
Marktmonitor vruchtensappen

2008 / 93

Zoetermeer, november 2008 – Paul Aldersliesten

Productschap Tuinbouw, Afdeling Markt & Innovatie

Alle rechten voorbehouden. Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt worden door middel van druk, fotokopie, microfilm of op welke wijze dan ook zonder voorafgaande toestemming van de uitgever of auteur.

Productschap Tuinbouw, Postbus 280, 2700 AG Zoetermeer

Telefoon (079) 347 07 07 E-mail smt@tuinbouw.nl Internet www.tuinbouw.nl

Inhoudsopgave

Samenvatting	7
1 Consumptie	9
1.1 Wereldwijd	9
1.2 Europa	12
1.3 Nederland	14
1.4 Verenigd Koninkrijk	20
1.5 Duitsland	22
1.6 Frankrijk	23
1.7 België & Luxemburg	25
1.8 Italië	26
1.9 Spanje & Portugal	27
1.10 Scandinavië	29
1.11 Oost- en Midden-Europa	32
2 Handel	35
2.1 Europese Handelsstromen	35
2.1.1 Import	35
2.1.2 Export	41
2.2 Nederlandse import en export	46
3 Sinaasappelsap	51
3.1 Sinaasappels	51
3.2 Sinaasappelsap	52
4 Appelsap	53
4.1 Appels	53
4.2 Appelsap	55

Samenvatting

Welvarende consumenten drinken vruchtensap

De consumptie van vruchtensap lijkt onlosmakelijk verbonden met welvaart. In de meest welvarende gebieden is de consumptie het hoogst; Noord Amerika, Europa en Australië. In landen waar het welvaartsniveau de afgelopen jaren sterk toenam, zoals Rusland en China, is de consumptie van vruchtensap ook aanzienlijk gestegen.

Sinaasappelsap wordt het meest gedronken

Sinaasappelsap is wereldwijd met voorsprong het meest gedronken sap, ook in de wereldwijde handel neemt sinaasappelsap de belangrijkste rol in. Brazilië is de grootste producent van sinaasappelsap. De Braziliaanse oogst is de afgelopen jaren slecht geweest, samen met een groeiende vraag zorgt dit voor sterk oplopende prijzen. Appelsap is met forse achterstand het tweede product; de productie van appelsap in China is de afgelopen jaren enorm toegenomen, het is nu de grootste producent van appelsap.

Superfruits, Smoothies en Vegetable juices

Wereldwijd zijn drie belangrijke trends zichtbaar. De eerste zijn superfruits; vruchten die een bijzonder gezondheidsbevorderend effect hebben. De tweede zijn smoothies, gemixt fruit al dan niet gecombineerd met yoghurt, deze spreken aan door de combinatie van gezond en lekker. Tenslotte een trend die recentelijk in de VS op gang kwam; de vegetable juices, die als zeer gezond beschouwd worden.

Nederland drinkt koelvers sap.

Een trend in Nederland is de opkomst van koelverse vruchtensappen. Terwijl de consumptie van vruchtensappen als geheel na 4 jaar van stijging licht is afgenomen, is er bij het segment koelvers de laatste jaren sprake geweest van een flinke groei. Bij het supermarktkanaal is de schapruimte voor dit segment de laatste jaren flink toegenomen en dat heeft de verkoop gestimuleerd.

Europa bestaat uit drie type markten

In Europa kunnen in de basis drie soorten markten onderscheiden worden. De groeimarkten, die vooral worden gevonden in Zuid en Oost-Europa. Deze markten laten een stijgende consumptie zien. De verzadigde markten, vooral te vinden in Noordwest-Europa; deze markten hebben een periode van sterke groei achter de rug en laten momenteel een stabilisatie of een lichte terugval zien. Het derde type markten zijn de traditionele sapmarkten, te vinden in Duitsland, Scandinavië, Oostenrijk en Zwitserland.

Nederland en België belangrijke doorvoerhavens

Nederland en België zijn belangrijke doorvoerhavens voor de Europese import van vruchtensappen. Duitsland speelt eveneens een belangrijke rol bij de im- en export maar is daarnaast ook een zeer belangrijke markt. De Belgische handel bestaat voor het merendeel uit sinaasappelsap, Nederland heeft een breder assortiment en in Duitsland is appelsap relatief belangrijk. Hiernaast zijn er een aantal Zuid-Europese landen die regionale producten exporteren, met name Spanje en Italië.

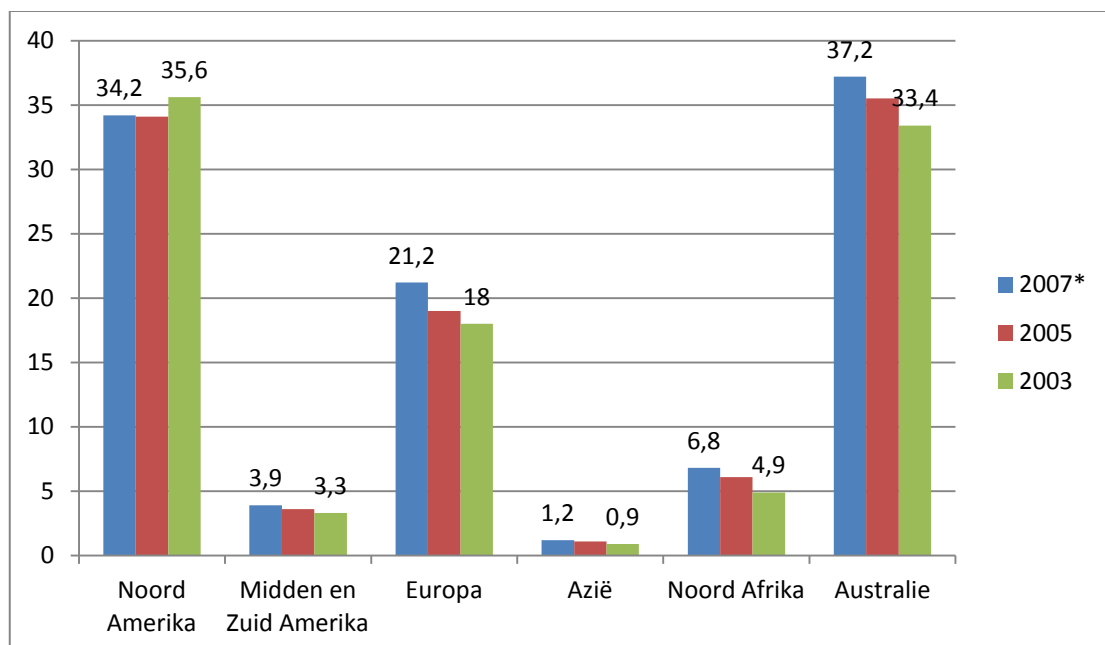
1 Consumptie

1.1 Wereldwijd

De belangrijkste markten voor vruchtensappen zijn Noord Amerika en Europa. In Australië is de consumptie per hoofd van de bevolking hoog, maar de marktomvang beperkt. Niet zichtbaar in onderstaande grafiek zijn de opkomende markten Rusland en Brazilië. In Brazilië is de waarde van het ready to drink segment in twee jaar tijd met 42% gegroeid van € 210 miljoen naar € 300 miljoen in 2007. In Europa is de consumptie per hoofd aanzienlijk, echter minder dan in Noord Amerika of Australië. In Azië en Afrika is de consumptie per hoofd van de bevolking beperkt, mede door de grote verschillen tussen arm en rijk. In zich ontwikkelende landen als China en Korea is er een aanzienlijke groep consumenten die steeds meer vruchtensap consumeren. De groeiende vraag in China is één van de redenen voor de prijsstijging van sinaasappelconcentraat.

De meest vooruitstrevende markten qua consumptie van vruchtensappen zijn de Verenigde Staten en Groot-Brittannië. Op deze markten is het productaanbod gevarieerder, bovendien worden productinnovaties zoals superfruits op grotere schaal aangeboden en geconsumeerd.

Figuur 1 Consumptie vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de bevolking



Bron: Flussiges Obst

* raming

Superfruits

Vers fruit en verse groenten hebben een gezond imago. Vruchtensappen hebben hiervan geprofiteerd met een profilering als gezond alternatief voor frisdrank. De consument echter wordt steeds beter geïnformeerd en kritischer. Vruchtensappen worden bekritiseerd vanwege de grote hoeveelheid suiker die ze bevatten, en worden hierdoor steeds minder als gezond



alternatief beschouwd. Superfruits gaan een stap verder dan de traditionele vruchtensappen en claimen een actieve bijdrage aan de gezondheid van de gebruiker te leveren. Superfruit is zogenaamd functional food. Deze producten bevatten naast de basic voedingswaarde stoffen die een actieve bijdrage leveren aan de gezondheid van de gebruiker. Voordelen van superfruit zijn onder andere vitamines, antioxidanten, carotenen, mineralen en vezels. Voorbeeld van deze superfruits zijn granaatappels, cranberry's, mango's, de Yang Mei bes, en de acai. De prijzen van superfruits zijn hoog door het beperkte aanbod en de sterk groeiende vraag.

Smoothies

Smoothies zijn oorspronkelijk afkomstig uit de Verenigde Staten, en bestonden in eerste instantie uit gemixt fruit zonder enige andere ingrediënten. Eind 20^e eeuw werd er bevroren yoghurt aan het fruit toegevoegd; hier ontstond de moderne smoothie. Doordat in de smoothie vers fruit en andere ingrediënten worden gebruikt is de uiterste gebruiksdatum beperkt en dienen ze gekoeld



gepresenteerd te worden. Door de dure ingrediënten en de beperkte houdbaarheid is de prijs hoger dan van traditionele sappen. Het Verenigd Koninkrijk is het eerste Europese land waar de smoothies doorbraken. Innocent combineert het gezonde imago van de smoothie met een sociaal bewust imago en is marktleider. In Nederland zijn inmiddels in iedere supermarkt smoothies verkrijgbaar. Over het algemeen worden ze bij de koelverse vruchtensappen gepresenteerd.

Groentesap

In de Verenigde Staten (bakermat van innovaties) ontstaat naast de exclusieve tropische superfruits een nieuwe trend. Dit zijn de vegetable juices: sap gemaakt van diverse soorten groenten. De groentes worden verwerkt tot vers sap en concentrate. De producerende landen zijn Polen, Turkije, USA, Nieuw Zeeland en Australië.



Tomatensap is vooralsnog het belangrijkste product, maar er is zeker ruimte voor nieuwe producten op deze markt.

De belangrijkste afzetmarkt is Japan, maar ook Rusland, Frankrijk en Duitsland zijn belangrijk. In Japan heeft een overheids campagne om dagelijks 120 gram groen én geel sap te drinken de afzet aanzienlijk verhoogd. Het idee hierachter is dat het drinken van verschillende kleuren groentensap zorgt voor een gezonde variatie.

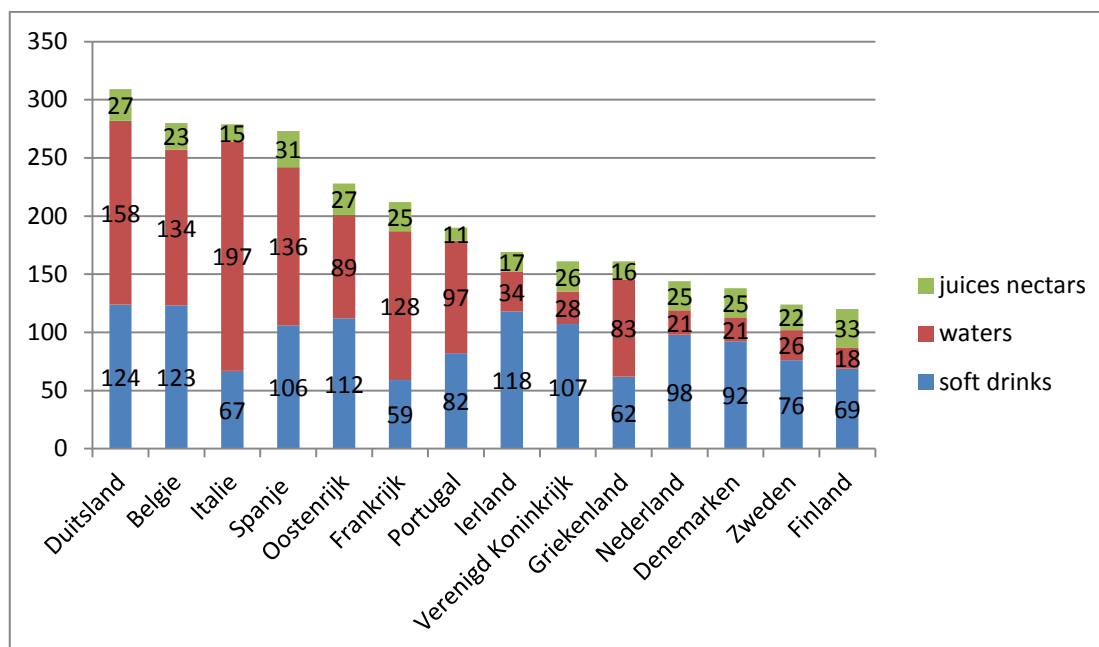
Ook in andere landen wordt het gezondheidsaspect van de groentesappen gepromoot, sterker nog gezondheid is het primaire 'concurrentievoordeel' van dit product. Om de toegevoegde waarde van het groentesap te vergroten wordt er geëxperimenteerd met exclusieve producten volgens het superfruit principe. Voor de komende jaren wordt aanzienlijke groei in dit niche verwacht¹

¹ Foodnews, juice, purees & superfruit 2008

1.2 Europa

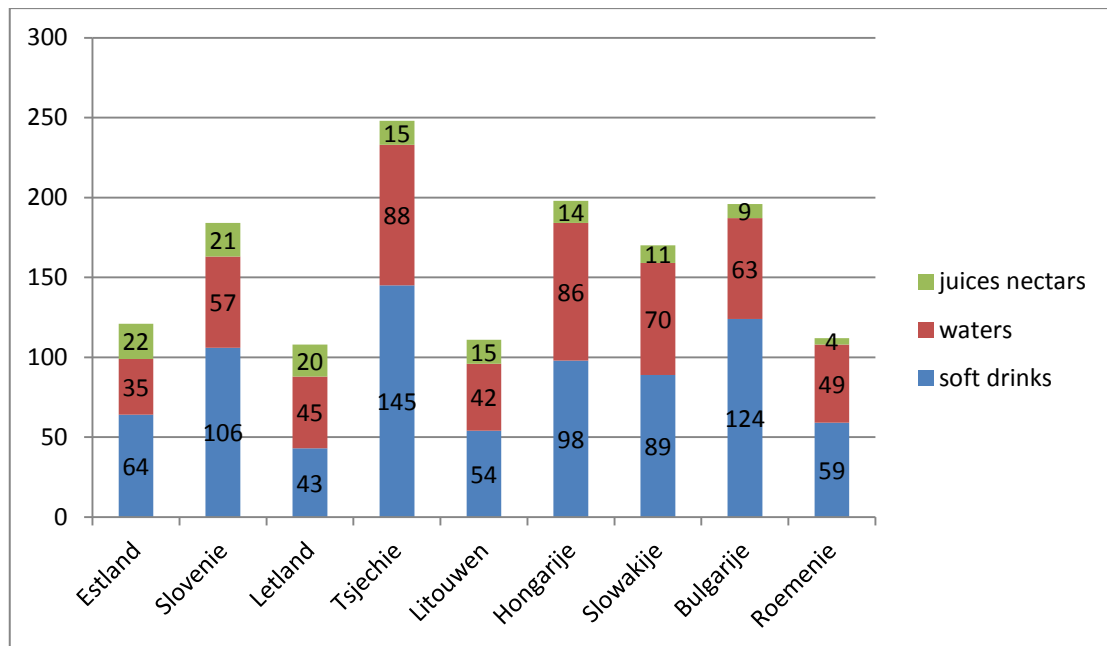
Binnen Europa zijn er grote verschillen tussen de consumptie in verschillende landen, zowel qua hoeveelheid als qua geconsumeerde producten. In de meer welvarende (West-) Europese landen wordt meer vruchtensap geconsumeerd dan in de minder welvarende (Oost-) Europese landen. De grootste hoeveelheid vruchtensap wordt geconsumeerd in Spanje met 31 liter per hoofd van de bevolking. Hierna volgen Duitsland, Oostenrijk, Frankrijk, Denemarken en Nederland. De meest vooruitstrevende markt is het Verenigd Koninkrijk. De trends zijn meestal afkomstig uit de Verenigde Staten en worden in het Verenigd Koninkrijk eerder overgenomen dan in de rest van Europa. Opvallend is het grote verschil in consumptie tussen de buurlanden Spanje en Portugal met 31 en 11 liter.

Figuur 2 Consumptie in West-Europa in 2006 in liters per hoofd van de bevolking



Bron: FWS

Figuur 3 Consumptie van vruchtensap per hoofd van de bevolking in Midden- en Oost-Europa in 2006 in liters



Bron: FWS

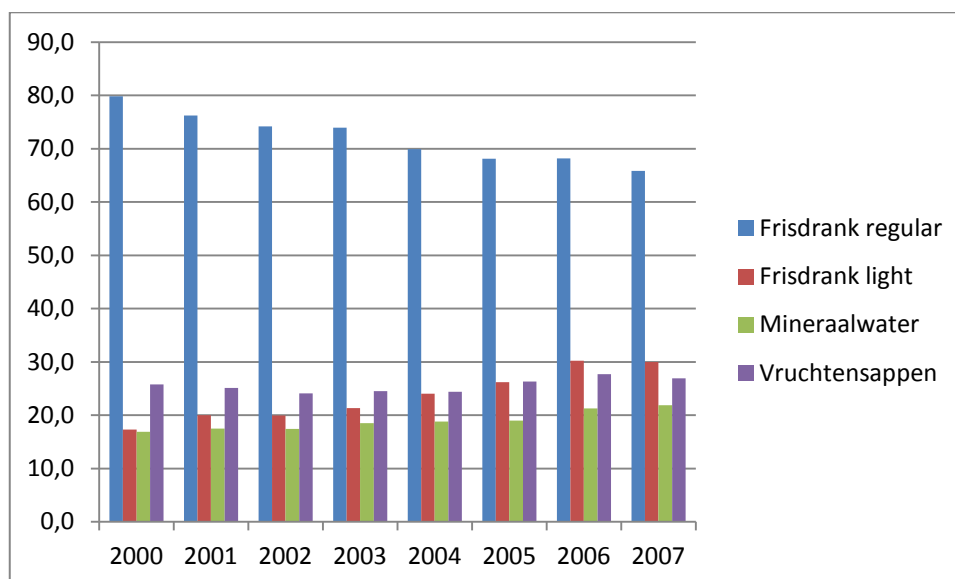
In Oost-Europa is de consumptie in de baltische staten Estland, Letland en Litouwen het hoogst. Estland kent de hoogste consumptie in Oost-Europa met 22 liter vruchtensap per hoofd per jaar. Het minste vruchtensap wordt geconsumeerd in Roemenie met 4 liter per hoofd.

1.3 Nederland

In Nederland zijn een aantal trends zichtbaar. De consumptie van vruchtensappen is na 4 jaar stijging licht afgenomen. Binnen de categorie is een verschuiving zichtbaar. Verse sappen worden steeds populairder bij de consument en deze categorie groeit met ruim 20% op jaarbasis. De consument wordt steeds beter geïnformeerd en tegelijkertijd ook steeds kritischer. Veel consumenten verlangen kwaliteit en de beste smaak, het prijsverschil tussen de koelverse sappen en de houdbare sappen accepteert men.

De schapruimte die de koelverse sappen in de supermarkt toegewezen krijgen is de afgelopen jaren sterk toegenomen. De toegenomen verkrijgbaarheid is voor een deel verantwoordelijk voor de toename in omzet.

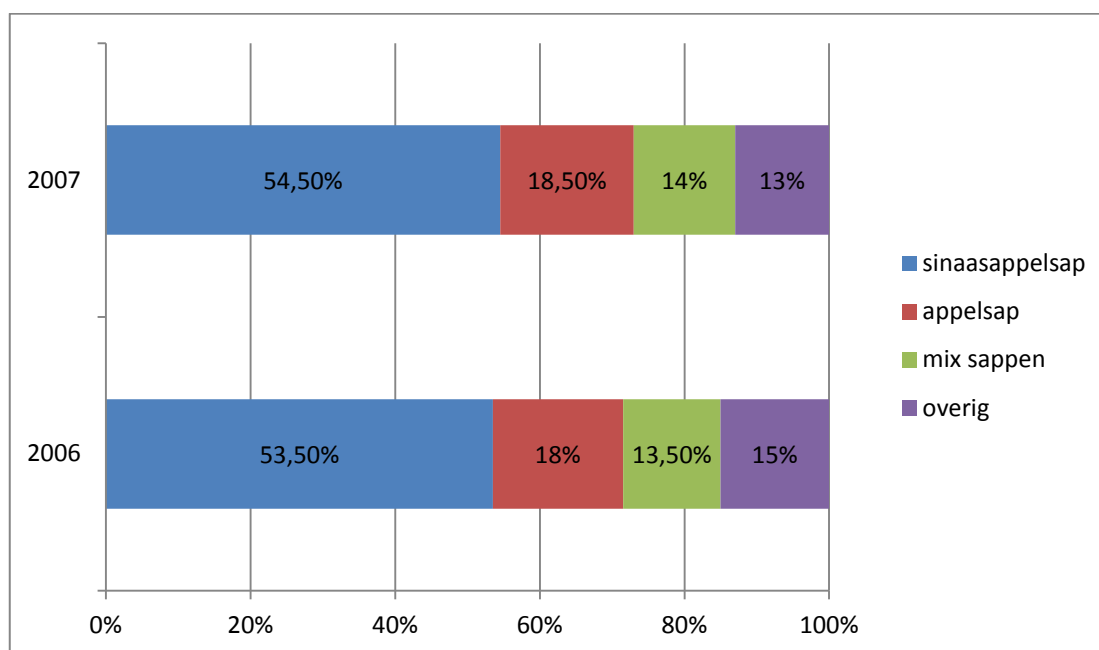
Figuur 4 Consumptie van frisdrank, mineraalwater en vruchtensap in liters per hoofd van de bevolking



Bron: CBS

De consumptie van frisdranken laat in de periode 2000-2007 een continue daling zien. De overige producten laten per saldo een stijging zien, licht frisdranken zijn relatief en absoluut gezien het sterkst gestegen. De consumptie van vruchtensappen varieert sinds 2000 tussen de 23 en 28 liter per persoon per jaar. Na een aantal jaren van stijgende consumptie is deze in 2007 weer gedaald.

Figuur 5 Consumptie van sappen naar segment



Bron: FWS

Ondanks een diversificatie van het aanbod is op de Nederlandse markt het aandeel van de belangrijkste producten toegenomen. Appelsap en vooral sinaasappelsap zijn samen goed voor 70% van de Nederlandse sapconsumptie. Ook binnen de nieuwe, groeiende categorieën zoals koelvers speelt met name sinaasappel een belangrijke rol.

In tabel 1 zijn, op basis van gegevens van het marktinformatiebedrijf Nielsen², de supermarktverkoop van vruchtensappen in de Nederlandse supermarkt weergegeven. Deze laten een beeld van stijgende prijzen en in veel gevallen stagnerende consumptie zien. Bij de supermarkten zijn gemengde sappen het belangrijkste product, gevolgd door sinaasappelsap en appelsap. Opvallend is de forse prijsstijging tussen 2006 en 2007 en de stagnerende consumptie in datzelfde jaar.

De verkoop van grootverpakkingen vruchtensap is in het jaar 2007 uitgedrukt in waarde toegenomen. De consumptie in liters is afgenomen, de prijzen zijn echter sterker gestegen. De consumptie is na een stijging in 2006 in 2007 met 5,5% afgenomen terwijl de prijzen in hetzelfde jaar met ruim 11% stegen. Per saldo zijn de uitgaven in 2007 gestegen.

²) Bij de product indeling van Nielsen is het vruchtgehalte bepalend: bij 25% of meer vruchtgehalte is het vruchtensap, bij een lager gehalte niet. De gegevens van Nielsen zijn exclusief de formules van Kooconsult: Dirk van den Broek, Bas van der Heijden en Digros zijn dus niet meegenomen in de cijfers van Nielsen.

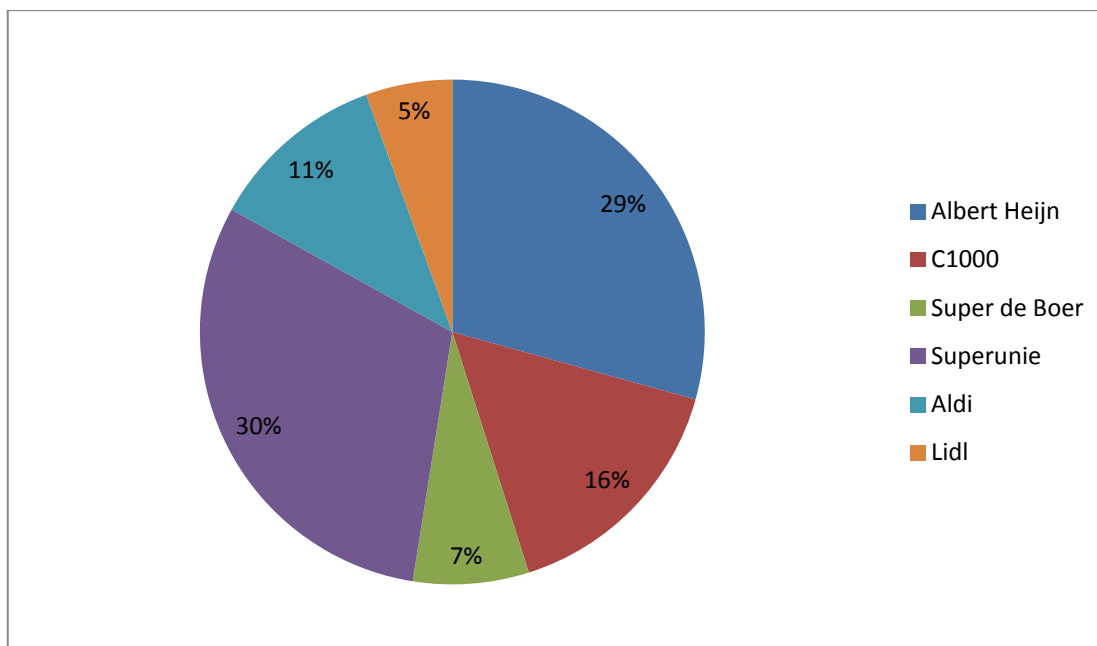
Tabel 1 Supermarktverkopten grootverpakkingen (0,5 liter of meer) vruchtensappen

	Verkopten x 1.000 €			Verkopten x 1.000 liter			Prijs per liter €		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Gemengd	119.004	133.615	151.595	136.910	154.081	154.317	0,87	0,87	0,98
Sinaasappel	94.612	101.991	112.978	135.783	137.913	120.459	0,70	0,74	0,94
Overig	41.937	43.000	45.241	69.890	65.723	68.093	0,60	0,65	0,66
Appel	23.863	25.631	26.530	48.417	48.139	43.046	0,49	0,53	0,62
Appel Perzik	17.363	22.495	20.324	35.688	45.261	40.881	0,49	0,50	0,50
Appel & 2 ^e Smaak	21.297	19.921	18.606	38.438	34.985	33.885	0,55	0,57	0,55
Bosvruchten	15.902	15.695	14.240	20.659	21.118	21.347	0,77	0,74	0,67
Sinaasappel & Mandarijn	7.029	11.130	9.245	14.442	22.494	18.876	0,49	0,49	0,49
Grapefruit	6.725	6.666	5.357	5.805	4.940	3.854	1,16	1,35	1,39
Sinaasappel & 2 ^e smaak	5.258	5.340	4.680	7.979	8.953	8.675	0,66	0,60	0,54
Perzik	5.804	5.242	4.668	6.994	6.106	5.544	0,83	0,86	0,84
Druif	4.192	3.851	3.906	4.539	4.055	4.128	0,92	0,95	0,95
Ananas	2.741	2.580	2.549	2.664	2.481	2.402	1,03	1,04	1,06
Cranberry	2.454	2.721	2.537	1.382	1.658	1.573	1,78	1,64	1,61
Peer	777	941	1.048	759	877	885	1,02	1,07	1,19
Totaal	368.958	400.818	423.503	530.348	558.781	527.964	0,70	0,72	0,80

Bron: PT / Nielsen

Het marktaandeel van Albert Heijn is met 29% fors, tevens iets hoger dan op basis van het overall marktaandeel verwacht mag worden. De producten bij Albert Heijn zijn gemiddeld hoger geprijsd dan bij de overige supermarkten die in de vergelijking zijn meegenomen. Enerzijds komt dit door een assortiment dat hoger gepositioneerd is en dus meer kost. Anderzijds is dit het gevolg van hogere prijzen. Na Albert Heijn volgt C1000, met een marktaandeel van 16%. De Superunie (een inkoopvereniging) heeft met 30% het grootste marktaandeel in handen maar dit wordt bereikt met een groot aantal zeer diverse supermarktketens en formules.

Figuur 6 Marktaandeelen van supermarktketens grootverpakking vruchtensappen in 2007 (waarde)



Bron: PT / Nielsen

Binnen de vruchtensappen zijn de koelverse sappen een belangrijke groeicategorie. Hieronder vallen veel gemengde dranken, al dan niet op basis van 1 hoofdingrediënt. De grootste categorie is sinaasappel, inclusief sinaasappel plus nog een tweede smaak, gevolgd door aardbeien met nog een tweede smaak.

Tabel 2 Supermarktverkopten koelverse sappen in grootverpakkingen (0,5 liter of meer)

	Verkopten x 1.000 €			Verkopten x 1.000 liter			Prijs per liter €		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Sinaasappel & 2 ^e Smaak	33.905	36.911	44.315	24.717	26.513	29.404	1,37	1,39	1,51
Gemengd	22.844	23.743	26.879	17.198	17.391	18.231	1,33	1,37	1,47
Aardbei & 2 ^e Smaak	9.209	9.743	10.732	6.617	6.845	6.768	1,39	1,42	1,59
Mango & 2 ^e Smaak	8.463	8.965	10.587	6.457	6.688	7.047	1,31	1,34	1,50
Granaatappel	150	1.772	5.637	80	983	3.038	1,87	1,80	1,86
Multivitamine	3.611	4.426	4.889	2.699	3.299	3.626	1,34	1,34	1,35
Appel & 2 ^e Smaak	2.668	2.553	4.328	1.496	1.404	2.017	1,78	1,82	2,15
Kiwi & 2 ^e Smaak	593	1.229	2.784	221	481	1.137	2,69	2,55	2,45
Bosvruchten	1.805	1.882	2.349	893	916	1.021	2,02	2,05	2,30
Abrikoos	77	536	1.160	41	279	606	1,89	1,92	1,91
Ananas	221	228	1.006	148	154	582	1,49	1,48	1,73
Mandarijn & 2 ^e Smaak	646	550	435	340	294	247	1,90	1,87	1,76
Banaan	39	6	15	16	2	5	2,47	2,46	2,98
Totaal	84.231	92.544	115.117	60.923	65.249	73.727	1,38	1,42	1,56

Bron: PT / Nielsen

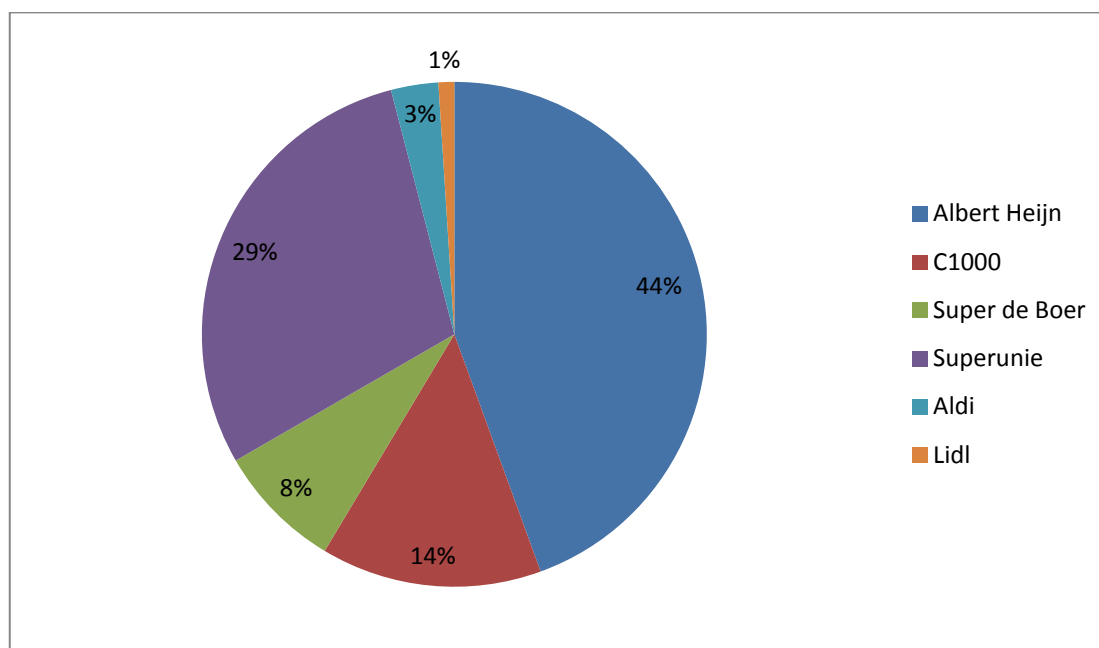
Koelverse sappen worden zowel in klein- als in grootverpakking verkocht. De gemiddelde prijs per liter van de kleinverpakte sappen ligt (uiteraard) hoger dan die van de grotere verpakkingen.

Tabel 3 Supermarktverkopten koelverse sappen in kleinverpakkingen (minder dan 0,5 liter)

	Verkopten x 1.000 €			Verkopten x 1.000 liter			Prijs per liter €		
	2005	2006	2007	2005	2006	2007	2005	2006	2007
Sinaasappel & 2 ^e Smaak	12.153	15.149	18.300	4.003	4.852	5.739	3,04	3,12	3,19
Aardbei & 2 ^e Smaak	8.767	10.831	14.162	2.160	2.587	3.327	4,06	4,19	4,26
Appel & 2 ^e Smaak	7.303	8.108	9.561	1.507	1.719	2.113	4,85	4,72	4,52
Mango & 2 ^e Smaak	5.962	6.945	8.936	1.368	1.565	1.953	4,36	4,44	4,57
Gemengd	2.635	4.342	8.378	646	964	1.724	4,08	4,50	4,86
Ananas & 2 ^e Smaak	5.105	6.320	7.135	1.218	1.409	1.615	4,19	4,49	4,42
Kiwi & 2 ^e Smaak	2.362	2.473	3.247	721	743	880	3,28	3,33	3,69
Banaan	3.442	2.503	1.450	609	411	270	5,65	6,09	5,38
Bosvruchten	6	20	186	1	6	49	4,44	3,54	3,81
Cranberry	5	2	161	1	1	29	3,30	3,30	5,56
Druif & 2 ^e Smaak	1	3	46	0	1	20	4,75	6,03	2,36
Multivitamine	0	5	48	0	2	15		3,29	3,26
Citrus 2 ^e Smaak	75	75	32	25	25	7	2,99	2,99	4,30
Totaal	47.815	56.777	71.643	12.261	14.282	17.740	3,90	3,98	4,04

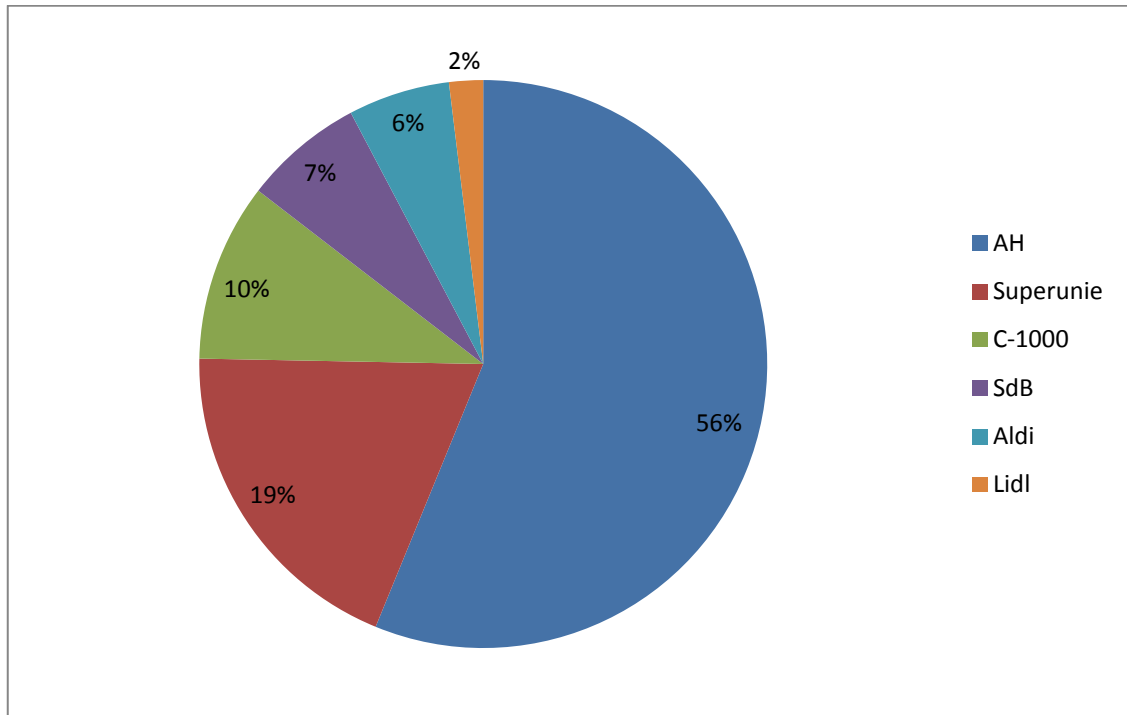
Sommige soorten koelvers zijn snel gegroeid de laatste jaren, zoals granaatappel en kiwi. Bij de snelle opkomst van granaatappel speelt waarschijnlijk de gezondheidsclaim rond dit product een rol.

Figuur 7 Marktaandeelen van supermarktketens bij koelverse vruchtensappen in grootverpakking (0,5 liter of meer) in 2007 (waarde)



Uit de marktaandeelen van de verschillende supermarktketens blijkt duidelijk dat Albert Heijn (44% bij grote verpakkingen, 56% bij kleine verpakkingen) een supermarkt is die voorop loopt met nieuwe en relatief luxe producten. Het omgekeerde geldt voor de Aldi en de Lidl, die bij de koelverse vruchtensappen een veel lager marktaandeel hebben dan bij vruchtensappen als geheel.

Figuur 8 Marktaandeelen van supermarktketens bij koelverse vruchtensappen in kleinpakking (minder dan 0,5 liter) in 2007 (waarde)



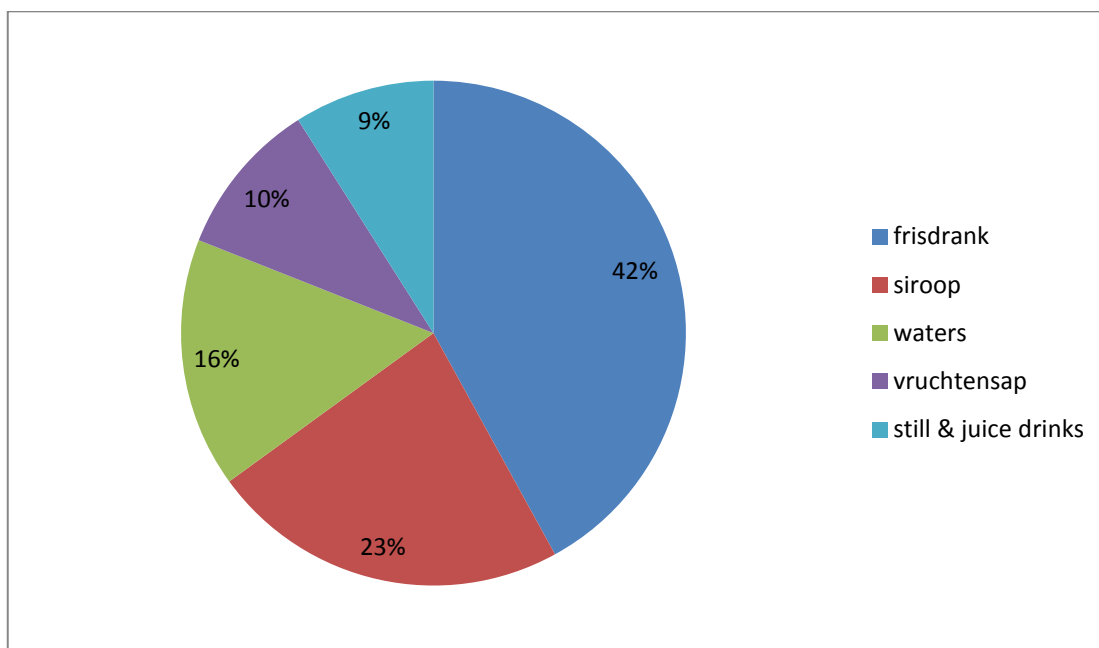
1.4 Verenigd Koninkrijk

De consumptie van vruchtensappen in het Verenigd Koninkrijk profiteert van de gezondheidstrend. De consumentenbestedingen aan nectars en sappen zijn gestegen, en de consument is enthousiast om nieuwe producten naast het traditionele assortiment uit te proberen.

Een smoothie bestaat uit een mix van fruit of groente waaraan ijs/water/yoghurt/melk wordt toegevoegd. De smoothies zijn qua absolute omvang nog een klein product maar dit segment liet in 2007 groeicijfers van 44% zien. Het aantal verkooppunten is enorm gestegen. De smoothies zijn in de supermarkt verkrijgbaar, maar ook in de zogenaamde convenience stores en op stations en in drukke winkelstraten.

Ook de frisdranken focussen zich op gezondheid. Innovaties in dit segment richten zich op producten met toegevoegde waarde zoals energy en vitamine boosts.

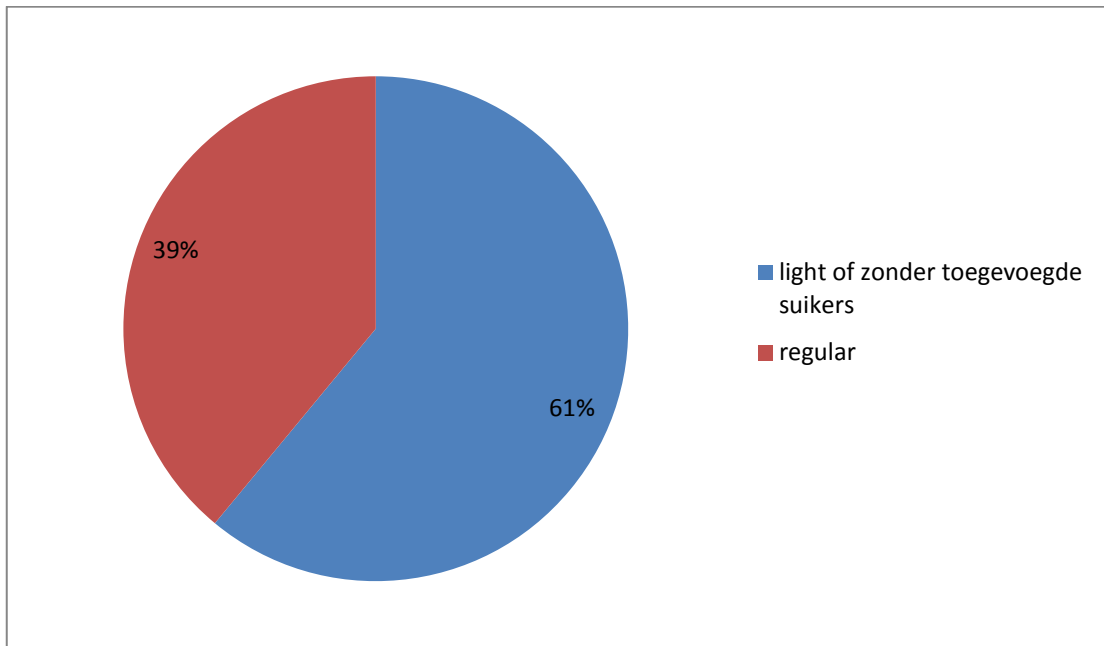
Figuur 9 Marktaandelen van de verschillende productgroepen in 2007



Bron: BSDA

Gezondheid is de trend in het Verenigd Koninkrijk. Voor de consumptie van sappen en nectars heeft dit tot gevolg dat de “No added sugar”-varianten zeer populair zijn. Meer dan de helft van de consumptie bestaat uit dergelijke producten.

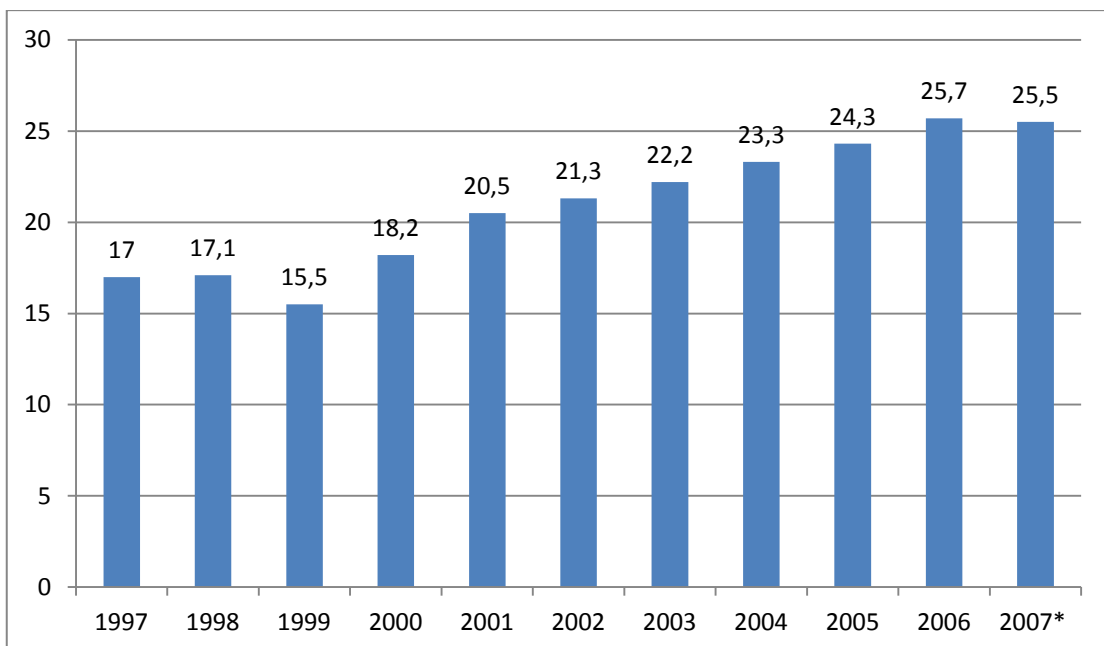
Figuur 10 Het belang van light en “no added sugar”-producten in 2006



Bron: BSDA

De consumptie van vruchtensappen en nectars is in de afgelopen 6 jaar met 20% toegenomen. Dit beeld is niet uniek voor het Verenigd Koninkrijk, in heel West-Europa neemt de consumptie van deze producten toe. Vruchtensappen en nectars worden onder andere als gezonder alternatief voor frisdrank gezien.

Figuur 11 Consumptie van vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de bevolking



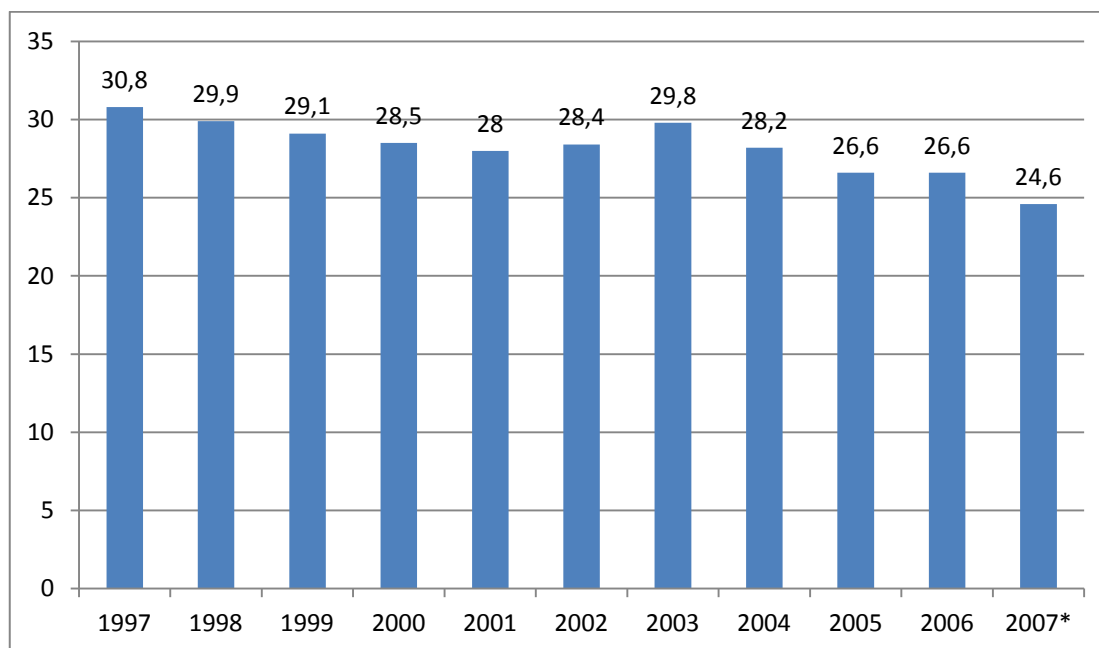
Bron: Flussiges Obst

* raming

1.5 Duitsland

Duitsland is één van de landen met de hoogste consumptie van vruchtensap in Europa. De consumptie is de afgelopen jaren echter afgenomen, ten opzichte van 1997 werd er in 2007 20% minder vruchtensap geconsumeerd.

Figuur 12 Consumptie vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de bevolking



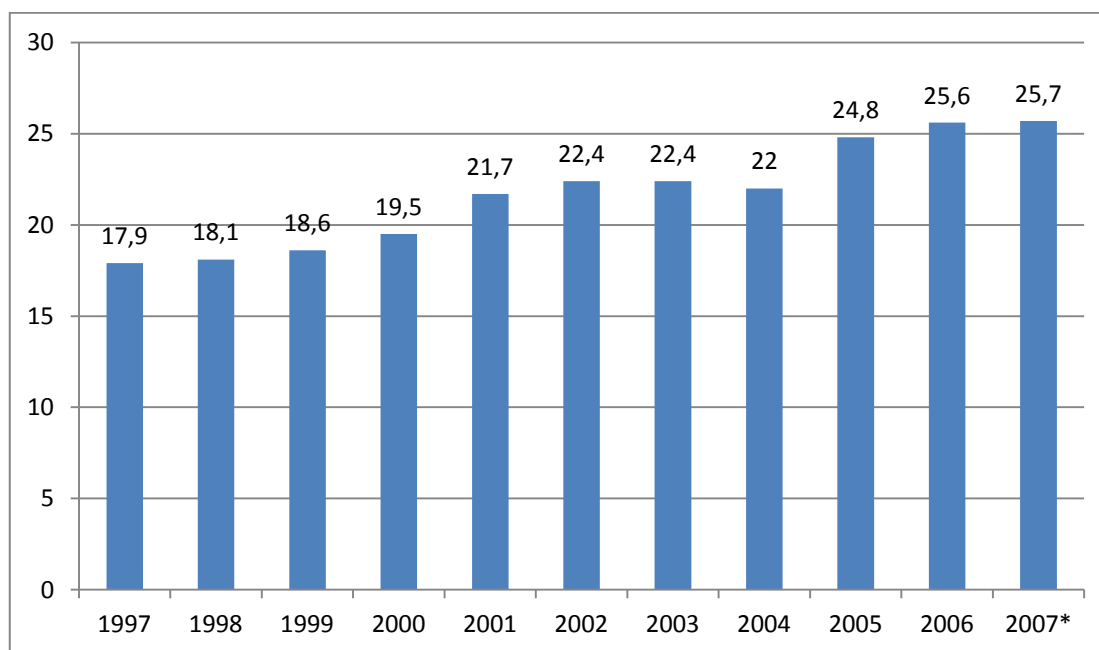
Bron: Flussiges Obst

* raming

1.6 Frankrijk

De consumptie van vruchtensap in Frankrijk is de afgelopen jaren aanzienlijk toegenomen, vergeleken met 10 jaar geleden wordt er in 2007 in Frankrijk 44% meer vruchtensap geconsumeerd. Ook in Frankrijk groeit de consumptie van gekoelde vruchtensappen sneller dan die van de markt in totaal.

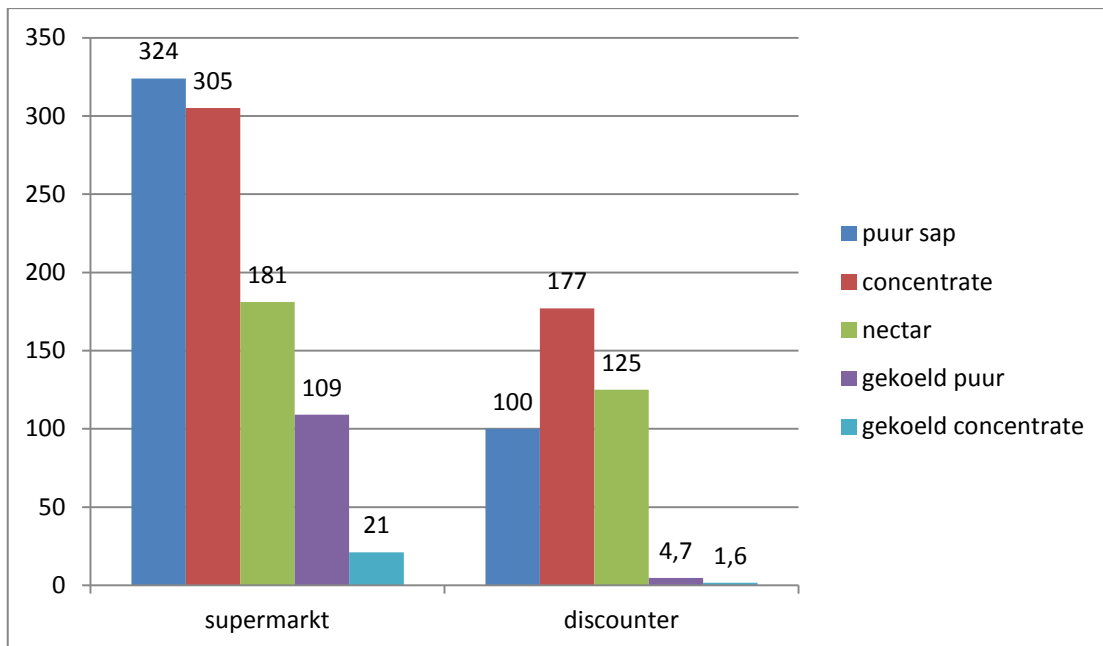
Figuur 13 Consumptie vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de bevolking



Bron: Flussiges Obst

* raming

Figuur 14 Verkoop van vruchtensappen in de Franse supermarkt & discounter in 2007, x 1.000.000 liters



Bron: Nielsen

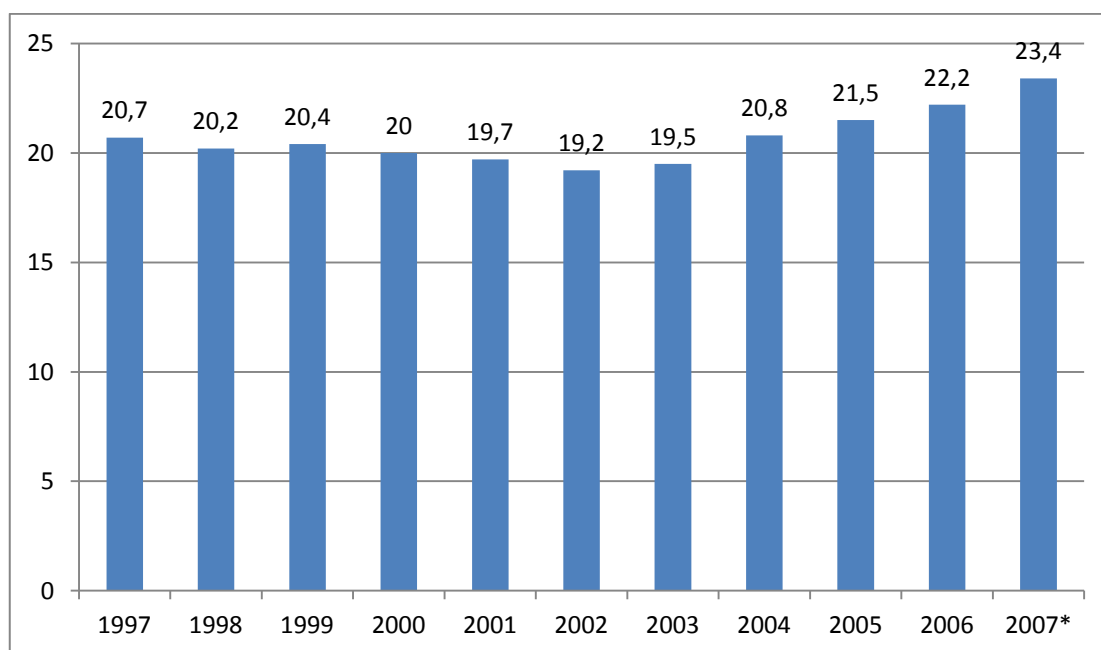
Gekoelde vruchtensappen kosten in de Franse supermarkt gemiddeld € 2,29 per liter terwijl op concentrate gebaseerde producten gemiddeld € 1,66 per liter kosten. Van de gekoelde sappen werd in 2007 in de Franse supermarkt 129 miljoen liter verkocht. De groei in deze categorie gebaseerd op het aantal liters bedroeg in 2007 10%.

De Franse discounter is duidelijk minder actief met gekoelde vruchtensappen, er werd slechts 6.3 miljoen liter afgezet voor een gemiddelde prijs van € 1,61. De prijzen liggen hiermee wel duidelijk lager dan in de supermarkt. De analyse is dat gekoelde vruchtensappen niet geschikt zijn om in de discounter verkocht te worden, gekoelde ruimte is vereist en de houdbaarheid is ook dan nog beperkt.

1.7 België & Luxemburg

In België en Luxemburg neemt de consumptie van vruchtensappen geleidelijk toe van een dieptepunt van 19,2 liter in 2002 naar 23,4 liter in 2007

Figuur 15 Consumptie van vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de bevolking



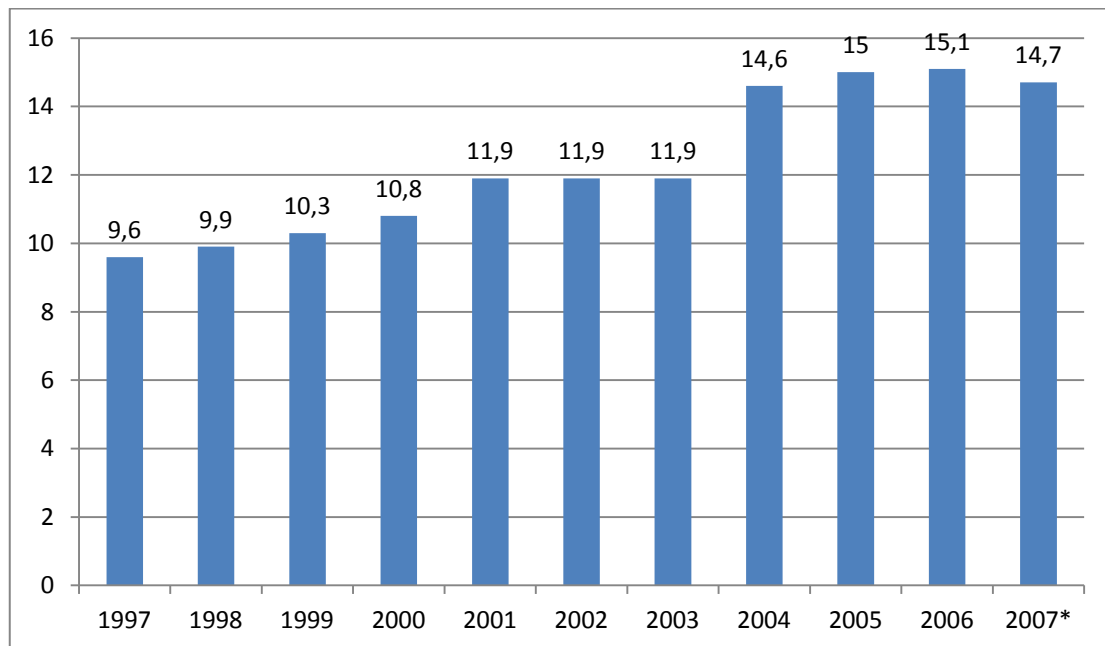
Bron: Flussiges Obst

* raming

1.8 Italië

Italië kent een beperkte consumptie van vruchtensap per hoofd wanneer het land vergeleken wordt met de rest van West-Europa. De consumptie is wel stijgend, ten opzichte van 10 jaar geleden werd er in 2007 50% meer geconsumeerd.

Figuur 16 Consumptie vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de bevolking



Bron: Flussiges Obst

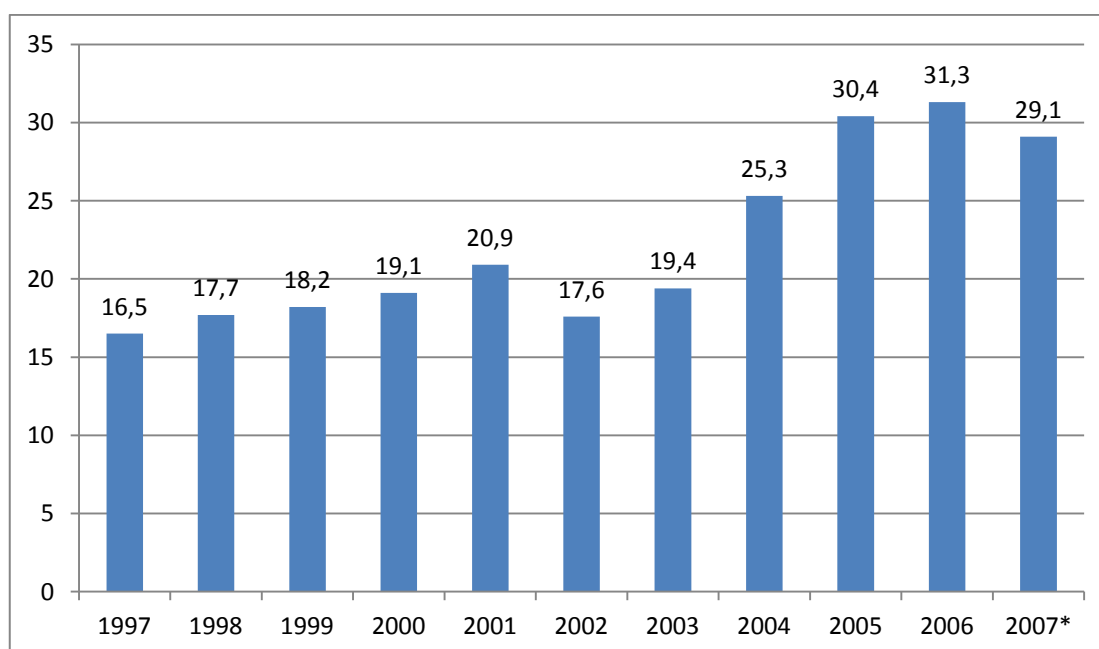
* raming

1.9 Spanje & Portugal

Spanje is, met een consumptie die rond de 30 liter per hoofd schommelt, het land met de hoogste consumptie van vruchtensap in Europa. Na een forse stijging begin 21^e eeuw lijkt de markt nu verzadigd. De groei is er uit en in 2007 is er naar verwachting zelfs sprake van een lichte daling.

In Portugal wordt veel minder sap geconsumeerd dan in Spanje. Ondanks het feit dat beide landen op veel vlakken vergelijkbaar zijn is hier sprake van een fors verschil. In Portugal is de forse groei van de consumptie begin 21^e eeuw, waar in Spanje sprake van was, achterwege gebleven.

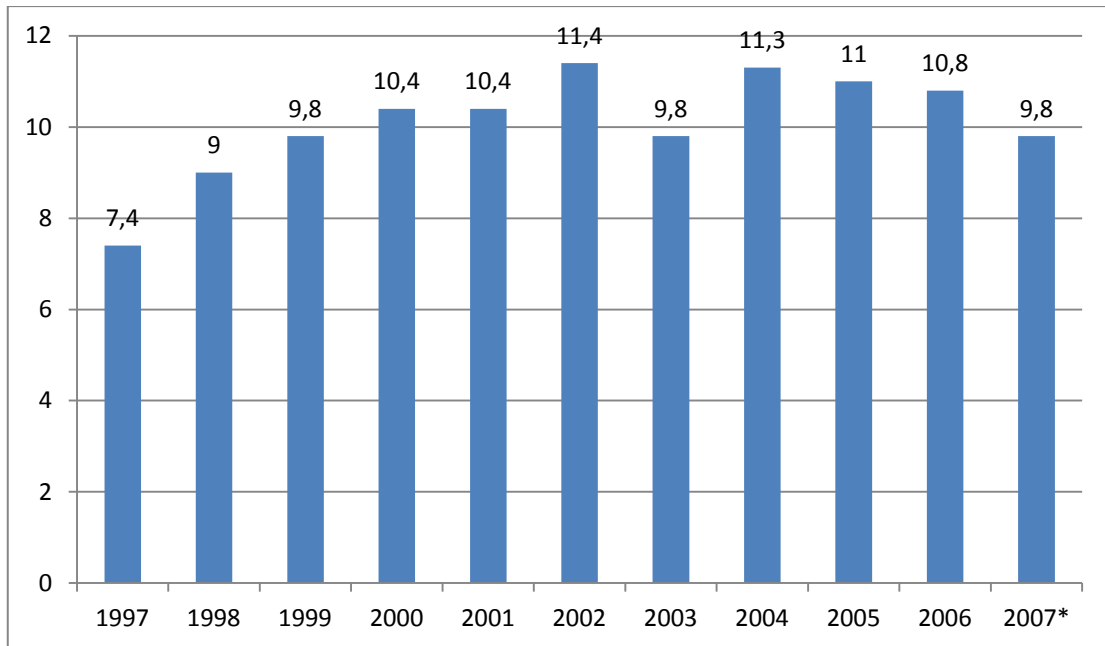
Figuur 17 Consumptie vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de Spaanse bevolking



Bron: Flussiges Obst

* raming

Figuur 18 Consumptie vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de Portugese bevolking



Bron: Flussiges Obst

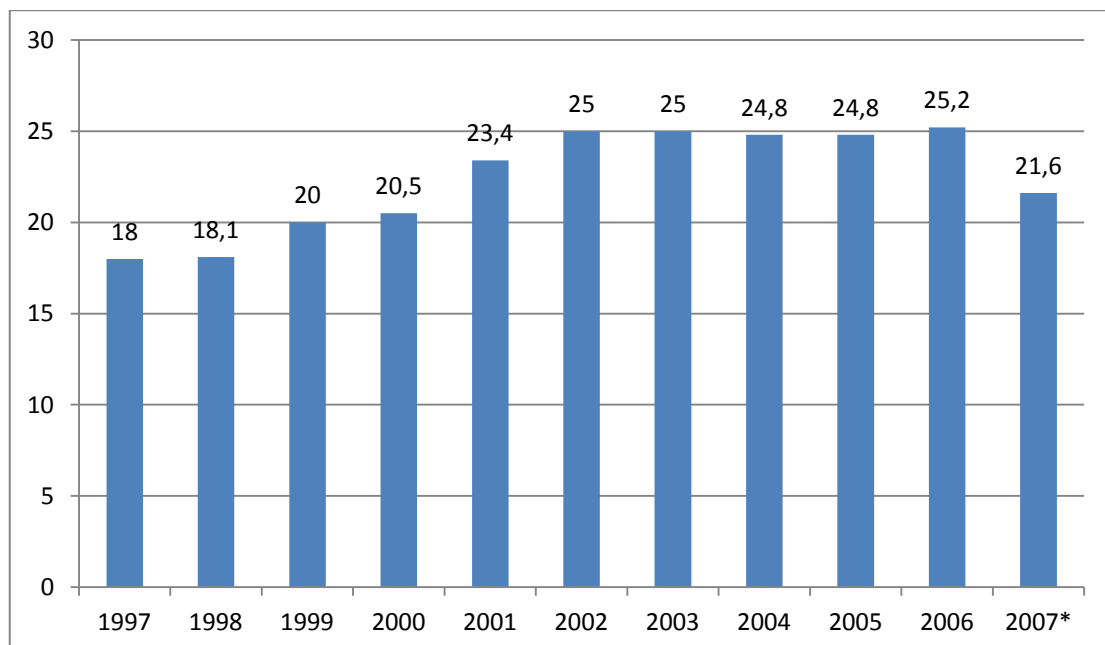
* raming

1.10 Scandinavië

Vooral in Finland en Noorwegen is de consumptie van vruchtensappen aanzienlijk, deze landen horen wat dit betreft tot de top van Europa. In Finland wordt vruchtensap gedronken bij het ontbijt en in de sauna, in het laatste geval om het verloren vocht op gezonde wijze aan te vullen.

In Zweden en Denemarken is de consumptie van vruchtensap wat lager waarbij beide landen een tamelijk constante consumptie laten zien. Zweden en Denemarken staan bekend als tamelijk progressieve landen inzake eet en drinkgewoonten, dit geldt ook voor de consumptie van vruchtensappen.

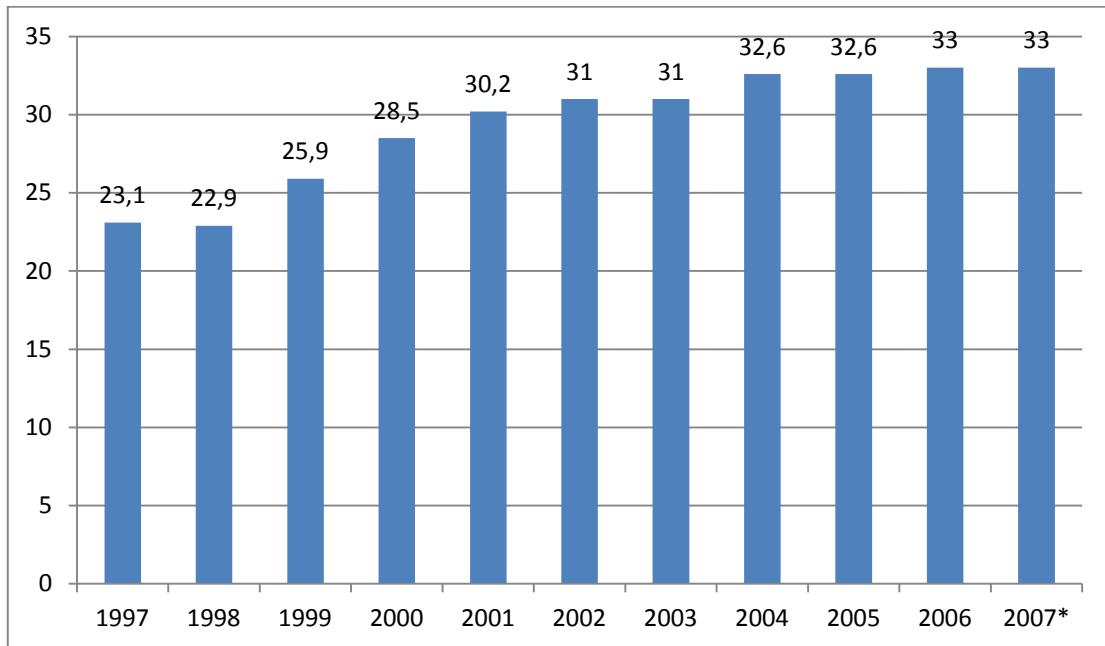
Figuur 19 Consumptie van vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de Deense bevolking



Bron: Flussiges Obst

* raming

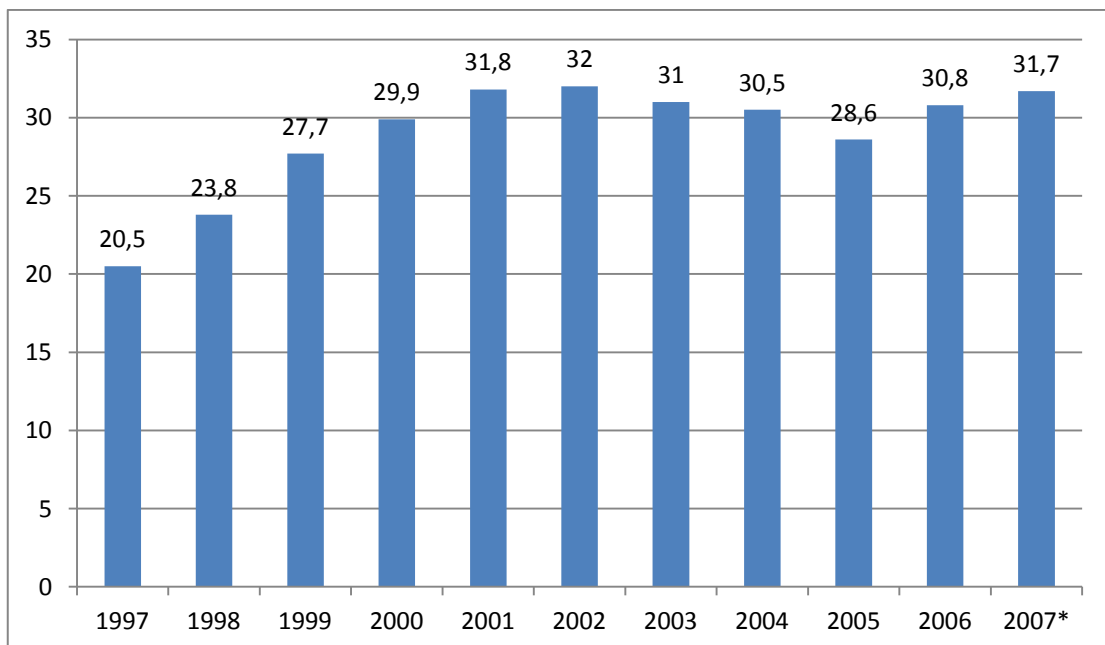
Figuur 20 Consumptie van vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de Finse bevolking



Bron: Flussiges Obst

* raming

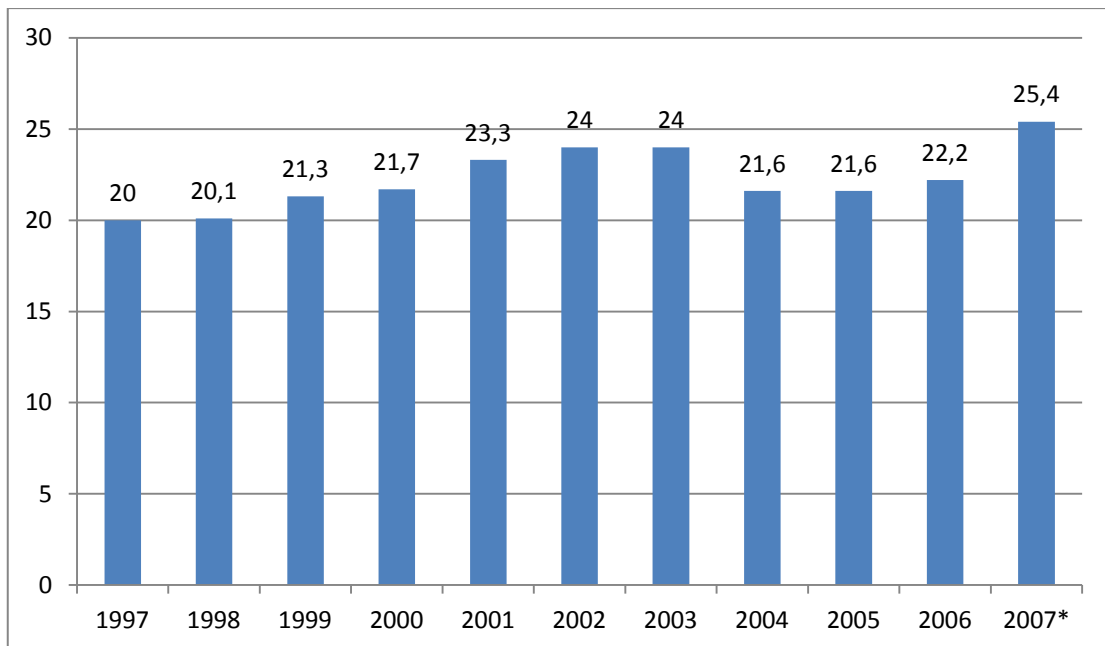
Figuur 21 Consumptie van vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de Noorse bevolking



Bron: Flussiges Obst

* raming

Figuur 22 Consumptie van vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de Zweedse bevolking



Bron: Flussiges Obst

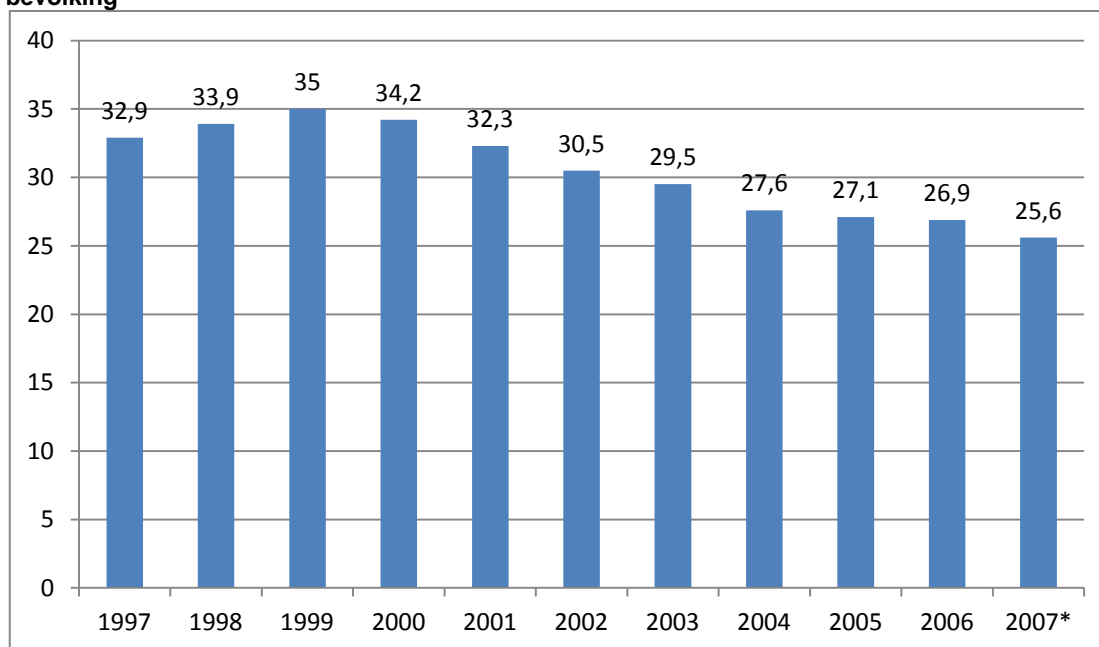
* raming

1.11 Oost- en Midden-Europa

In Oost-Europa is de consumptie van vruchtensap wat lager dan in het westelijk deel van Europa. Dit komt door de lagere welvaart in dit gebied vergeleken met West-Europa. Wel duidelijk zichtbaar is de toenemende consumptie welke synchroon loopt met de toenemende welvaart in Oost-Europa.

Midden-Europa, waartoe in dit geval ook Zwitserland en Oostenrijk gerekend wordt, is een welvarend gebied waar veel sap geconsumeerd wordt. In Oostenrijk is een dalende trend zichtbaar; na een hoogtepunt qua consumptie van 35 liter per hoofd in 1999 is deze afgenomen naar 25,6 liter per hoofd in 2007. In Zwitserland is de consumptie van vruchtensap zeer stabiel en varieert tussen de 27 en 29,5 liter per hoofd van de bevolking.

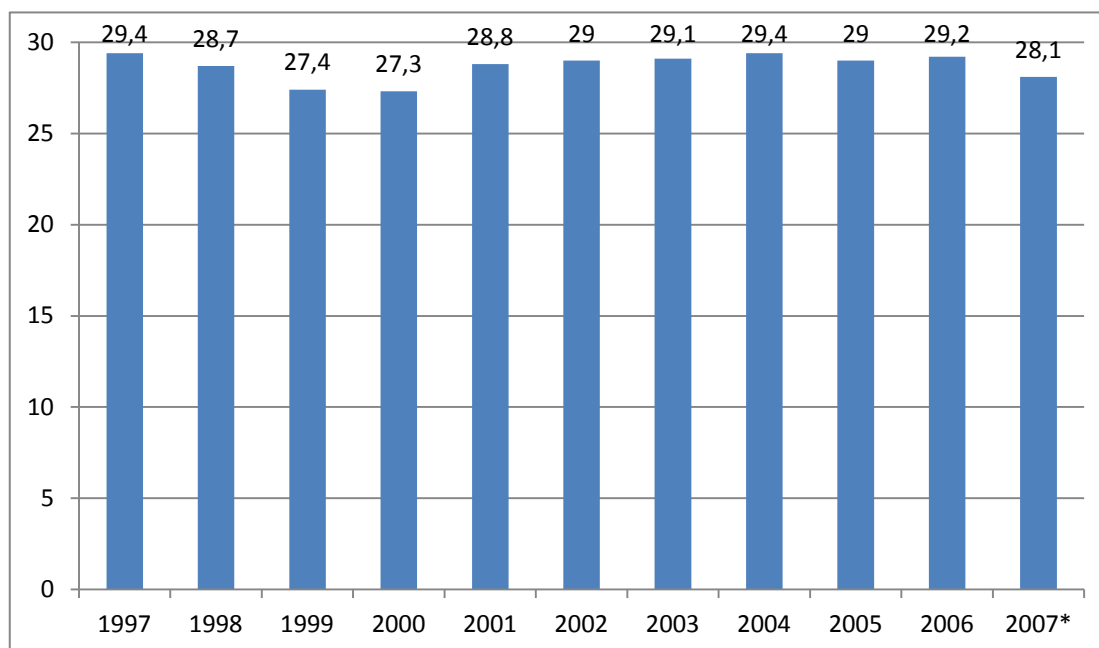
Figuur 23 Consumptie vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de Oostenrijkse bevolking



Bron: Flussiges Obst

* raming

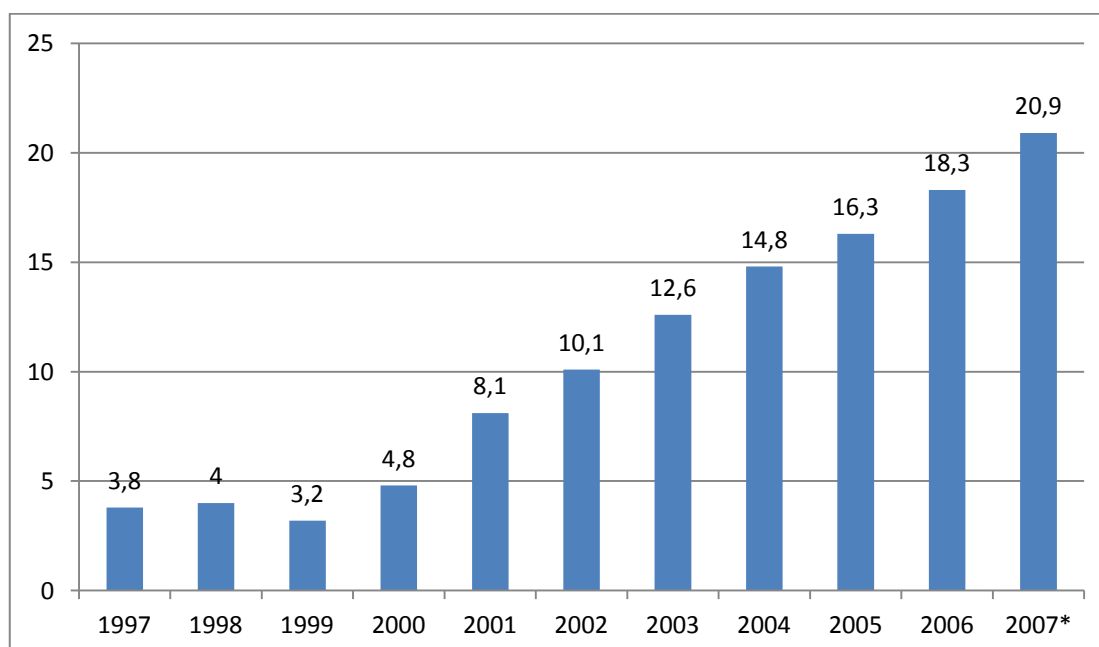
Figuur 24 Consumptie van vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de Zwitserse bevolking



Bron: Flussiges Obst

* raming

Figuur 25 Consumptie van vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de Russische bevolking



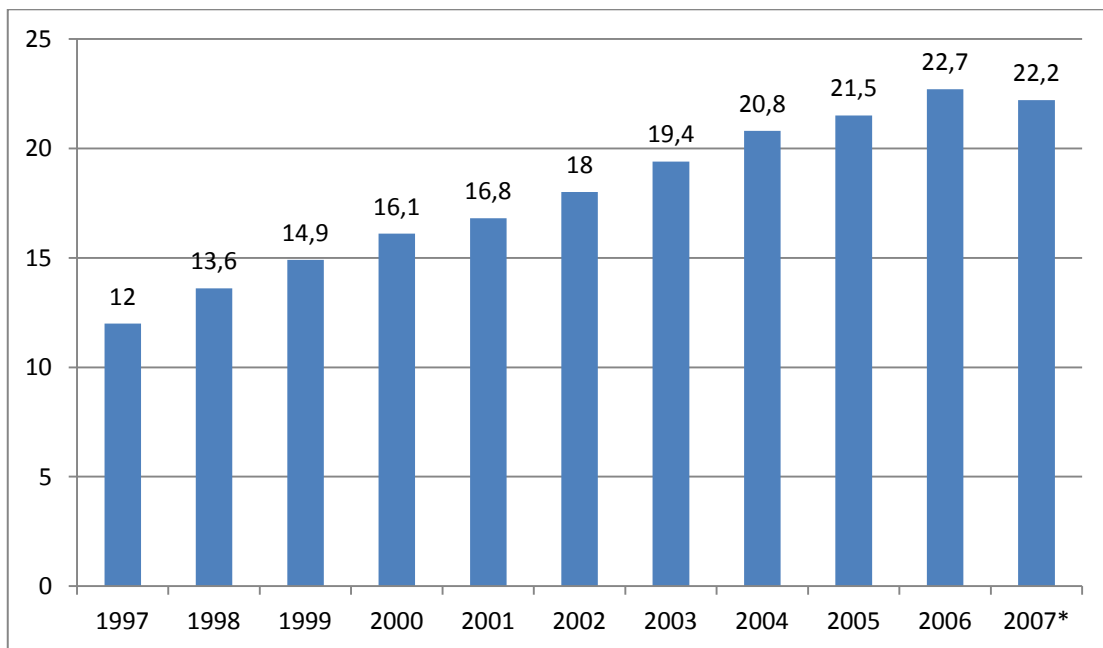
Bron: Flussiges Obst

* raming

Rusland is een early adaptor op de fruitsappenmarkt. De consumptie lijkt met bijna 21 liter per hoofd niet heel hoog, totdat er onderscheid tussen stad en platteland wordt gemaakt met 50 liter per hoofd in de stad, en 3 liter per hoofd op het platteland. Nu blijkt dat de stedelijke gebieden in Rusland zowel relatief als absoluut zeer veel sap consumeren. In Rusland is appelsap het favoriete product, gevolgd door sinaasappel, perzik, druif, tomaat, en ananas. De Russische consument is vooruitstrevend; sappen op basis van diverse bessen zijn populair.

De import van concentrate is relatief hoog in Rusland, dit is het gevolg van de voorliefde voor tomatensap. Tomatensap wordt over het algemeen van concentrate gemaakt. De verwachting is dat de consumptie van vruchtensap in Rusland de komende jaren met 8% op jaarbasis zal toenemen. De belangrijkste exporteurs van concentrate naar Rusland zijn China en Chili. De verwachting is dat de import van concentrate de komende jaren zal afnemen door de toenemende import van verse sappen.³

Figuur 26 Consumptie vruchtensappen en nectars in liters per hoofd van de Poolse bevolking



Bron: Flussiges Obst

* raming

In Polen is sprake van toenemende welvaart en een zekere verwestering van het land. De consumptie van sap is in 10 jaar tijd bijna verdubbeld naar 22 liter per hoofd van de bevolking op jaarbasis

³ Bron: Foodnews; Juices, Purees & Superfruits 2008

2 Handel

2.1 Europese Handelsstromen

2.1.1 Import

Duitsland is de belangrijkste Europese importeur van vruchtensappen. De Duitse invoer is wel afgenomen; van 1.359 miljoen kilo in 2003 naar 1.185 miljoen kilo in 2007. De invoer in Frankrijk is in 4 jaar tijd met 10% toegenomen, van ruim 900 miljoen kilo naar ruim 1.000 miljoen kilo. De invoer in Nederland is in dezelfde periode afgenomen van ruim 1.050 miljoen kilo naar 850 miljoen kilo. Verder vallen de forse schommelingen bij de import in het Verenigde Koninkrijk op, net zoals de daling van de Italiaanse import.

Een complicerende factor bij vruchtensappen is dat ze in verschillende concentraties worden verhandeld. Zo kan het gebeuren dat Nederland meer sinaasappelsap exporteert dan het importeert, terwijl er in Nederland toch echt geen sinaasappels worden verbouwd. De verklaring is dat er in Nederland geconcentreerd sinaasappelsap wordt ingevoerd, waarna het verdund en verpakt wordt. Als er veel wordt geëxporteerd kan het gebeuren dat de uitvoer van sinaasappelsap uit Nederland hoger uitvalt dan de import.

Tabel 4 Import van vruchtensappen in Europese landen (x 1.000 kg)

	2003	2004	2005	2006	2007
Duitsland	1.359.028	1.262.882	1.348.837	1.309.544	1.185.267
Frankrijk	901.945	946.957	988.267	1.015.993	1.037.999
Nederland	1.059.251	1.094.713	1.132.442	1.078.306	850.003
België	764.334	762.385	811.787	843.362	845.526
Ver.Koninkrijk	764.884	1.387.231	852.365	1.005.285	789.559
Oostenrijk	260.449	269.680	330.371	251.808	256.728
Italië	303.583	292.344	287.697	269.087	229.062
Spanje	176.359	186.927	200.048	207.271	221.982
Ierland	74.556	69.177	89.288	96.751	118.252
Zweden	101.162	96.262	100.330	105.045	113.938
Denemarken	115.165	99.696	100.149	96.488	89.091
Portugal	49.700	48.959	47.720	50.685	66.388
Griekenland	54.245	59.065	53.963	56.563	64.092
Finland	44.908	49.528	53.634	47.412	45.840
Luxemburg	14.698	13.911	13.542	13.477	13.166

Bron: Eurostat

Tabel 5 Import van vruchtensap in Europese landen (x 1.000 €)

	2003	2004	2005	2006	2007
Duitsland	1.041.641	881.926	910.881	1.088.870	1.219.610
Nederland	851.782	756.313	751.776	900.295	806.514
Ver.Koninkrijk	519.154	514.016	593.582	683.268	771.906
Frankrijk	634.385	595.241	591.039	669.171	731.806
België	470.415	465.420	462.449	583.265	666.794
Oostenrijk	184.441	175.023	226.997	224.894	313.592
Italië	209.418	201.104	181.815	193.807	208.191
Spanje	150.446	155.094	157.802	187.736	188.451
Ierland	74.899	72.025	93.514	114.866	163.137
Zweden	93.020	82.728	80.273	108.732	130.703
Denemarken	92.729	85.907	78.494	86.823	102.832
Griekenland	49.598	54.860	47.070	59.384	70.334
Finland	47.508	46.781	44.934	52.685	62.133
Portugal	40.857	41.625	35.663	42.729	54.860
Luxemburg	14.454	14.155	14.419	14.522	14.484

Bron: Eurostat

Als de import in waarde wordt weergegeven verandert het beeld enigszins. De import in Duitsland blijkt relatief duur te zijn met een gemiddelde prijs boven de € 1,00 per kilo, terwijl de Belgische en Franse import relatief goedkoop is, beide landen zakken hierdoor een plaats in de rangschikking.

De Nederlandse import in kilo's is aanzienlijk harder afgenomen dan de import in waarde. Dit kan enerzijds veroorzaakt worden door de stijgende prijzen van grondstoffen, maar het kan anderzijds ook een gevolg zijn van een verschuiving bij de import van sap naar concentraat. Dit is eveneens zichtbaar bij de import in België, deze stijgt minimaal in kilo's maar aanzienlijk in waarde.

In de nieuwe lidstaten van de Europese Unie wordt minder vruchtensap geconsumeerd dan in de oorspronkelijke lidstaten, dit is ook in de import terug te zien. Polen is in Oost-Europa de grootste importeur van vruchtensappen met ruim 113 miljoen kilo, vergelijkbaar met de invoer in Zweden, dat echter wel veel minder inwoners heeft.

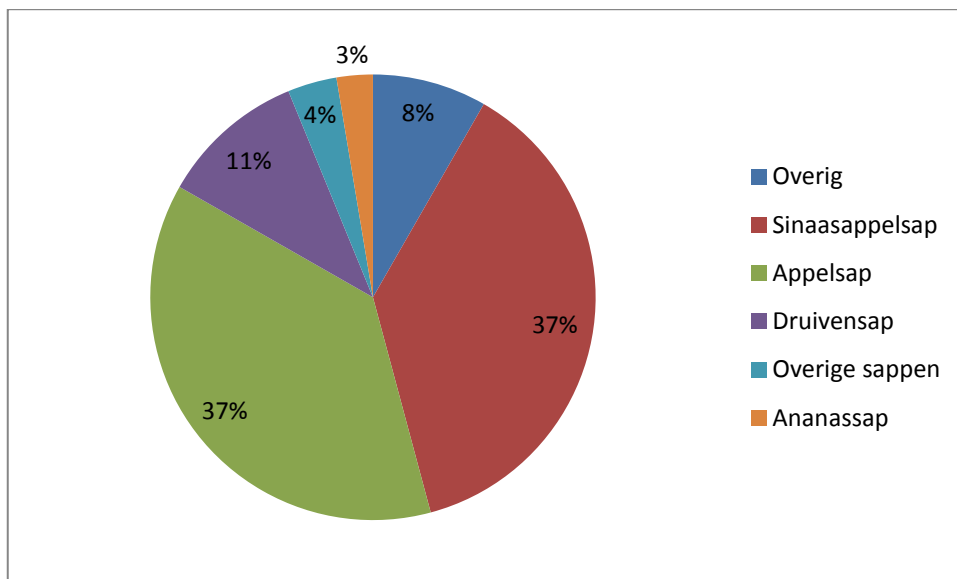
Tabel 6 Import van vruchtensappen in de nieuwe EU lidstaten (x 1.000 kg)

	2005	2006	2007
Polen	132.479	94.479	113.229
Tsjechië	64.063	69.459	69.337
Hongarije	45.054	43.976	56.434
Roemenië	12.468	19.643	27.503
Litouwen	20.791	21.700	26.897
Letland	15.536	16.263	18.050
Slovenië	11.643	14.977	17.577
Bulgarije	11.490	13.888	16.912
Estland	11.773	12.521	13.613
Cyprus (Grieks deel)	5.882	5.849	7.841
Malta	6.099	5.473	4.720
Slowakije	40.124	29.808	.

Bron: Eurostat

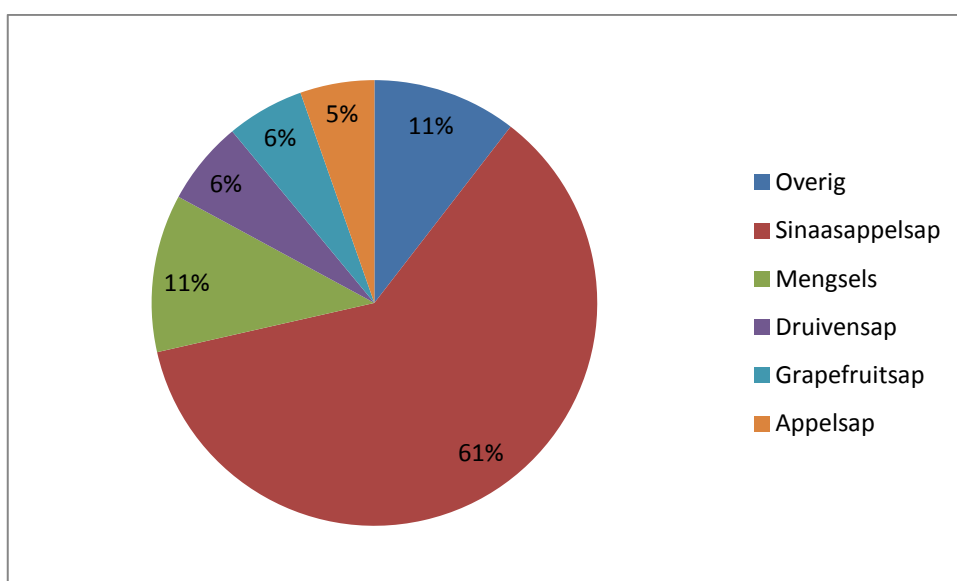
De import in de belangrijkste importlanden voor vruchtensappen is per product weergegeven in onderstaande diagrammen. Als deze 5 landen met elkaar vergeleken worden vallen een aantal zaken op. Ten eerste valt op dat sinaasappelsap in alle landen het belangrijkste product is. Enkel in Duitsland heeft appelsap een even groot aandeel, beiden maken namelijk 37% van de import uit. Verder valt op dat in België de import van sinaasappelsap bijna 80% van de totale import bedraagt. Tenslotte is de import in Nederland relatief divers, het aandeel van de belangrijkste 2 producten is relatief laag.

Figuur 27 Belangrijkste geïmporteerde vruchtensappen in Duitsland (2007)



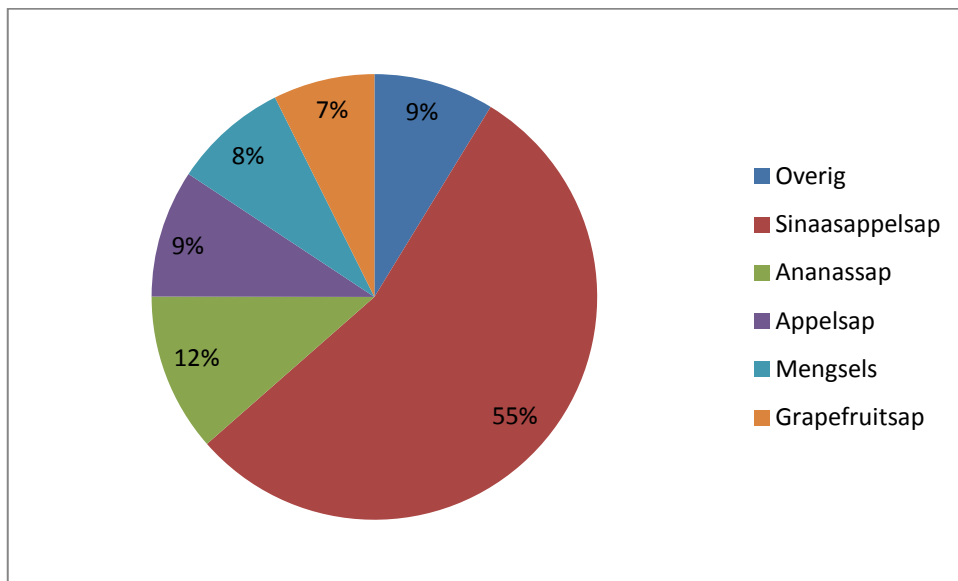
Bron; Eurostat

Figuur 28 Belangrijkste geïmporteerde vruchtensappen in Frankrijk (2007)



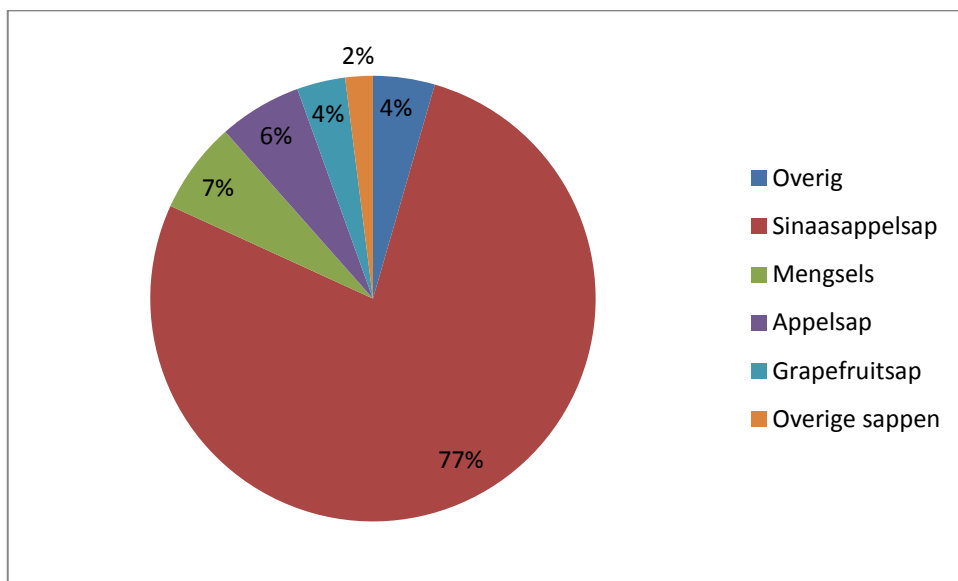
Bron: Eurostat

Figuur 29 Belangrijkste geïmporteerde vruchtensappen in Nederland (2007)



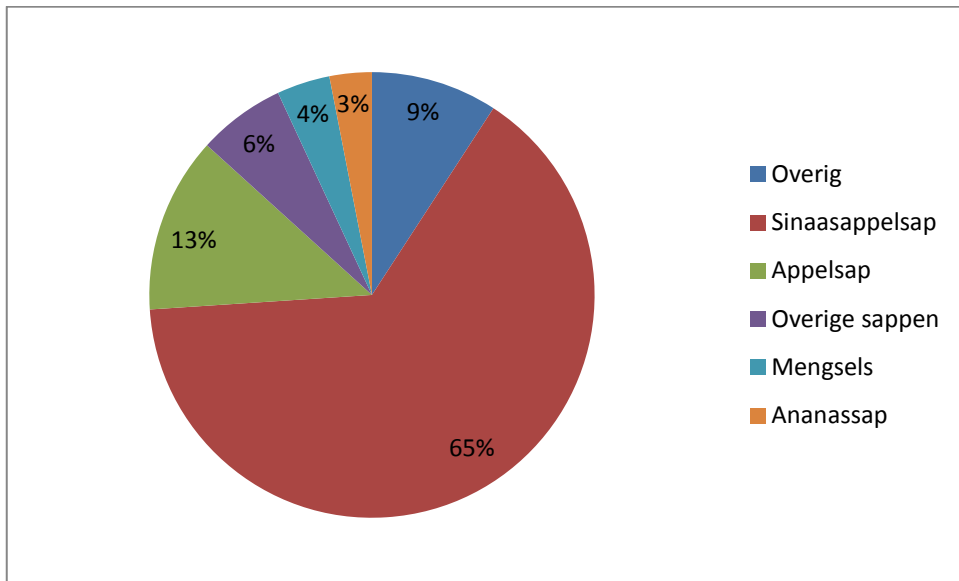
Bron: Eurostat

Figuur 30 Belangrijkste geïmporteerde vruchtensappen in België (2007)



Bron: Eurostat

Figuur 31 Belangrijkste geïmporteerde vruchtensappen in Verenigd Koninkrijk (2007)



Bron: Eurostat

2.1.2 Export

De export van vruchtensap uit Nederland is de afgelopen jaren sterk toegenomen, in 2003 bedroeg deze nog ruim 640 miljoen kilo, in 2007 is dit toegenomen tot 945 miljoen kilo. Naast Nederland en België is ook Duitsland een belangrijk exportland van vruchtensappen. Deze top drie wordt gevolgd door Spanje en Italië die beiden constant een forse hoeveelheid exporteren. Hierna volgen op enige afstand Oostenrijk en Frankrijk terwijl de overige landen zeer beperkt exporteren.

Tabel 7 Export van vruchtensap door Europese landen (x 1.000 kilo)

	2003	2004	2005	2006	2007
Nederland	642.486	660.133	780.777	814.999	945.507
Duitsland	1.089.319	988.442	1.062.147	1.058.909	928.311
België	641.764	684.990	809.133	919.477	882.263
Spanje	605.586	586.277	563.118	659.306	715.485
Italië	447.245	440.609	471.278	508.861	529.305
Oostenrijk	199.167	224.331	238.808	218.329	200.797
Frankrijk	270.171	191.709	197.899	226.842	198.194
Ierland	48.714	61.450	59.226	62.733	58.361
Ver.Koninkrijk	39.246	49.923	34.640	40.268	51.248
Portugal	43.275	30.989	25.593	37.838	34.556
Denemarken	30.241	25.871	28.178	23.550	31.750
Griekenland	11.634	15.655	21.853	17.853	20.463
Zweden	5.314	6.053	7.578	15.788	13.376
Finland	1.861	2.629	3.307	5.055	5.388
Luxemburg	413	396	301	225	185

Bron: Eurostat

Binnen Europa is Nederland de grootste exporteur van vruchtensappen, de waarde van de Nederlandse export is in 2007 aanzienlijk gestegen naar bijna 1 miljard euro. De export van Duitsland is per kilo duidelijk minder waard dan de Nederlandse en Belgische, dit komt door het grote aandeel van appelsap op de Duitse markt. Appelsap kent een aanzienlijk lagere literprijs dan sinaasappelsap.

Tabel 8 Export van vruchtensap door Europese landen (x € 1.000)

	2003	2004	2005	2006	2007
Nederland	699.579	605.893	714.662	827.039	990.620
België	594.826	548.535	613.310	852.238	936.190
Duitsland	636.903	594.613	605.358	670.257	716.830
Spanje	397.642	370.201	363.779	414.090	456.315
Italië	331.337	322.623	337.313	361.835	428.585
Oostenrijk	193.463	200.100	217.663	231.347	271.282
Frankrijk	176.344	118.452	126.772	159.003	173.470
Ierland	47.712	49.746	48.884	56.309	68.906
Ver.Koninkrijk	39.868	50.509	44.628	54.052	64.947
Denemarken	42.553	38.631	31.918	29.056	39.985
Portugal	16.900	15.998	13.313	19.852	23.181
Griekenland	8.085	8.993	10.199	17.193	19.539
Zweden	7.246	8.673	9.164	15.042	18.468
Finland	1.345	1.721	2.077	3.917	4.606
Luxemburg	350	394	513	558	261

Bron: Eurostat

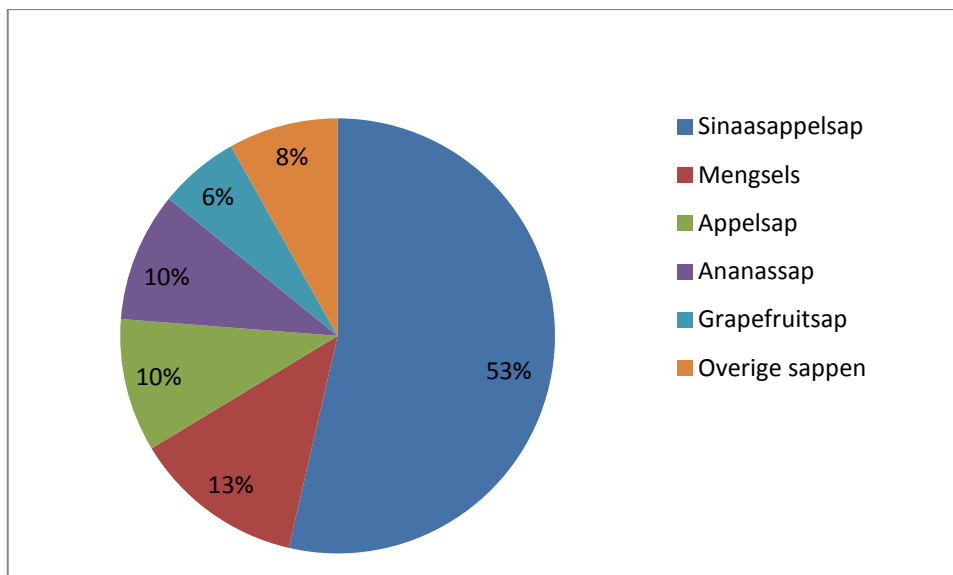
Door de Oost-Europese landen wordt een beperkte hoeveelheid vruchtensap geëxporteerd. Alleen Polen speelt een rol van betekenis met een export die schommelt tussen de 300 en 400 miljoen kilo.

Tabel 9 Export van vruchtensappen door de nieuwe EU lidstaten (x 1.000 kg)

	2005	2006	2007
Polen	358.517	388.611	301.459
Hongarije	72.144	53.801	43.628
Tsjechië	18.895	21.315	28.489
Roemenië	32.859	12.015	22.691
Cyprus (Grieks deel)	14.792	15.877	20.985
Letland	17.430	15.774	15.389
Bulgarije	7.424	9.557	11.952
Litouwen	7.415	7.226	8.300
Slowakije	5.302	7.797	5.541
Slovenië	4.014	9.016	5.385
Estland	2.022	2.383	2.738
Malta	290	353	120

Bron: Eurostat

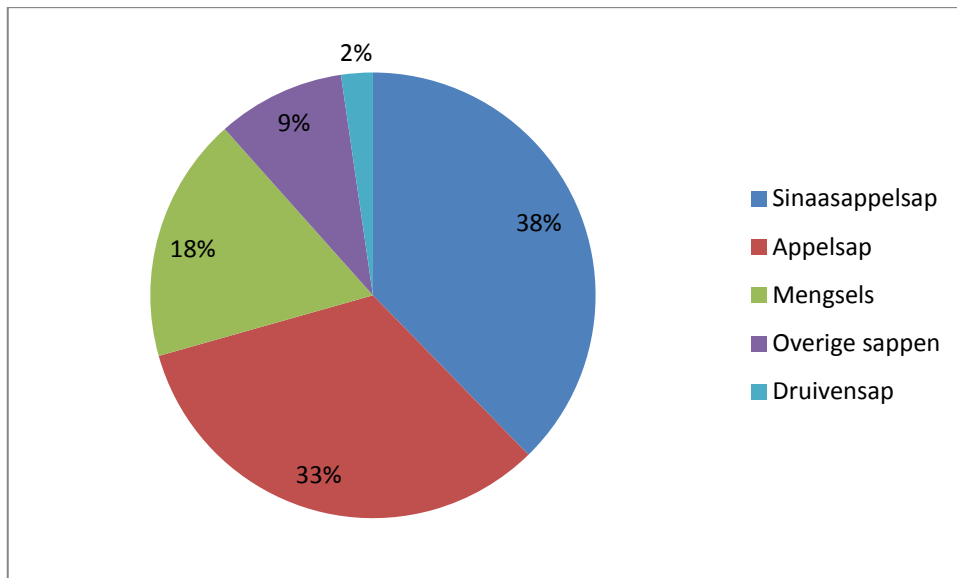
Figuur 32 Belangrijkste geëxporteerde vruchtensappen uit Nederland (2007)



Bron: Eurostat

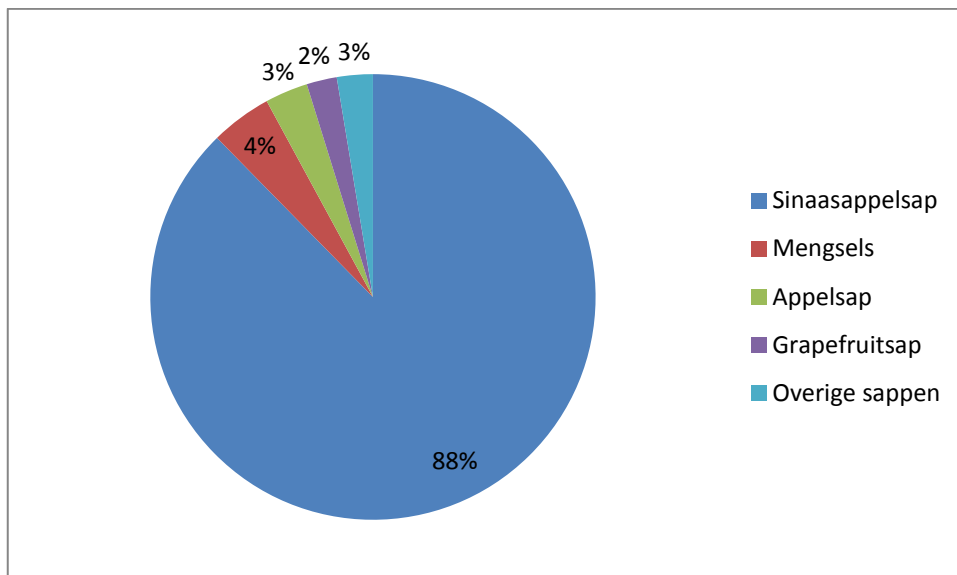
De export uit Nederland bestaat voor een aanzienlijk deel uit sinaasappelsap, daarnaast worden er veel mengsels, appelsap en ananassap geëxporteerd. In Duitsland is een zelfde beeld zichtbaar, alleen is appelsap hier veel belangrijker, dit geldt in mindere mate ook voor mengsels.

Figuur 33 Belangrijkste geëxporteerde vruchtensappen uit Duitsland (2007)



Bron: Eurostat

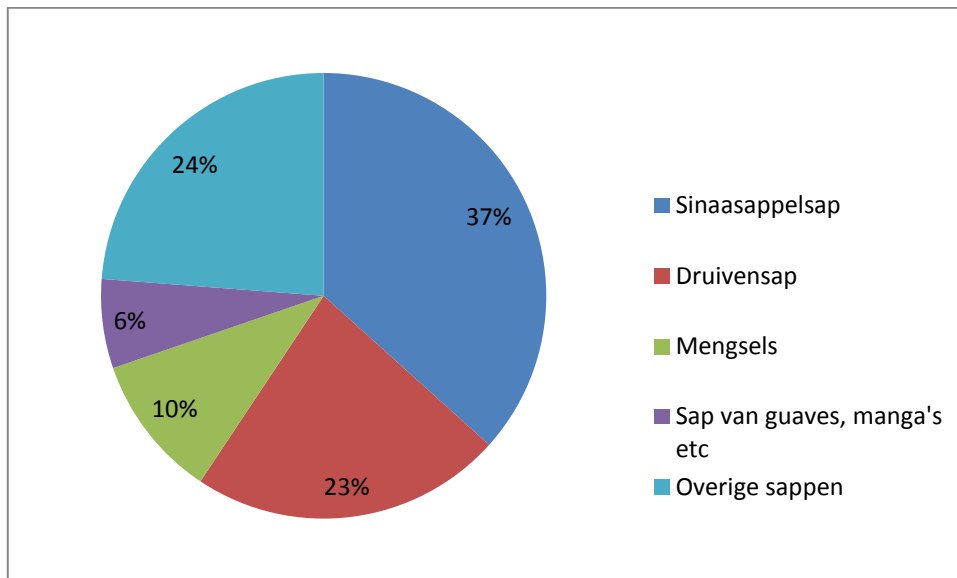
Figuur 34 Belangrijkste geëxporteerde vruchtensappen uit België (2007)



Bron: Eurostat

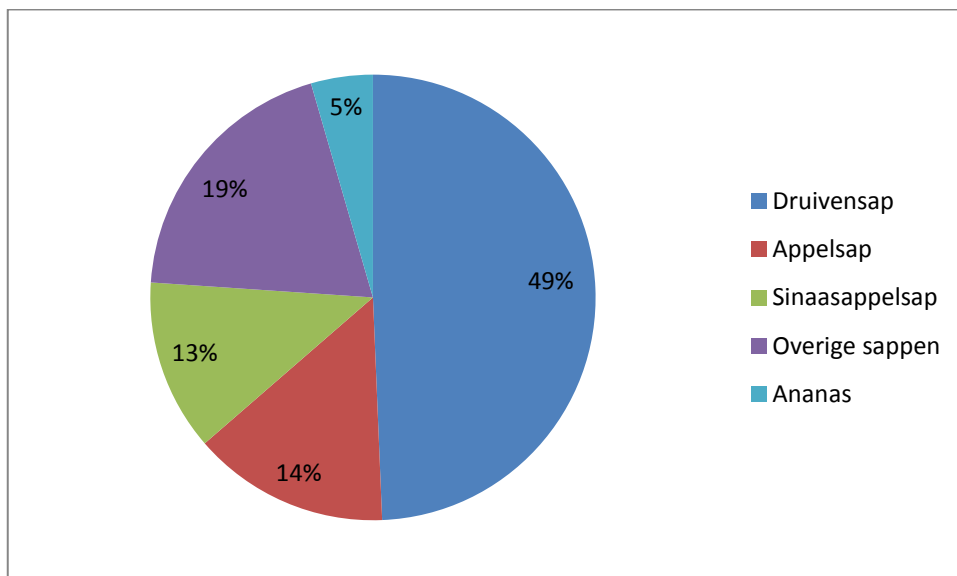
België exporteert voornamelijk sinaasappelsap. De import bestaat voor een aanzienlijk deel uit concentraat dat in België verwerkt wordt tot sap dat vervolgens geëxporteerd wordt. De export van Italië en Spanje bestaat voornamelijk uit regionaal geproduceerde producten, dit is voornamelijk druiven- en sinaasappelsap.

Figuur 35 Belangrijkste geëxporteerde vruchtensappen uit Spanje (2007)



Bron: Eurostat

Figuur 36 Belangrijkste geëxporteerde vruchtensappen uit Italië (2007)

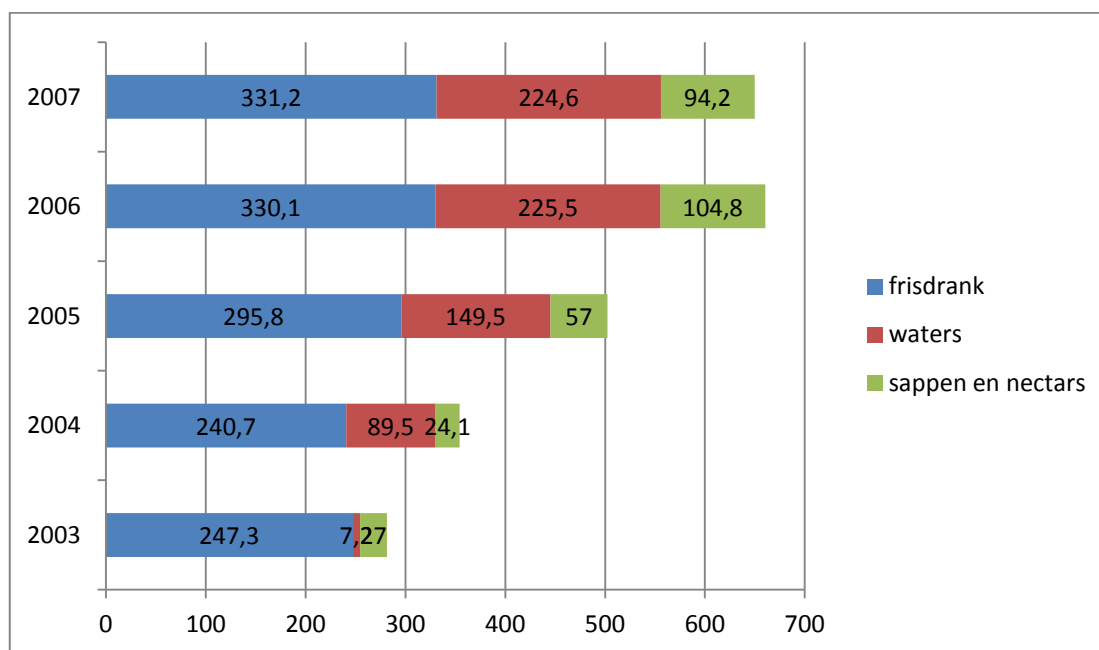


Bron: Eurostat

2.2 Nederlandse import en export

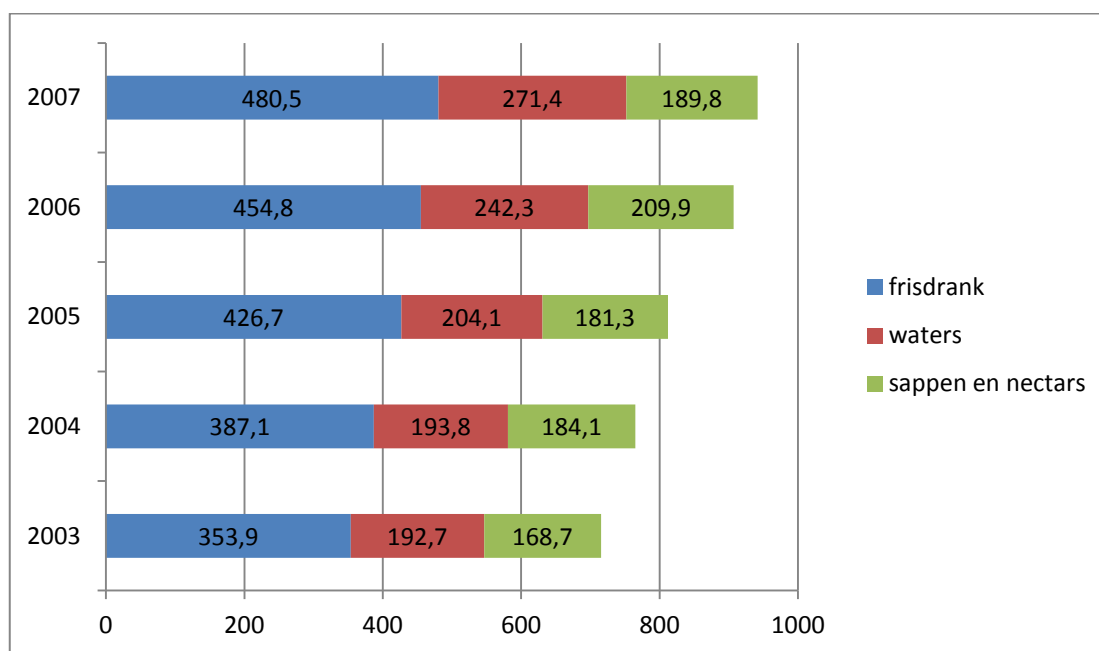
Vruchtensappen zijn de afgelopen jaren belangrijker geworden bij de Nederlandse import en export. Relatief gezien is het belang bij de export sterker toegenomen dan bij de import, absoluut gezien wordt er meer vruchtensap geïmporteerd dan geëxporteerd. Beide cijfers laten in 2007 een kleine terugval zien.

Figuur 37 Nederlandse export in miljoenen liters (exclusief doorvoer van halffabrikaat)



Bron: FWS

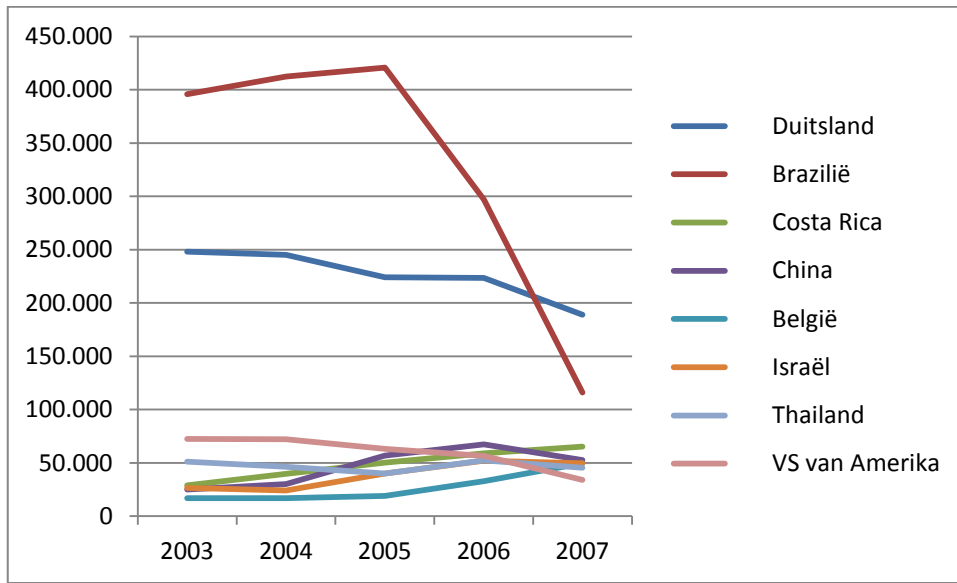
Figuur 38 Nederlandse import in miljoenen liters (exclusief doorvoer van halffabrikaat)



Bron: FWS

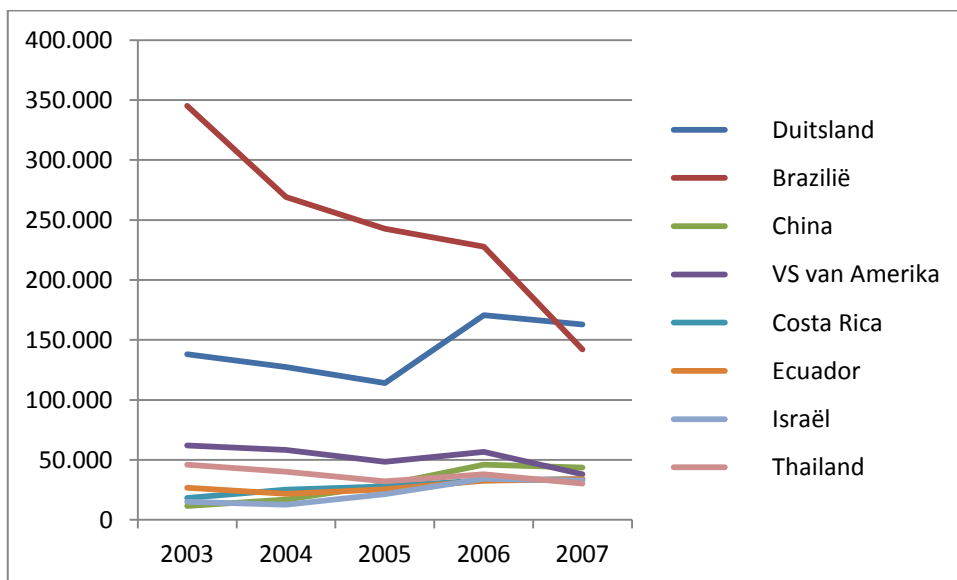
Bij de importcijfers valt de sterke terugval van de Braziliaanse export naar Nederland op. Deze terugval wordt gecompenseerd door de toegenomen import uit diverse kleinere landen. De toegenomen prijzen van bijvoorbeeld sinaasappelconcentraat compenseren de afgenomen hoeveelheden uit Brazilië enigszins, uitgedrukt in waarde daalt de import minder sterk dan uitgedrukt in hoeveelheid.

Figuur 39 Belangrijkste partnerlanden voor de Nederlandse import (x 1.000 kg)



Bron: Eurostat

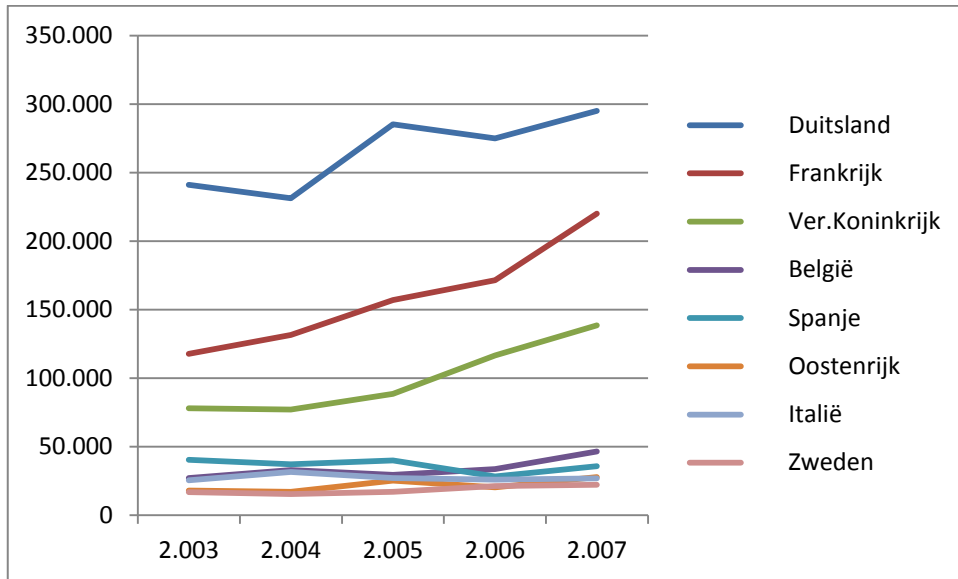
Figuur 40 Belangrijkste partnerlanden voor de Nederlandse import (x € 1.000)



Bron: Eurostat

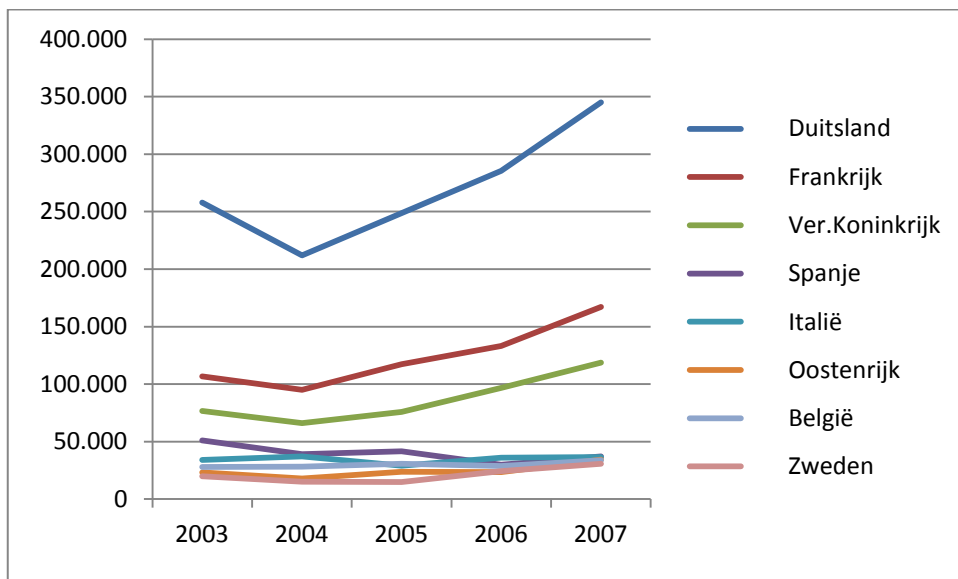
De Nederlandse export naar vrijwel alle belangrijke partnerlanden zit in de lift. Zowel naar Duitsland, Frankrijk als het Verenigd Koninkrijk werd de afgelopen jaren meer vruchtensap geëxporteerd. Duidelijk zichtbaar is ook dat de export naar het Verenigd Koninkrijk duurder is dan die naar Frankrijk. Bij de kleinere exportpartners is de ontwikkeling wisselend, in enkele gevallen stijgt de hoeveelheid licht, in andere gevallen daalt deze licht. De prijzen stijgen vrijwel zonder uitzondering.

Figuur 41 Belangrijkste partnerlanden voor de Nederlandse export (x 1.000 kilo)



Bron: Eurostat

Figuur 42 Belangrijkste partnerlanden voor de Nederlandse export (x € 1.000)



Bron: Eurostat

Tabel 10 Belangrijkste exportproducten voor Nederland (x 1.000 kg)

	2003	2004	2005	2006	2007
Sinaasappelsap	348.217	372.886	472.566	459.493	506.844
Mengsels	63.185	56.895	69.362	103.271	120.449
Appelsap	32.400	34.519	42.774	55.140	93.547
Ananassap	84.988	84.161	81.336	72.171	91.027
Grapefruitsap	60.920	56.039	46.967	64.156	56.549
Overig citrussap	20.951	22.992	22.638	16.899	18.856
Sap van guaves, manga's	12.414	11.813	17.173	13.837	18.814
Druivensap	1.987	2.559	1.814	1.446	4.344
Tomatensap	1.207	1.275	809	2.192	2.755
Kersensap	649	663	825	1.272	1.428
Perensap	1.068	1.645	1.458	822	1.393
Citroensap	56	11	10	146	148
Passievruchten, guavesap	69	81	227		
Overige sappen	13.845	14.554	23.729	24.154	29.353

Bron: Eurostat

Tabel 11 Belangrijkste importproducten voor Nederland (x 1.000 kg)

	2003	2004	2005	2006	2007
Sinaasappelsap,	580.425	584.459	613.251	509.672	269.802
Appelsap	98.240	98.280	136.268	157.125	167.942
Ananassap	121.707	135.253	125.030	143.669	143.361
Grapefruitsap	77.971	88.839	81.915	79.726	75.756
Mengsels	88.344	89.502	72.811	65.427	64.667
Overig citrussap	31.503	33.965	32.958	34.527	34.470
Sap van guaves, manga's	18.301	20.831	20.507	22.886	26.411
Druivensap	16.478	16.555	17.586	20.636	20.400
Tomatensap	4.831	5.079	5.270	8.164	8.331
Perensap	2.452	2.224	2.710	3.084	4.556
Kersensap	773	968	1.129	1.388	1.753
Citroensap	477	131	286	332	297
Passievruchten, guavesap	26	8	18		
Overige sappen	17.686	18.593	22.672	31.670	32.257

3 Sinaasappelsap

3.1 Sinaasappels

Tabel 12 Producenten van Sinaasappels (x 1.000.000 kilo)

totaal	productie	import	export vers	consumptie vers	processing
2003/2004	43145	449	2.079	16.529	24.986
2004/2005	37.888	462	2149	16.301	19.900
2005/2006	39659	253	2.156	16.636	21.320
2006/2007	45.573	2.411	2.494	22.260	23.230
2007/2008	45330	2.363	2.626	22.685	22.383
Brazilië					
2003/2004	19.054	0	90	4.684	14.280
2004/2005	16.565	0	41	4.468	12.056
2005/2006	17.993	0	49	4.439	13.505
2006/2007	18.278	0	49	4.357	13.872
2007/2008	15.912	0	41	4.366	11.505
China					
2003/2004	4.036	53	29	4.035	25
2004/2005	4.250	48	47	4.223	28
2005/2006	4.450	64	51	4.421	42
2006/2007	4.800	36	79	4.612	145
2007/2008	5.450	60	85	5.155	270
EU					
2006/2007	6486	1.022	260	5.040	2.208
2007/2008	5.999	1.000	250	4.619	2.130
Mexico					
2003/2004	3901	18	13	3.706	200
2004/2005	4000	25	16	3.269	740
2005/2006	4157	25	12	3.610	560
2006/2007	4000	25	27	3.413	585
2007/2008	4000	25	13	3.432	580
United States					
2003/2004	11734	64	615	1.437	9.476
2004/2005	8419	71	579	1.533	6.379
2005/2006	8196	72	543	1.325	6.400
2006/2007	6885	116	324	1.013	5.664
2007/2008	9237	65	575	1.437	7.290

Bron: FAS / USDA

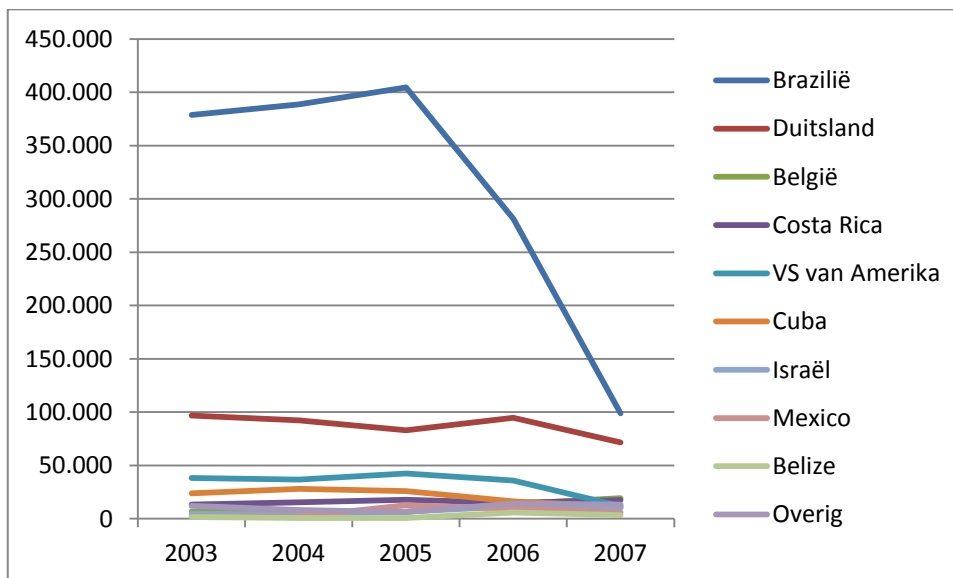
Brazilië is met voorsprong de grootste producent van sinaasappels ter wereld. 14 Miljard kilo van deze sinaasappels wordt verwerkt tot concentrate. Hiermee is Brazilië verantwoordelijk voor meer dan de helft van de wereldwijde grondstoffen voor 'sinaasappelsap from concentrate'.

De wereldwijde productie van sinaasappels in het seizoen 2007/2008 bedraagt naar verwachting 45 miljard kilo. Dit betekent een daling van 240 miljoen kilo ten opzichte van vorig jaar. De schommelingen bij de verschillende grote producenten zijn groter. In de VS wordt een sterke plus van 34% verwacht terwijl in Brazilië een aanzienlijk lagere oogst verwacht wordt. In Argentinië wordt ook een lichte daling verwacht terwijl de oogst in Zuid Afrika naar verwachting stijgt.

De productie van sinaasappelsap bedraagt naar verwachting 2,3 miljard kilo. Dit houdt in dat de overall sap productie 140 miljoen kilo afneemt ten opzichte van vorig jaar. Deze daling wordt voornamelijk veroorzaakt door de lagere oogst van sinaasappels in Brazilië, hierdoor is minder product beschikbaar. De oogst in de Verenigde Staten daarentegen was hoog, de productie van sinaasappelsap in de Verenigde Staten valt hierdoor hoog uit. De Europese productie van sinaasappelsap daalt naar verwachting als gevolg van droogte.

3.2 Sinaasappelsap

Figuur 43 Belangrijkste partnerlanden voor Nederlandse sinaasappelsapimport (x 1.000 kg)



Bron: Eurostat

Duidelijk zichtbaar is de sterk afnemende import uit Brazilië, dé reden voor de daling van de totale import van sinaasappelsap. De import van bevroren sap uit Duitsland blijft ongeveer constant, net zoals de import uit diverse kleinere productielanden.

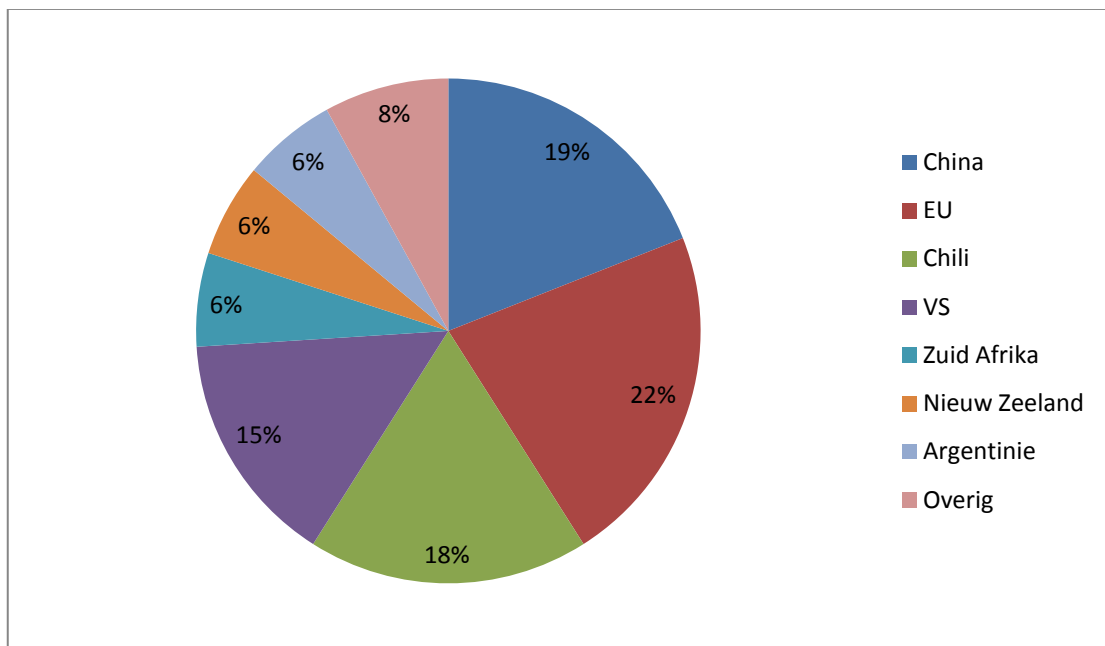
4 Appelsap

4.1 Appels

De wereldwijde handel in appels wordt gedomineerd door de EU, China, Chili en de Verenigde Staten. China is de grootste producent van appels met een productie van 23 miljard kilo appels per jaar. Qua export is de EU de belangrijkste partij op de markt, maar China wordt steeds belangrijker. Doordat de kwaliteit van de appels in de VS hoger ligt dan bijvoorbeeld China en ook de EU is de export van de VS uitgedrukt in waarde de grootste.

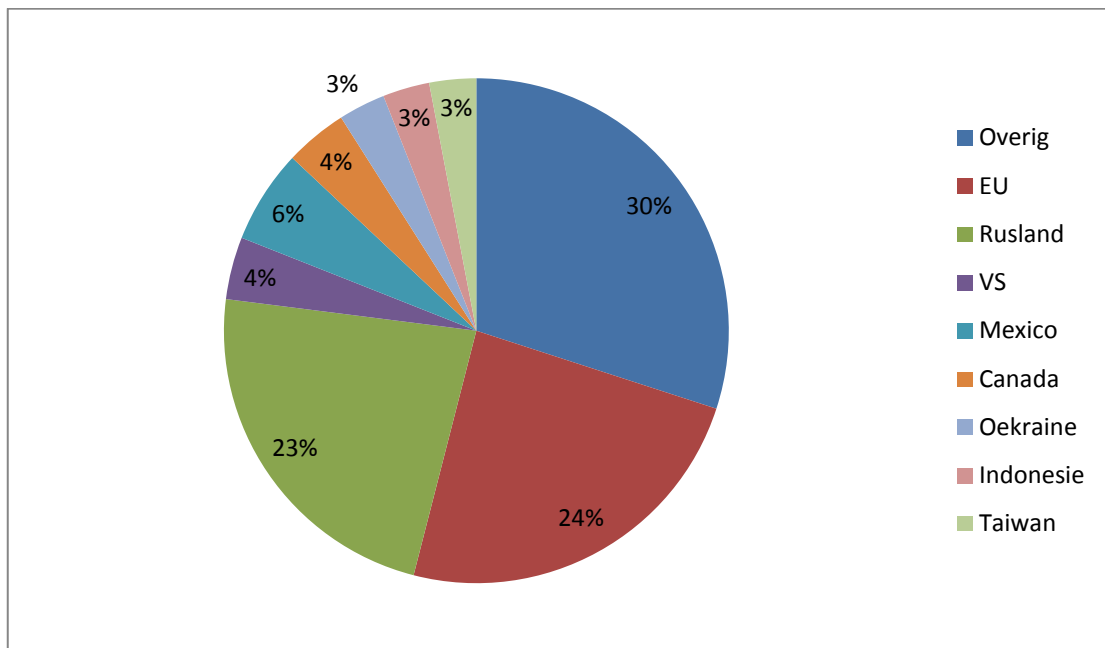
Appels worden voornamelijk naar de Europese Unie en naar Rusland geëxporteerd. De VS exporteert voornamelijk naar Aziatische landen en Rusland, en wordt hierbij geconfronteerd met toenemende concurrentie uit China.

Figuur 44 Belangrijkste exporteurs appels 2007 / 2008



Bron: FAS / USDA

Figuur 45 Belangrijkste importeurs appels 2007/2008

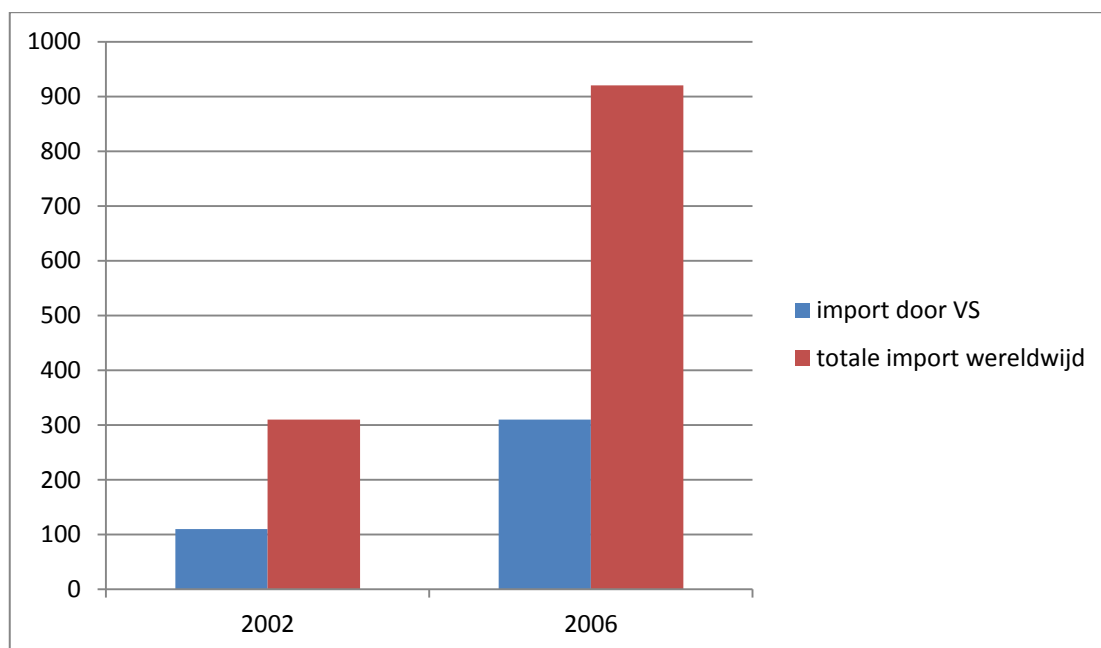


Bron: FAS / USDA

4.2 Appelsap

De wereldwijde handel in appelsap is in 4 jaar tijd enorm toegenomen. Ondanks een overschot aan appels van de VS wordt er door dit land toch een aanzienlijke hoeveelheid appelsap geïmporteerd. Dit sap is gemaakt van goedkopere mindere kwaliteit appels. Met name China is een belangrijke bron voor dit industriefruit. Het wordt voornamelijk in de vorm van niet-bevroren concentraat naar de VS geëxporteerd.

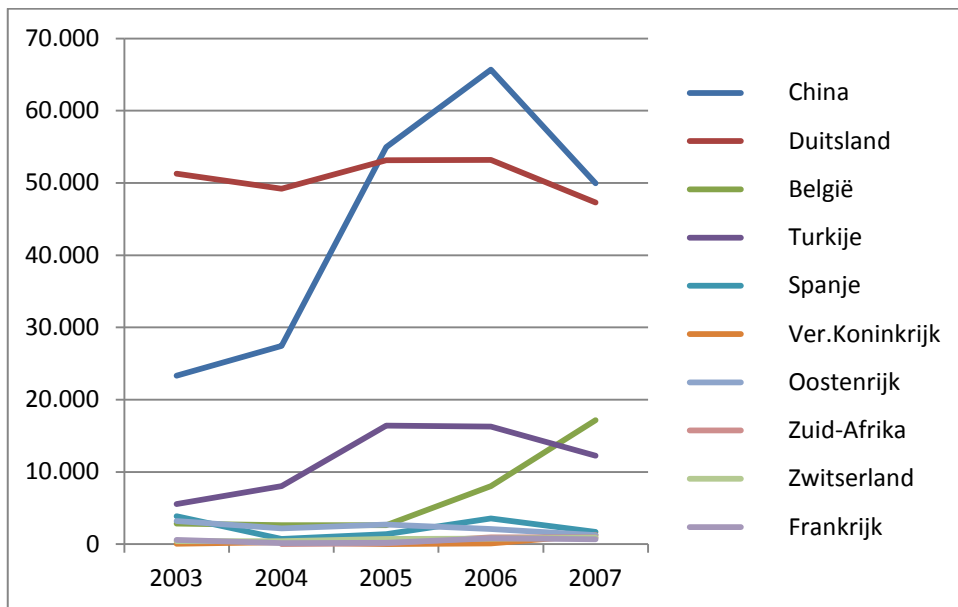
Figuur 46 Wereldhandel appelsap (x 1.000.000\$)



Bron: USDA

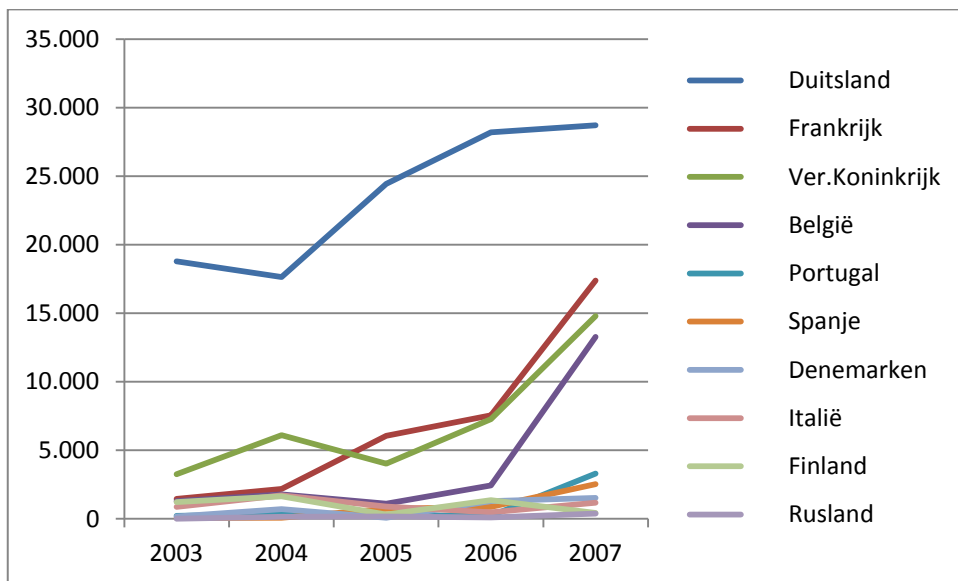
Ook voor de Nederlandse import van appelsap is China van groot belang. China en Duitsland zijn de belangrijkste handelspartners voor de Nederlandse appelsapimport. Met een import van bijna € 130 miljoen is Nederland wereldwijd gezien een belangrijke speler in de appelsap im- en export. Dit grote aandeel is het gevolg van de doorvoerfunctie van de Rotterdamse haven.

Figuur 47 Belangrijkste partnerlanden voor de Nederlandse appelimport (x 1.000 kg)



Bron: Eurostat

Figuur 48 Belangrijkste partnerlanden voor de Nederlandse appelsapexport (x 1.000kg)



Bron: Eurostat

De export van appelsap uit Nederland is de afgelopen jaren sterk toegenomen, in 2003 werd slechts 32 miljoen kilo geëxporteerd, in 2007 was dit toegenomen tot ruim 93 miljoen kilo. Belangrijkste exportlanden zijn de buurlanden, Duitsland, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en België.