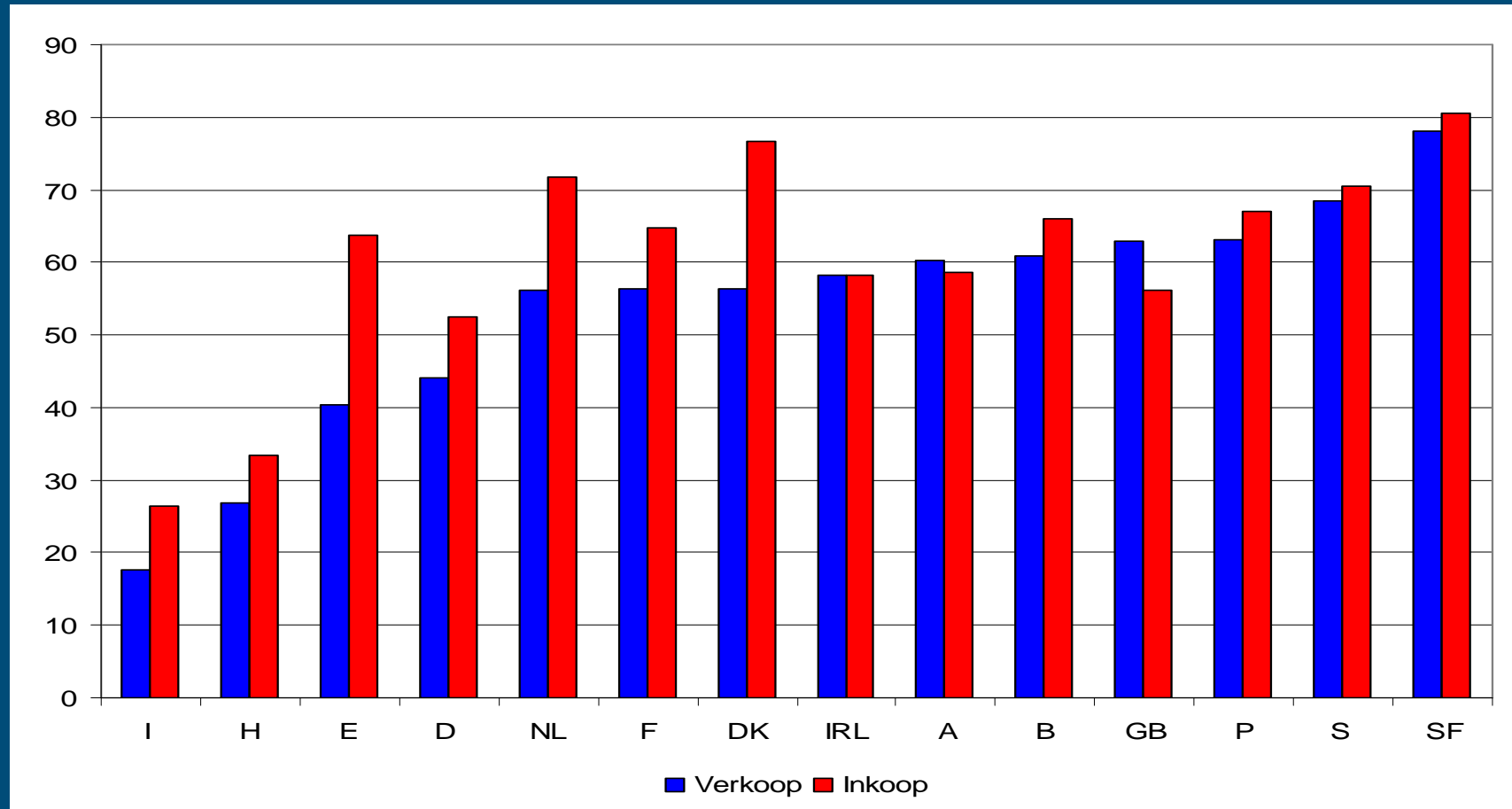
- Internationale vergelijking
- Beschrijving ketenstructuur
- Contracten en onderhandelingen
- Prijsontwikkeling
- Prijsopbouw
- Econometrie

Inhoud

- Concentratie in en organisatie van keten
- Marktmacht
- Prijsvorming

Concentratie supermarkten

Marktaandeel Top 5



Concentratie in Nederlandse keten

Marktaandeel Top 4

	Cooperatie	Groothandel	Supermarkt
Brood	60-70%	> 60%	64%
Aardappelen	-	50%	68%
Uien	-	35%	69%
Komkommers	67%	65%	72%
Paprika	50%	75%	61%
Appelen	85-95%	50%	75%
Eieren	-	60-65%	66%

Concentratie supermarkten

Marktafbakening, concentratie en concurrentie

- Concentratie komt in alle schakels van de keten voor
 - Geen onderscheidende eigenschap
 - Grote wederzijdse afhankelijkheid
- Binnen inkooporganisaties en supermarktformules komt zowel bundeling als concurrentie voor
- Supermarktketens opereren met name op nationaal niveau

Marktmacht

Onderhandelingspositie van supermarktketen en leverancier

- Supermarkten kopen een groot aantal producten van een groot aantal leveranciers
- Leveranciers verkopen een klein aantal producten aan een klein aantal supermarkten
- Opportuïteitskosten van een tijdelijke breuk in de relatie zijn voor leveranciers veel groter dan voor supermarkten
- Onderhandelingspositie van supermarktketens is (waarschijnlijk) sterker

Marktmacht en huismerken

- Impact op de concurrentie
 - Supermarktketen opereert als afnemer
 - Supermarktketen concurreert als producent direct met andere leveranciers
 - Supermarktketen controleert het belangrijkste activum in de keten: het schap

Marktmacht

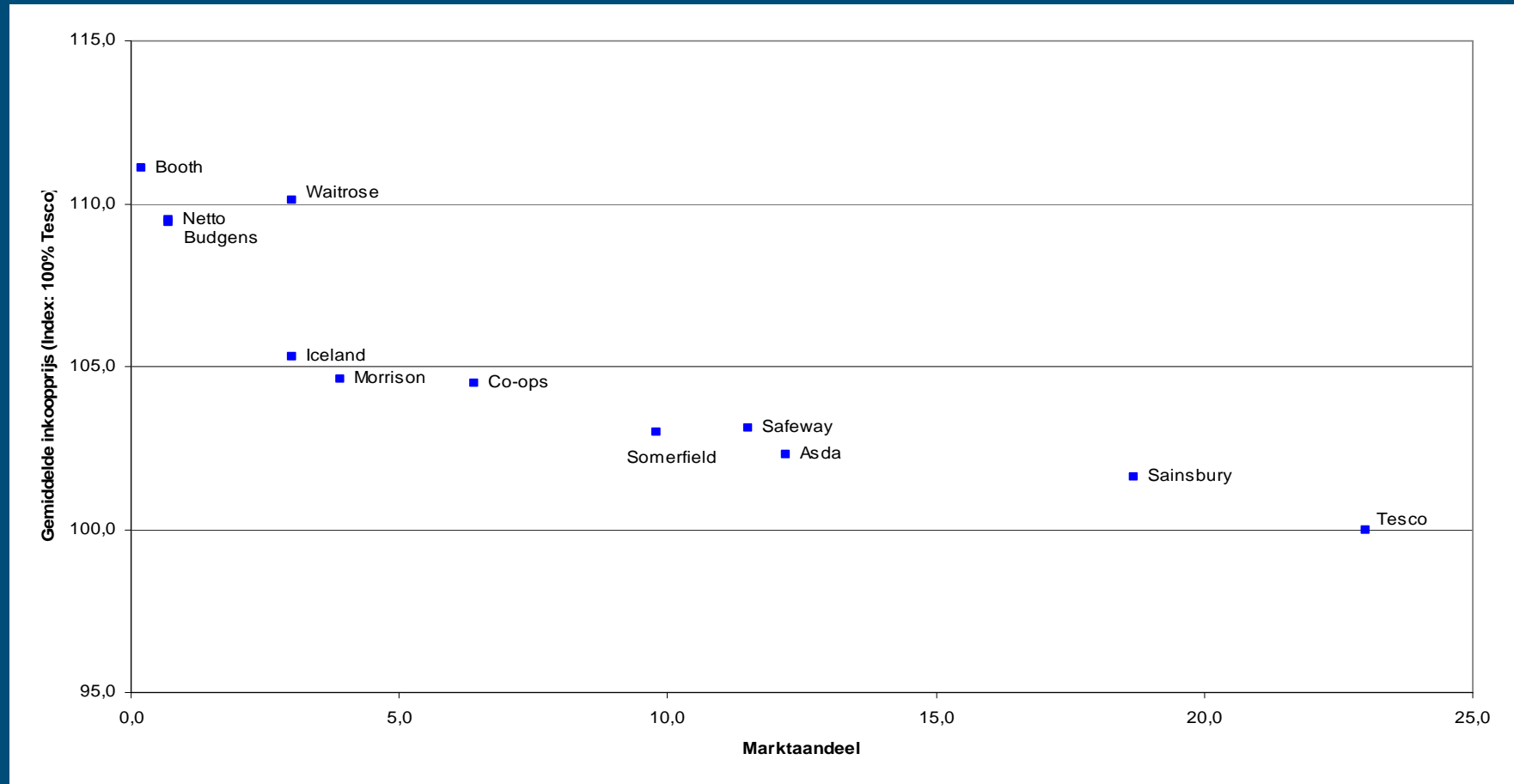
- Concentratie als zodanig is niet het punt
- Multi-product karakter van het grootwinkelbedrijf
- Controle over het schap

Prijsvorming

- Marktmacht kan tot uitdrukking komen in prijsvorming
 - Prijsniveau
 - Relatie tussen prijzen in de keten
 - Verdeling prijsrisico's
 - Overige financiële afspraken

Marktmacht

Inkooprijzen Britse supermarkten



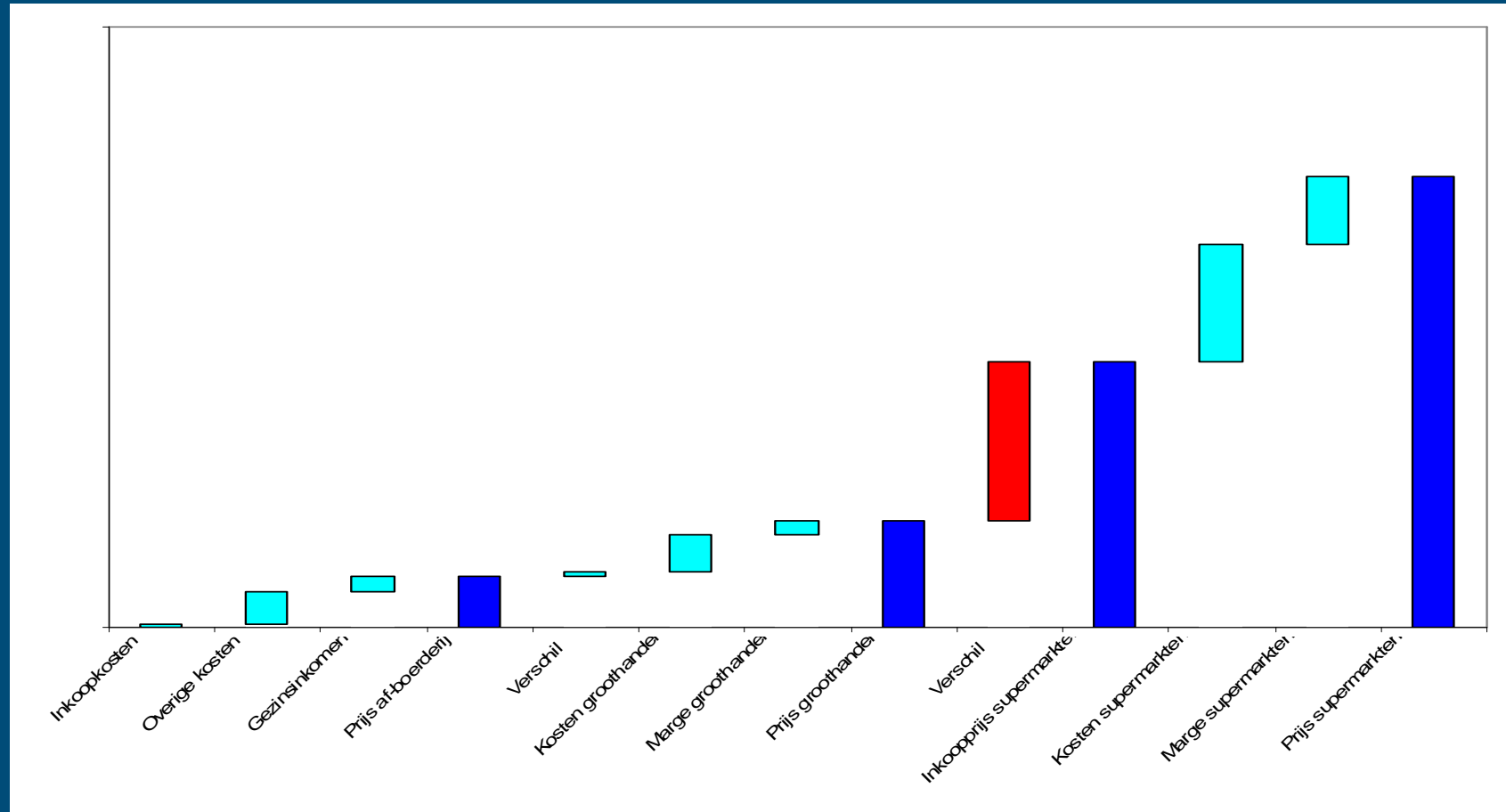
Marktmacht - Effect van concentratie

Winst supermarkten (x 1.000 euro)

Brood	9.600	Komkommers	900
Eieren	0	Paprika	0
Aardappelen	0	Uien	0
Appels	-75	Versneden uien	-140

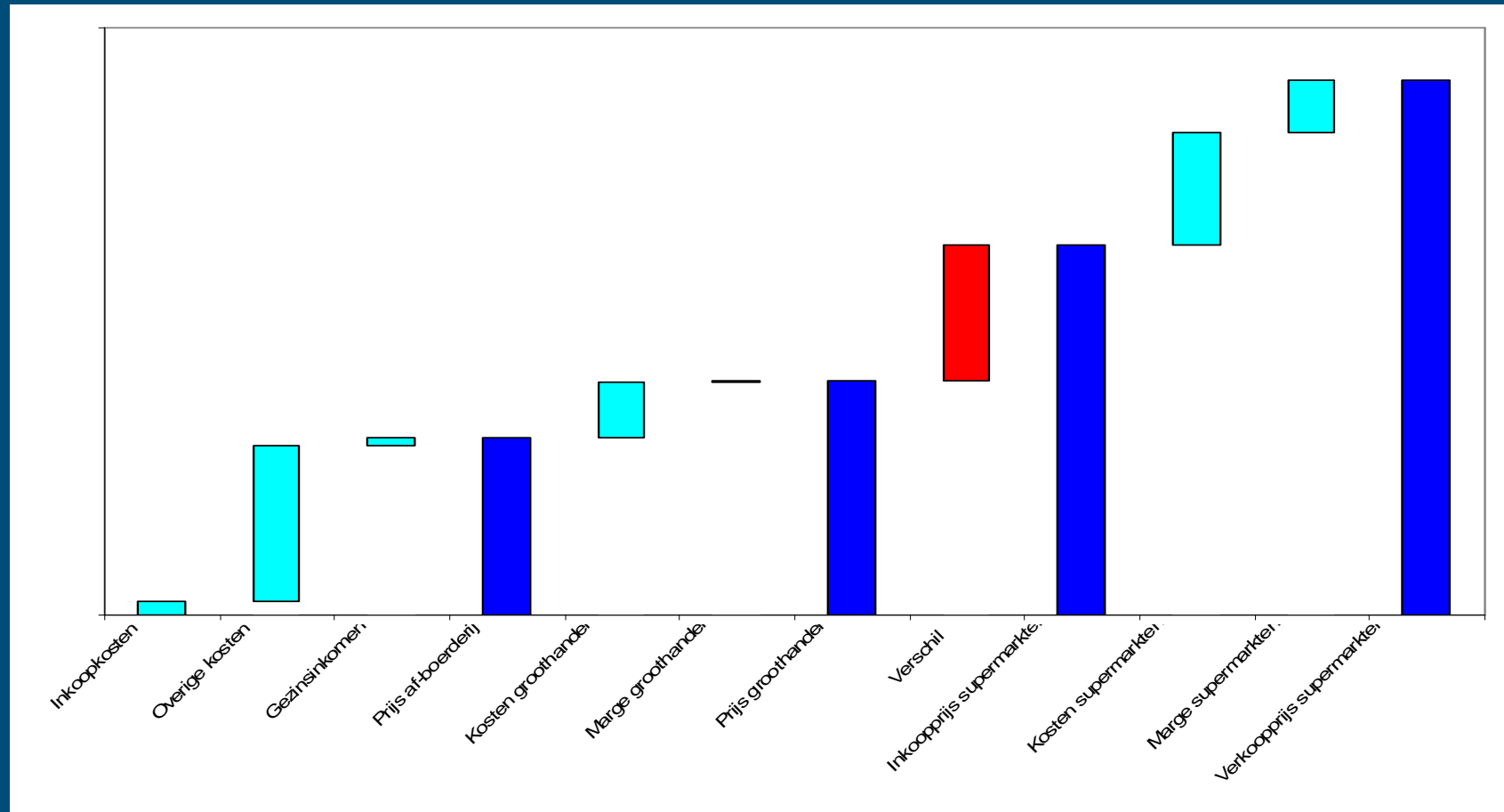
Prijsopbouw producten

Uien



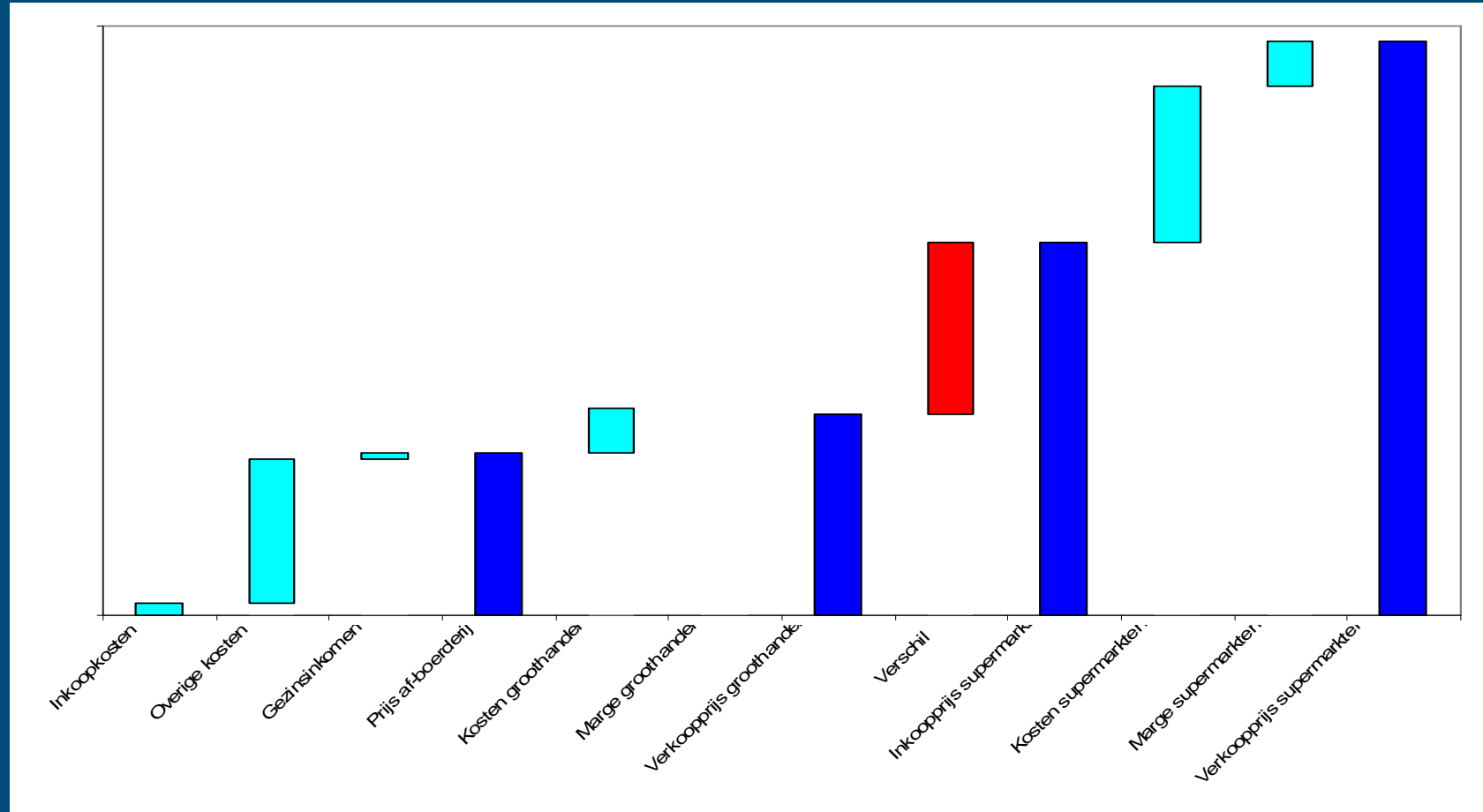
Prijsopbouw producten

Komkommers



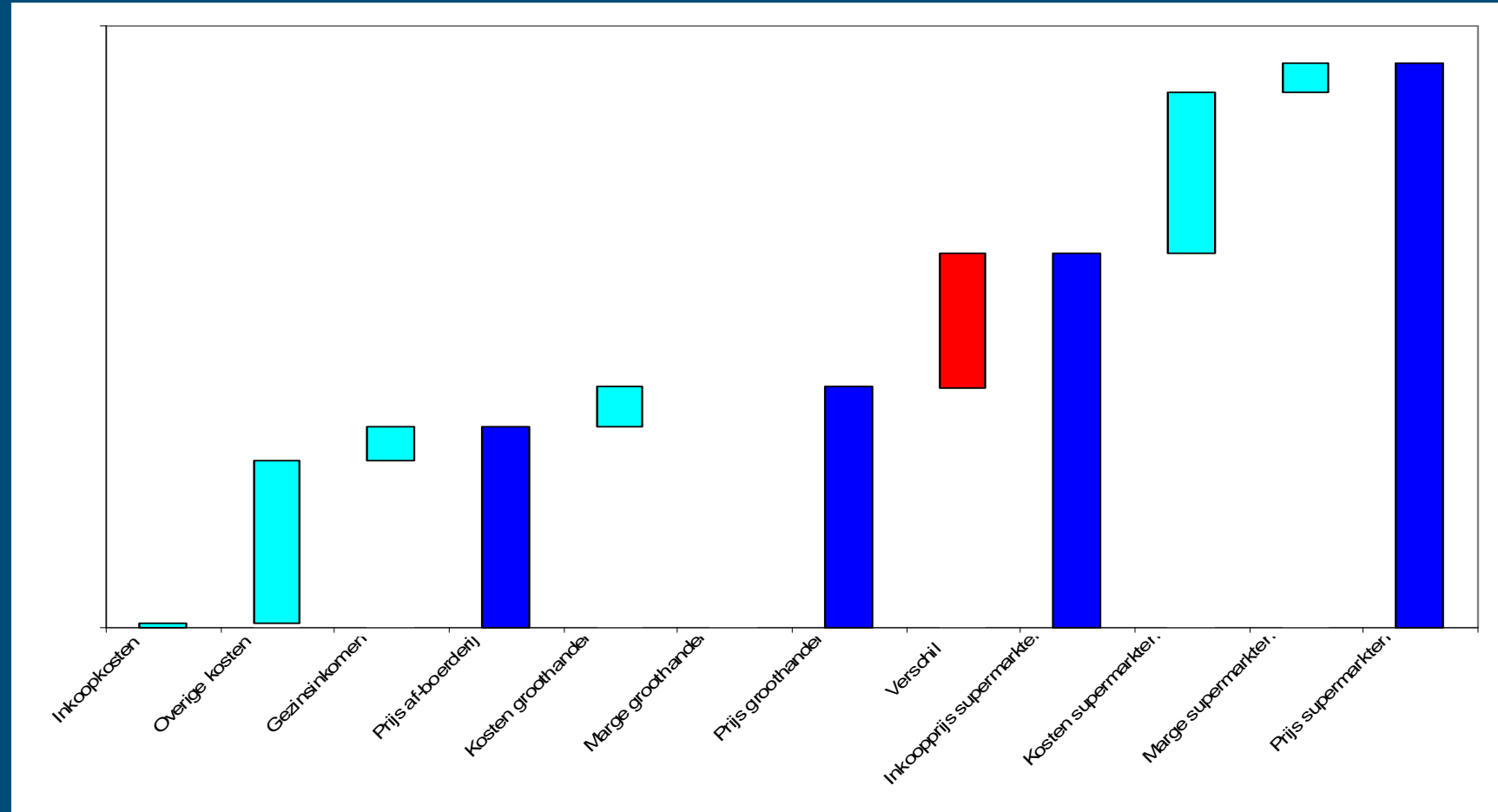
Prijsopbouw producten

Rode paprika



Prijsopbouw producten

Appels

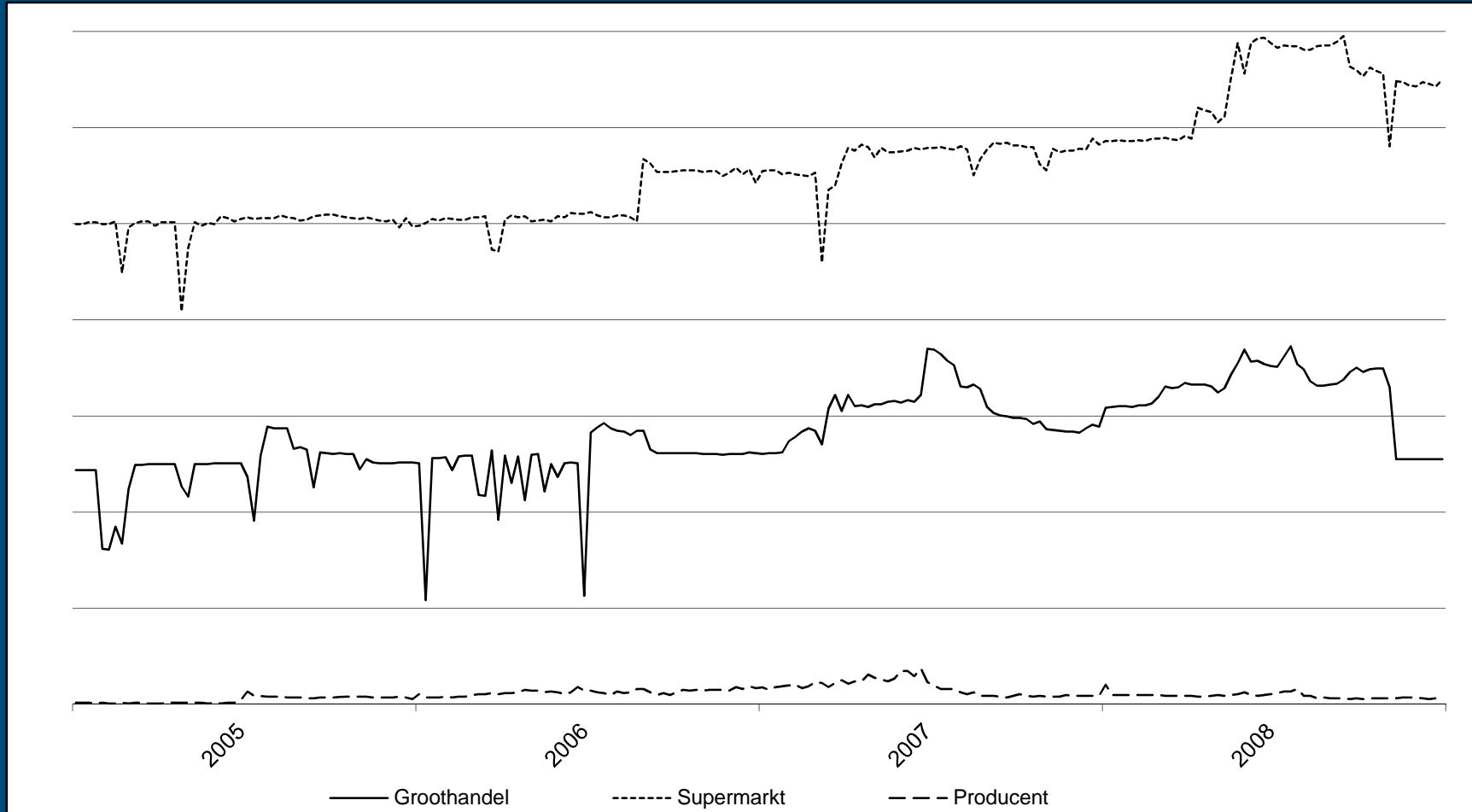


Relatie tussen prijzen in de keten

- Drie aspecten bij prijstransmissie
 - Worden veranderingen in de inkoop prijs volledig doorberekend?
 - Hoe snel gebeurt dit?
 - Is er een verschil in de reactie op een stijging versus een daling van de inkoop prijs
(asymmetrie)?

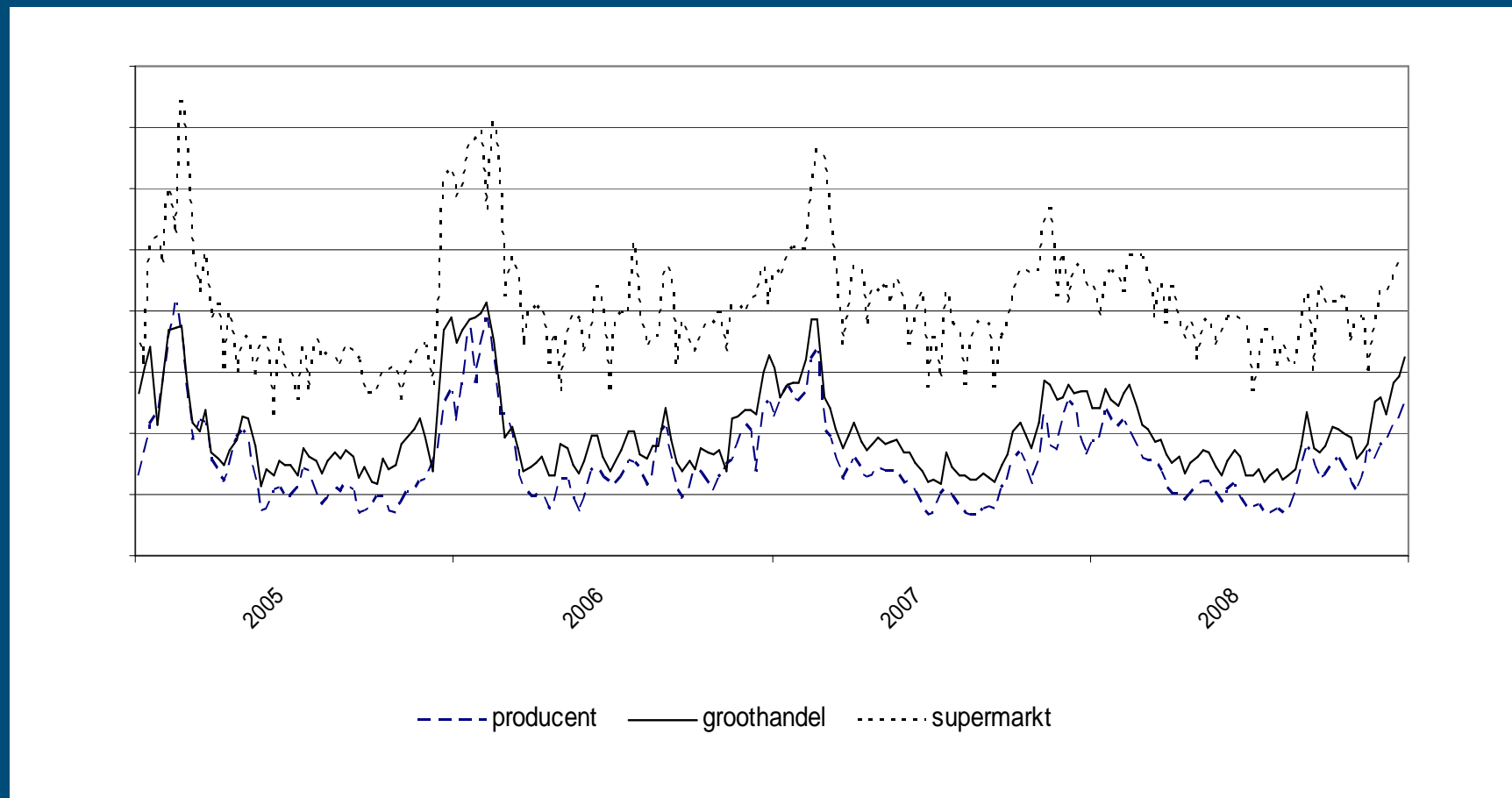
Prijswontwikkeling

Uien



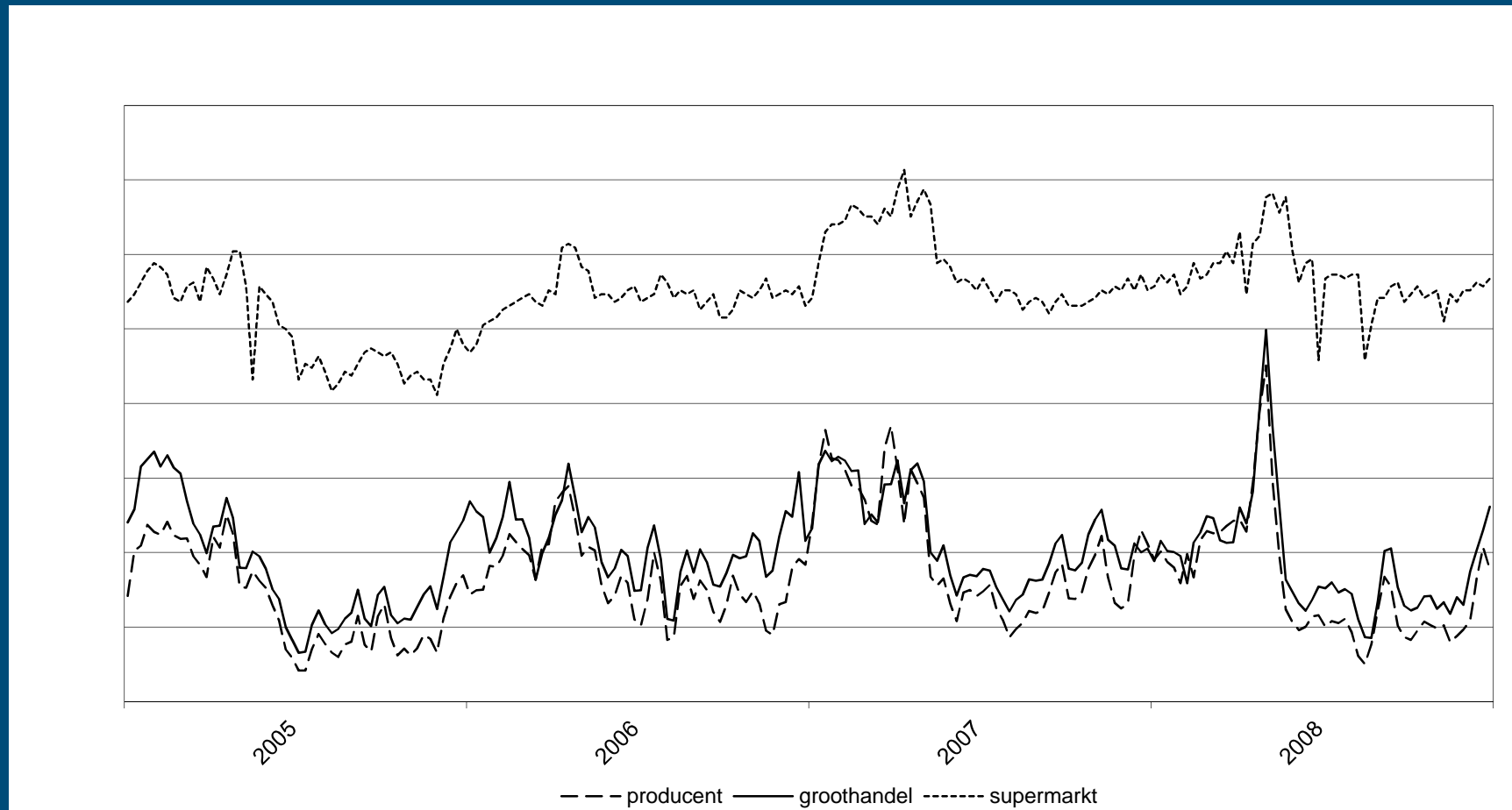
Prijzontwikkeling

Komkommers



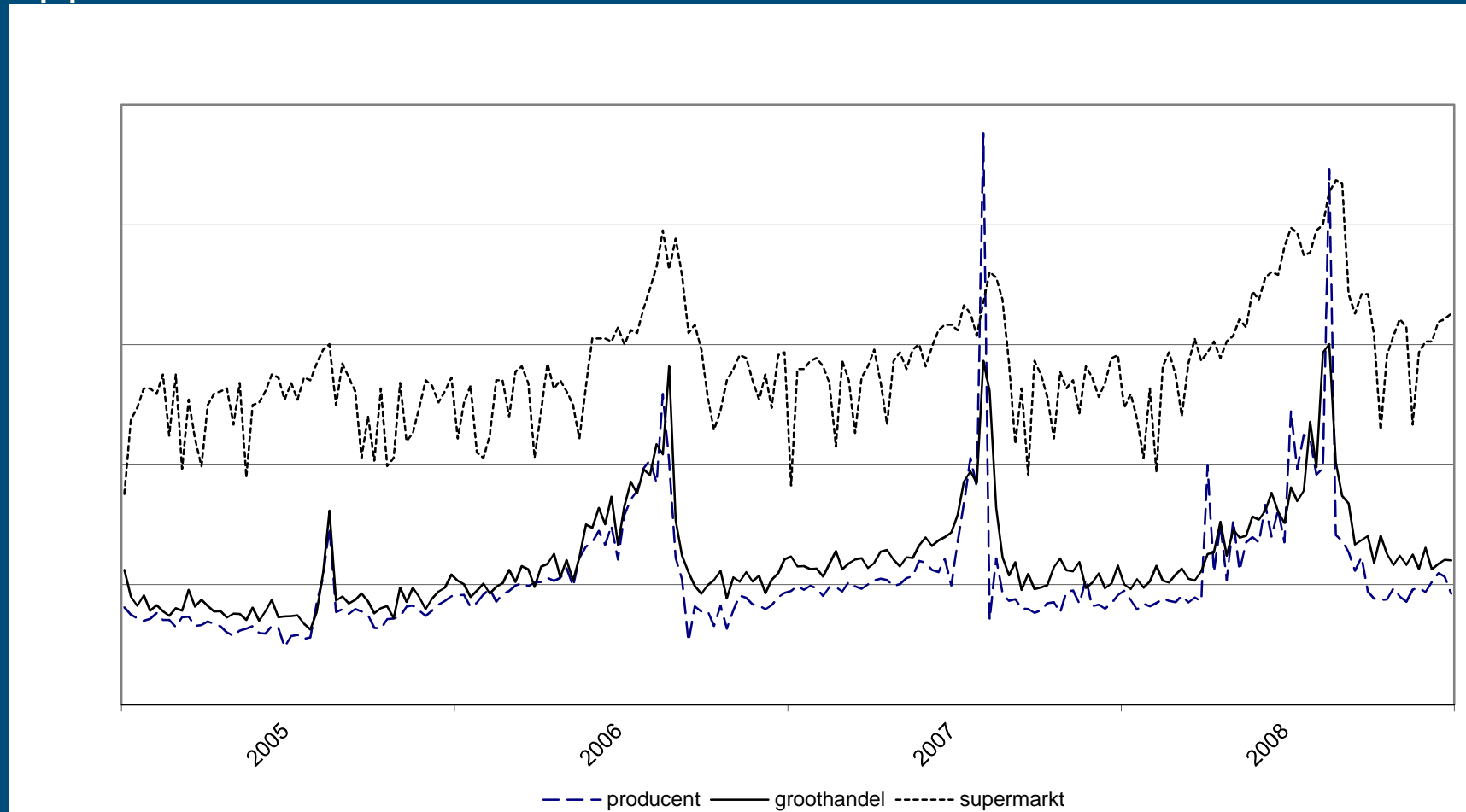
Prijzontwikkeling

Paprika

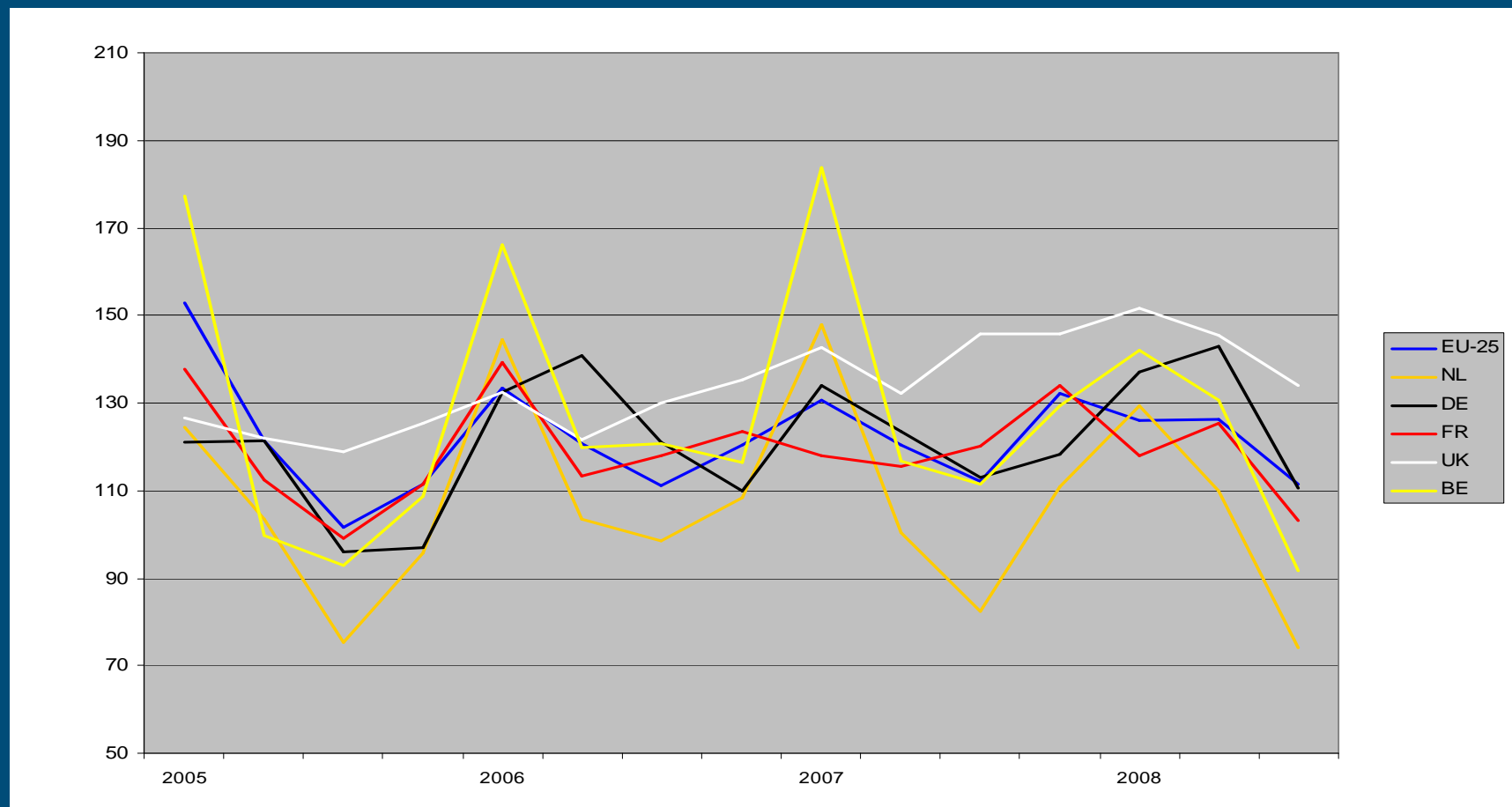


Prijzontwikkeling

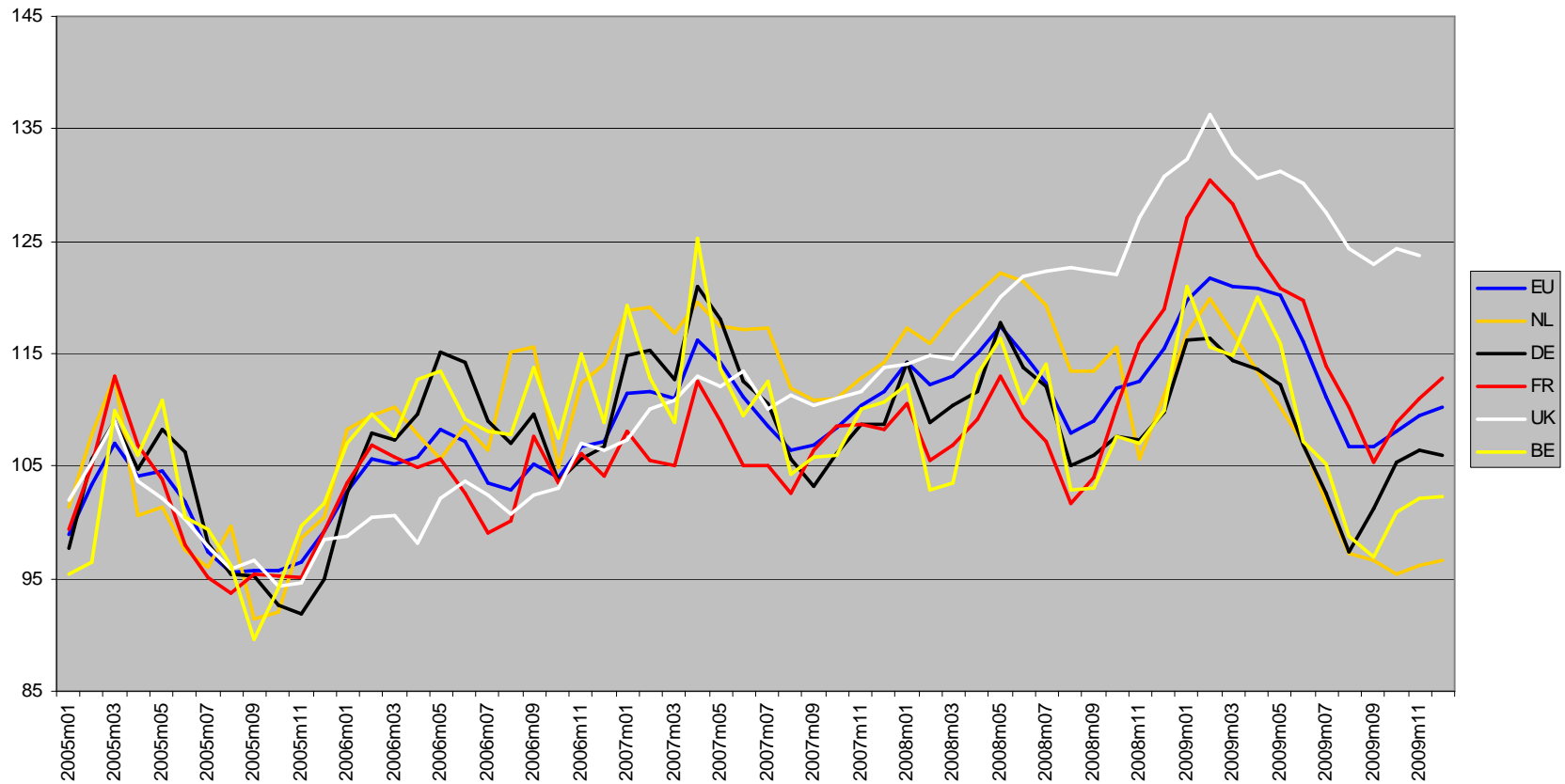
Appelen



PPI Groente



CPI Groente



Effecten van asymmetrie in prijsrelatie

Winst supermarkten (x 1.000 euro)

Brood	-	Komkommers	-545
Eieren	-76	Paprika	-35
Aardappelen	-19	Uien	-28
Appels	-316	Versneden uien	-53

Effecten van asymmetrie in prijsrelatie

Winst groothandel (x 1.000 euro)

Brood	-	Komkommers	27
Eieren	-38	Paprika	36
Aardappelen	-	Uien	45
Appels	33	Versneden uien	-

Relatie tussen prijzen in de keten

Verklaringen voor asymmetrie?

- Mogelijke verklaringen
 - Marktmacht
 - Menukosten
 - Overige verklaringen
- Literatuur levert geen empirische verklaringen

Financiële regelingen

Nederlandse praktijk

■ Financiële afspraken

- Hoeveelheids- en staffelkortingen
- Betalingsovereenkomsten
- Bijdragen voor promotionele activiteiten
- Maar betalen voor het schap en introductie nieuwe producten is voor versproducten geen issue

■ Risico's

- Risico's op bederf worden bij verkoop overgenomen
- Product recall is voor Nederlands product geen issue

Conclusie

- Concentratie is groot door keten heen. Wederzijdse afhankelijkheid is groot
- Onderhandelingspositie doet er toe: size matters
- Nederlandse supermarkten maken winst op versproducten, maar dat doen andere partijen ook
- Er blijven vragen ten aanzien van de prijsopbouw van groenten en fruit
- Nederlandse supermarkten winnen niet bij concentratie en prijsasymmetrie

Conclusie

© Wageningen UR

