

AARDAPPELKOLOM: KANSEN VOOR VERBETERING

Bas Janssens en Albert Netjes

Als gevolg van sterk wisselende weersomstandigheden, droog en warm gevolgd door veel regen, is de omvang en de kwaliteit van de aardappeloogst dit jaar aanzienlijk minder dan normaal. De aardappelmarkt is daardoor de laatste tijd regelmatig in het nieuws. Het LEI-onderzoek dat eind augustus tijdens de aardappeldemodag in Westmaas is gepresenteerd neemt de aardappelkolom onder de loep.

Trends

De markt van voedingsmiddelen kent een aantal trends zoals de toegenomen vraag naar gemaksvvoeding, minder vet, kleine porties en meer variatie. Aardappelen worden in verschillende productvormen op de markt gebracht: tafelaardappelen, ingevroren, gedroogde en koelverse aardappelproducten en zoutjes (chips). Tachtig procent van de tafelaardappelen en meer dan 90% van de koelverse producten vindt via de supermarkt zijn weg naar de consument. Ruim de helft van de ingevroren aardappelproducten wordt via de foodservice en fastfood afgezet. Een zeer belangrijk deel van de ingevroren aardappelproducten (90%) en tafelaardappelen wordt geëxporteerd. Koelverse producten worden vanwege de houdbaarheid vooral in het binnenland afgezet.

Bescheiden winstmarges

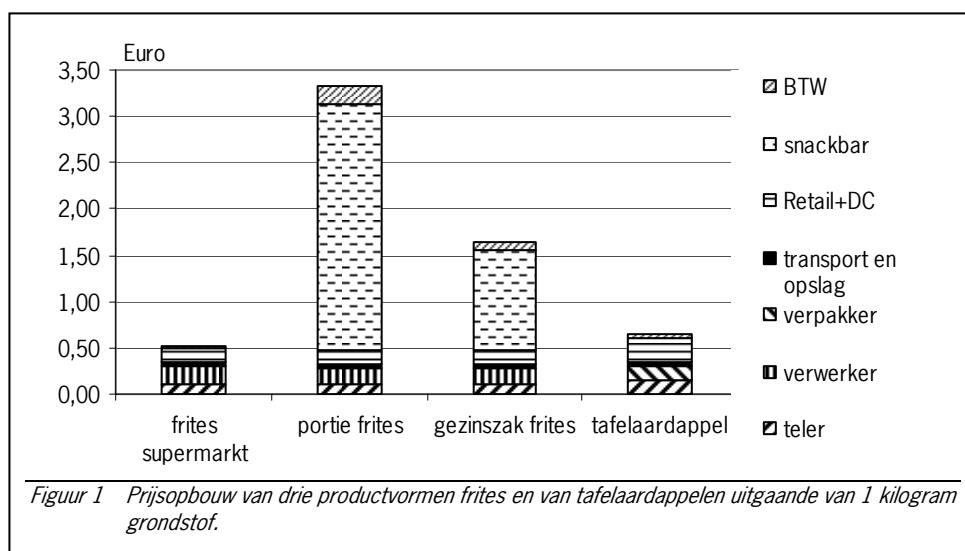
De brutomarges (verkoopprijs minus inkoopprijs) die op aardappelen gemaakt worden, variëren per product en afzetkanaal. In supermarkten hangen de brutomarges samen met prijs- en servicebeleid en maar gedeeltelijk met de kosten van de supermarkt. Op tafelaardappelen en koelverse producten worden door supermarkten grotere marges gemaakt dan op diepvriesfrites. In snackbars en cafetaria's, waar frites voor een groter deel van de omzet zorgen dan in supermarkten, zijn brutomarges van 70 tot 80% nodig voor een winstgevend resultaat. Locatie, service en aanwezigheid van zitgelegenheid bepalen mede de prijs. De meeste schakels in de aardappelketen maken slechts bescheiden winstmarges tussen nul en hooguit enkele procenten. Op koelverse producten en tafelaardappelen worden marges gemaakt die tot tientallen procenten kunnen oplopen.

Variatie in kostprijzen

Uit een analyse van 27 bedrijven uit het Informatienet blijkt dat de kostprijzen van consumptieaardappelen in 2004 per bedrijf sterk varieerden. De productie in kg per ha speelt hierin een belangrijke rol en varieert van ruim 40 tot 69 ton, met een gemiddelde van 53 ton. De gemiddelde teeltkosten van deze bedrijven zijn 6 eurocent per kg met een spreiding tussen de 5 en 8,6 eurocent. Inclusief de berekende arbeidskosten komt de gemiddelde kostprijs over 2004 uit op 11 eurocent per kg.

Prijs van frites

In figuur 1 is de prijsopbouw van drie afzetvormen van frites en tafelaardappelen weergegeven uitgaande van 1 kg aardappelen.



Van 1 kg aardappelen blijft na verwerking in de fabriek 0,5 kg frites over. Tijdens het afbakken in de snackbar verdwijnt nog eens 25% vocht, zodat 375 gram resteert om te verkopen. Cafeteria's en snackbars hanteren verschillende prijzen voor de verschillende soorten frietporties. De meeste verkopen kleine porties (150-160 gram) voor ruim 8 euro per kg. Verder wordt frites in gezinsverpakkingen aangeboden tegen een lagere prijs van ruim 4 euro per kg. In het geval van gezinsverpakkingen brengt 1 kg aardappelen ruim 1,50 euro op, ervan uitgaande dat voor 1 kg frites circa 2,5 kg aardappelen nodig is. Als de teler 10 eurocent per kg aardappelen ontvangt, komt dus 6,7% van de consumentenbestedingen bij die teler terecht. Bij de kleine, relatief duurdere, porties daalt het percentage van het aandeel voor de teler tot 3%. In jaren met omvangrijkere oogsten ligt de telersprijs lager en is het percentage dat de boer toekomt ook iets lager.

Kansen voor verbetering

In West-Europa is sprake van overproductie van aardappelen, overcapaciteit bij verwerkers en stagnatie in de groei van de afzet van diepgevroren aardappelproducten. Dit noopt ketenpartijen te zoeken naar mogelijkheden voor kostprijsverlaging en continu te innoveren. Ketenschakels zoals aardappeltelers en verwerkers hebben elkaar nodig. Door na te gaan hoe de activiteiten in de verschillende schakels optimaal op elkaar afgestemd kunnen worden, kunnen kwaliteits- en efficiëntieverbetereing de schakels beter bereiken en doorgevoerd worden. Aanknopingspunten daartoe zijn: meer vraaggestuurd denken, openheid en vertrouwen. Dit vraagt echter wel dat men gezamenlijk de meerwaarde ziet van deze oplossingsrichting. Een gezamenlijke organisatie om samenwerking in de keten te bevorderen ontbreekt. Het initiatief daartoe zal uit de primaire sector moeten komen.

Meer informatie

Rapport 228 (Wetenschapwinkel van WUR) *Visie op de aardappelkolom*, te downloaden via www.wur.nl/NL/onderzoek/Wetenschapswinkel/Projecten/voedselketens