



---

# Prijsvorming van voedsel

Ontwikkelingen van prijzen in acht Nederlandse ketens van versproducten

W.H.M. Baltussen, M. Kornelis, M.A. van Galen, K. Logatcheva, P.L.M. van Horne, A.B. Smit, S.R.M. Janssens, A. de Smet, N.F. van Zelst, V.M. Immink, E.B. Oosterkamp, A. Gerbrandy, W.B. van Bockel en T.M.L. Pham

---

# Prijsvorming van voedsel

Ontwikkelingen van prijzen in acht Nederlandse ketens van versproducten

Baltussen W.H.M., M. Kornelis, M.A. van Galen, K. Logatcheva, P.L.M. van Horne, A.B. Smit, S.R.M. Janssens, A. de Smet, N.F. van Zelst, V.M. Immink, E.B. Oosterkamp<sup>1</sup>, A. Gerbrandy<sup>2</sup>, W.B. van Bockel<sup>2</sup> en T.M.L. Pham<sup>2</sup>

1 Instituut: LEI Wageningen UR

2 Instituut: universiteit Utrecht Departement Rechtsgeleerdheid - Internationaal en Europees Recht.

Dit onderzoek is uitgevoerd door LEI Wageningen UR in samenwerking met de Universiteit van Utrecht in opdracht van en gefinancierd door de Autoriteit Consument & Markt (ACM).

LEI Wageningen UR  
Wageningen, december 2014

---

NOTA  
LEI 14-112

---

Baltussen W.H.M., M. Kornelis, M.A. van Galen, K. Logatcheva, P.L.M. van Horne, A.B. Smit, S.R.M. Janssens, A. de Smet, N.F. van Zelst, V.M. Immink, E.B. Oosterkamp, A. Gerbrandy, W.B. van Bockel en T.M.L. Pham, 2014. *Prijsvorming van voedsel; Ontwikkelingen van prijzen in acht Nederlandse ketens van versproducten*. Wageningen, LEI Wageningen UR (University & Research centre), LEI Nota 14-112. 132 blz.; 41 fig.; 31 tab.; 28 ref.

Dit rapport beschrijft de prijsvorming van acht Nederlandse ketens van de versproducten aardappel, appel, brood, ei, komkommer, paprika, pluimveevlees en uien. Dit is een actualisatie van het onderzoek uitgevoerd in 2009. De hoofdvraag is of een prijsverandering in een product bij de boer doorgegeven worden aan consumenten. Speciale aandacht is er voor openbare noteringen van prijzen van agrarische producten.

Trefwoorden: prijsvorming, prijsnotering, voedsel

Dit rapport is gratis te downloaden op [www.wageningenUR.nl/lei](http://www.wageningenUR.nl/lei) (onder LEI publicaties).

© 2014 LEI Wageningen UR

Postbus 29703, 2502 LS Den Haag, T 070 335 83 30, E [informatie.lei@wur.nl](mailto:informatie.lei@wur.nl),

[www.wageningenUR.nl/lei](http://www.wageningenUR.nl/lei). LEI is onderdeel van Wageningen UR (University & Research centre).



LEI hanteert voor haar rapporten een Creative Commons Naamsvermelding 3.0 Nederland licentie.

© LEI, onderdeel van Stichting Dienst Landbouwkundig Onderzoek, 2014

De gebruiker mag het werk kopiëren, verspreiden en doorgeven en afgeleide werken maken. Materiaal van derden waarvan in het werk gebruik is gemaakt en waarop intellectuele eigendomsrechten berusten, mogen niet zonder voorafgaande toestemming van derden gebruikt worden. De gebruiker dient bij het werk de door de maker of de licentiegever aangegeven naam te vermelden, maar niet zodanig dat de indruk gewekt wordt dat zij daarmee instemmen met het werk van de gebruiker of het gebruik van het werk. De gebruiker mag het werk niet voor commerciële doeleinden gebruiken.

Het LEI aanvaardt geen aansprakelijkheid voor eventuele schade voortvloeiend uit het gebruik van de resultaten van dit onderzoek of de toepassing van de adviezen.

Het LEI is ISO 9001:2008 gecertificeerd.

LEI 14-112 | Projectcode 2282100052

Foto omslag: Shutterstock

---

# Inhoud

	<b>Woord vooraf</b>	<b>5</b>
	<b>Samenvatting</b>	<b>7</b>
	S.1 Kernvragen	7
	S.2 Vraag en antwoord	7
	S.3 Eenvoudig noch eenduidig	11
<b>1</b>	<b>Inleiding</b>	<b>13</b>
	1.1 Aanleiding en vraagstelling	13
	1.2 Doel	13
	1.3 Leeswijzer	14
<b>2</b>	<b>Materiaal en methode</b>	<b>15</b>
	2.1 Materiaal	15
	2.2 Methode	16
<b>3</b>	<b>Prijsnoteringen</b>	<b>19</b>
	3.1 Inleiding	19
	3.2 Prijzen en marktwerking	20
	3.2.1 Functies van prijzen	20
	3.2.2 Prijstransparantie en marktwerking	21
	3.3 Prijsnoteringen	22
	3.3.1 Producteigenschappen, marktstructuur en zoekkosten	22
	3.3.2 De maker van de prijsnotering	23
	3.3.3 Tijdstip van de notering, historie, actueel of toekomst	24
	3.3.4 Prijsnoteringsmethode	24
	3.3.5 Doel en gebruik van de prijsnotering	24
	3.3.6 Mededingingsrechtelijke beoordeling van prijsnoteringen	25
	3.4 Gebruik van prijsnoteringen voor prijsvorming en mededingingsrechtelijke quick-scan risicoanalyse	27
	3.4.1 Inleiding	28
	3.4.2 Aardappelen	28
	3.4.3 Varkensvlees	31
	3.4.4 Paprika	35
	3.4.5 Conclusies	37
<b>4</b>	<b>Beschrijving voedselketens</b>	<b>39</b>
	4.1 Inleiding	39
	4.2 Aardappelen	39
	4.3 Appel	42
	4.4 Brood	46
	4.5 Eieren	49
	4.6 Komkommer	52
	4.7 Paprika	57
	4.8 Pluimveevlees	59
	4.9 Uien	62

---

<b>5</b>	<b>Prijzontwikkeling en verband producenten en consumentenprijzen</b>	<b>66</b>
5.1	Inleiding	66
5.2	Prijzontwikkeling	67
5.3	Brutomarges per consumentenproduct	72
5.4	Kosten, verlies en winst per ketenschakel	73
5.5	Verband tussen prijzen in de keten	78
<b>6</b>	<b>Discussie en conclusies</b>	<b>86</b>
6.1	Discussie	86
6.2	Conclusies	87
	<b>Literatuur en websites</b>	<b>92</b>
	<b>Bijlage 1 Econometrische analyse</b>	<b>95</b>
	<b>Bijlage 2 De verzameling van de kwantitatieve gegevens</b>	<b>100</b>
	<b>Bijlage 3 Basisinterviewprotocol</b>	<b>102</b>
	<b>Bijlage 4 Mededingingsrechtelijke analyse van prijsnoteringen</b>	<b>103</b>
	<b>Bijlage 5 Econometrische analyse prijsvorming basisvoedingsmiddelen</b>	<b>130</b>

---

# Woord vooraf

In opdracht van de Autoriteit Consument & Markt (ACM) heeft LEI Wageningen UR onderzoek gedaan naar de prijsvorming van acht verse voedselproducten in Nederland. Voor dit onderzoek zijn gegevens opgevraagd over inkooprijzen, verkoopprijzen en gemaakte kosten bij 44 Nederlandse bedrijven en zijn interviews gehouden met 19 ondernemers. Via deze weg willen we alle bedrijven en ondernemers bedanken voor hun medewerking aan dit onderzoek.

Het onderzoek is uitgevoerd door LEI Wageningen UR en de Universiteit van Utrecht Departement Rechtsgeleerdheid- Internationaal en Europees Recht. De LEI-onderzoekers hebben het empirisch gedeelte uitgevoerd en de onderzoekers van de UU zich hebben beperkt tot de mededingingsrechtelijke aspecten, gebaseerd op die informatie.

Het onderzoek is begeleid door medewerkers van ACM en het ministerie van Economische Zaken. De vertrouwelijkheid en de gewenste snelheid van het onderzoek noodzaakte een goede samenwerking tussen opdrachtgever en de onderzoekers. Ondanks de druk is het onderzoek in goede harmonie uitgevoerd. We willen de leden van de klankbordgroep danken voor hun bijdrage in de opzet van het onderzoek, beschikbaar krijgen van basisgegevens en suggesties voor analyse en rapportage.

Een speciaal woord van dank gaat uit naar Prof. Dr. D. Fok van de Erasmus Universiteit. Hij heeft een review uitgevoerd op de econometrische analyses en advies gegeven over de methodische aanpak van het onderzoek naar de prijstransmissie en de interpretatie van de resultaten.

We hopen dat de resultaten van deze studie inzicht biedt in de wijze waarop prijzen in de Nederlandse voedselketens tot stand komen.

Ir. L.C. van Staalduinen  
Algemeen Directeur LEI Wageningen UR



---

# Samenvatting

## S.1 Kernvragen

De Autoriteit Consument & Markt (ACM) heeft LEI Wageningen UR en Universiteit Utrecht gevraagd onderzoek te doen naar de prijsvorming van basisvoedselproducten. Dit onderzoek is uitgevoerd voor de volgende Nederlandse producten die in de periode 2011 tot en met 2013 in Nederlandse supermarkten verkocht zijn: aardappelen, appels, brood, scharreleieren, komkommers, paprika's, pluimveevlees en onversneden uien.

Er zijn zeven onderzoeksvragen geformuleerd:

1. Hoe hoog zijn de verkoopprijzen in de verschillende schakels van de bedrijfskolom en hoe hebben de verkoopprijzen zich ontwikkeld in de periode 2011-2013?
2. Hoe hoog zijn de brutomarges in de verschillende schakels van de bedrijfskolom en hoe hebben de marges zich ontwikkeld in de periode 2011-2013?
3. Op welke manier worden de verkoopprijzen in een bepaalde schakel in de bedrijfskolom beïnvloed door de verkoopprijzen van andere schakels in de bedrijfskolom (prijstransmissie)?
4. Welke typen prijsnoteringen zijn er en welk effect hebben ze (in algemene zin) op de prijsvorming en de concurrentie(verhoudingen) op een markt?
5. Welke typen prijsnoteringen komen voor in de agrarische sector en in welke schakels van de bedrijfskolom?
6. Hoe komt een prijsnotering tot stand?
7. Hoe gebruiken marktpartijen prijsnotering(en) in hun prijsbeleid?

Voor de beantwoording van de eerste drie onderzoeksvragen zijn gegevens over inkooprijzen, verkoopprijzen, kosten en winst/verlies opgevraagd en verkregen van 44 bedrijven in de voedselketen. Deze informatie is aangevuld met 19 diepte-interviews. De vragen 4 tot en met 7 over de prijsnoteringen zijn beantwoord op basis van beschikbare literatuur, jurisprudentie en diepte-interviews.

Deze samenvatting concentreert zich op de kern van de antwoorden. Voor verdere uitwerking en achtergrond verwijzen we naar het hoofdrapport.

## S.2 Vraag en antwoord

*Vraag 1: Hoe hoog zijn de verkoopprijzen in de verschillende schakels van de bedrijfskolom en hoe hebben de verkoopprijzen zich ontwikkeld in de periode 2011-2013?*

De prijzen van aardappelen vertonen een cyclisch patroon met hoge prijzen vlak voor een nieuwe oogst in augustus en relatief lage prijzen gedurende de rest van het jaar. De prijsstijging lijkt te beginnen bij de groothandel en te worden overgenomen door de supermarkten. Het niveau van de prijzen in de bedrijfskolom wordt sterk bepaald door de omvang van de oogst. De prijzen voor akkerbouwer, groothandel en supermarkt volgen elkaar. Supermarkten lijken de prijsstijgingen te dempen omdat de groothandelsprijzen soms boven de consumentenprijzen uitstijgen.

De prijzen van appels en specifiek voor Elstar (circa een derde van alle verkochte Nederlandse appels) vertonen een jaarlijks cyclisch verloop met hoge prijzen vlak voor een nieuwe oogst in september en relatief lage prijzen tijdens de rest van het jaar. Vlak voor de oogst kunnen de prijzen wel twee keer zo hoog zijn. Er is geen groothandel omdat de fruittelers via hun producentenorganisatie rechtstreeks leveren aan de supermarkten. In tegenstelling tot uien gaat de prijs bij Elstarappels eerst omhoog bij de fruitteler waarna de supermarkten volgen met een prijsstijging.



---

De prijs van brood af bakkerij en in de supermarkt hebben een eigen en stabiele ontwikkeling ten opzichte van de prijzen van graan en meel in de keten van akkerbouwer tot en met de maalderij. Dit is te verklaren uit het feit dat uiteindelijk 15 tot 20% van de totale broodkosten uit 'meelkosten' bestaat. Vergeleken met andere basisvoedingsproducten zijn de prijsverschillen tussen de jaren klein en zijn ook de prijsschommelingen binnen een jaar klein. De consumentenprijs van brood in de supermarkt bedraagt tussen de 1.00 en 1.06 euro per brood van 800 gram in de periode 2011-2013.

De prijzen van eieren in de supermarkten lijken een eigen en stabiele ontwikkeling te volgen ten opzichte van de rest van de bedrijfskolom (inpakstations en legpluimveehouders). Een supermarkten let meer op de prijzen van haar concurrenten dan op de prijzen van haar leveranciers. Het gevolg is dat er zeer stabiele consumentenprijzen zijn in de periode 2011-2013. De gemiddelde prijs van een ei bedraagt in supermarkten 13,5 tot 15 cent. Voor de leghennenhouders schommelen de prijzen van ruim 3 cent tot 11,5 cent per ei.

De prijzen van paprika's en komkommers vertonen een duidelijk seizoenpatroon met hoge prijzen tijdens de winterperiode als het aanbod uit Nederland laag of afwezig is. De prijzen zijn relatief laag als er veel Nederlandse paprika's en komkommers op de markt zijn in de periode maart tot en met oktober. De prijzen voor komkommertelers, paprikatelers, groothandelaren en supermarkten volgen elkaar in de tijd. Bij supermarkten zijn voor beide producten actieperioden zichtbaar (lage prijzen ten opzichte van groothandelprijzen). Consumentenprijzen variëren van 2 tot 6 euro per kg paprika's en van 0,90 tot 2,35 euro per kg komkommer in de periode 2011-2013.

De prijzen van vleeskuikens zijn in de onderzochte periode relatief stabiel. De prijs van een kilo kipfilet in de supermarkt en de prijs af slachterij is ook relatief constant maar bevat op supermarktniveau veel actieperioden met prijsdalingen tot wel 25%. Omdat niet alle supermarkten tegelijk prijsactie voeren zijn de effecten voor alle supermarkten samen kleiner. De prijzen af slachterij van een kilo kipfilet bewegen met de supermarktprijzen mee op een gedempte wijze. Vooraf werd verwacht dat de prijzen van kipfilet stijgen als het BBQ-seizoen begint in april/mei en dat de prijzen dalen voor de Kerst. Dit blijkt niet uit de informatie binnen dit onderzoek over de periode 2011-2013.

De prijzen van uien vertonen een jaarlijks cyclisch patroon met hoge prijzen aan het begin van de zomer (mei/juni). Op dergelijke momenten ligt de handel tussen primaire bedrijven en de groothandel zo goed als stil. Opvallend is dat de prijsstijging het eerst en het sterkst plaatsvindt in de supermarkt en gevolgd wordt door de groothandel. Na de nieuwe oogst dalen de prijzen in de bedrijfskolom en start een nieuwe cyclus. Het prijsniveau hangt sterk van de omvang van de oogst af. Tijdens de prijsspieken (1-1,20 euro per kg) is de consumentenprijs vaak meer dan twee zo hoog als in de basis (circa 60 eurocent per kg).

*Vraag 2: Hoe hoog zijn de brutomarges in de verschillende schakels van de bedrijfskolom en hoe hebben de marges zich ontwikkeld in de periode 2011-2013?*

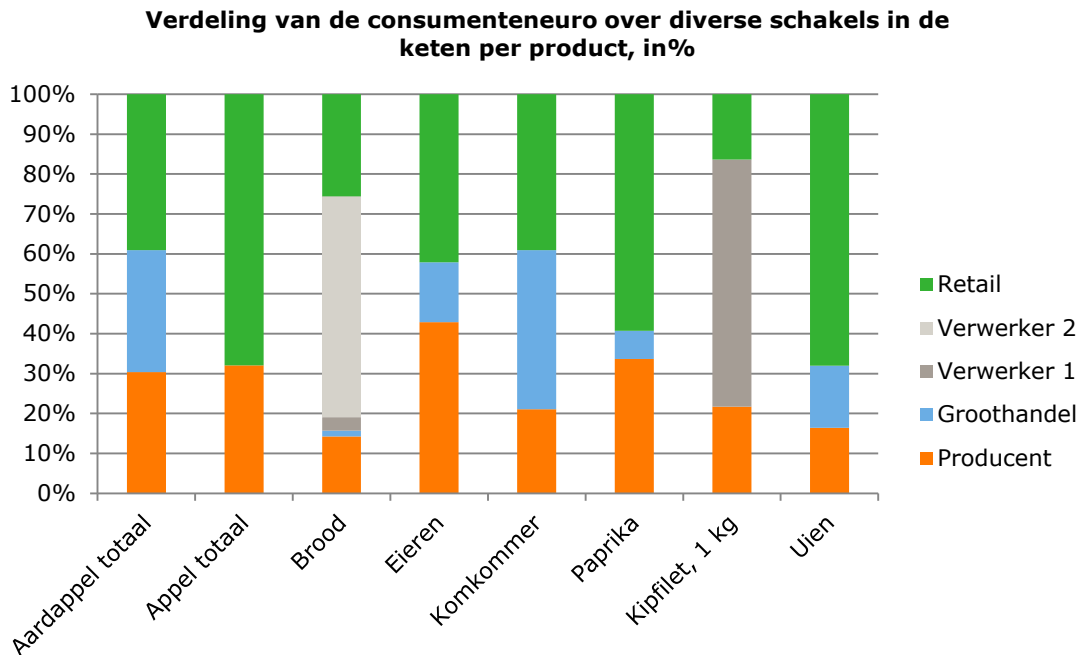
Geen enkele bedrijf kon de overige kosten (arbeid, huisvesting, etc.) toerekenen aan individuele producten. Hierdoor is het niet mogelijk om uitspraken te doen over de hoogte van de nettomarge per product. Wel kunnen er uitspraken gedaan worden over de hoogte van de nettomarge per schakel voor het gehele productaanbod. Voor alle schakels in de bedrijfskolom (producent, groothandel en supermarkt) is de nettomarge kleiner dan 3% van de omzet. Gemiddeld zijn de nettowinsten laag of negatief voor de primaire producenten in de agrarische sector

De brutomarges ((verkoopprijs minus inkoopprijs) gedeeld door de consumentenprijs) per product variëren sterk. Op supermarktniveau varieert dit percentage van 16% bij kipfilet tot 68% bij uien en appels. Over alle verkochte producten in de supermarkt is dit percentage in de periode 2011-2013 41%. Indien producten bewerkt worden (brood, kipfilet) blijft een groter deel bij de bewerking achter (62% bij de slachterij en 55% bij de bakkerij) en dus minder bij de supermarkt.

De brutomarge op producentenniveau varieert tussen de 14% en 40% voor de onderzochte producten. Een relatief laag aandeel (minder dan 25%) komt terecht bij de akkerbouwer (graan en uien), komkommerteler en vleeskuikenhouder. Relatief veel (meer dan 25%) komt terecht bij de aardappelteler, fruitteler, paprikateler en leghennenhouder.

Het aandeel van de groothandel varieert van vrijwel niets bij graan tot 40% bij komkommers.

Binnen dit onderzoek zijn brutomarges bekend over drie jaar. Op basis van drie waarnemingen is het niet mogelijk om te spreken van trends in de ontwikkeling van de brutomarges per schakel.



**Figuur S.1** Brutomarges per product per ketenschakel in de periode 2011-2013 (verwerker 1 bij brood is de maalderij en verwerker 2 is de bakker; bij kipfilet is verwerker 1 de slachterij)

*Vraag 3: Op welke manier worden de verkoopprijzen in een bepaalde schakel in de bedrijfskolom beïnvloed door de verkoopprijzen van andere schakels in de bedrijfskolom (prijstransmissie)?*

Met econometrisch modellen is geschat of prijschommelingen op verschillende niveaus in de keten met elkaar samenhangen (= langetermijnprijsrelatie hebben). Gaat de prijs van aardappelen in de supermarkt omhoog als de groothandel duurder moet inkopen? Daarnaast is onderzocht of een prijsstijging sneller wordt doorgevoerd dan een prijsdaling (=asymmetrische prijsaanpassing).

De producenten en groothandel hebben een langetermijnprijsrelatie bij tafelaardappelen. Dit geldt ook voor de groothandel en supermarkten. In de periodes met prijspielen dempt de supermarkt de prijsstijgingen in de groothandel. In 2012 is tijdelijk de verkoopprijs groothandel hoger geweest dan de consumentenprijs. Er is een asymmetrisch prijsaanpassing bij de producenten van tafelaardappelen wat in het nadeel is van de producenten en in het voordeel van de groothandel in tafelaardappelen. De producent gaat bij een prijs boven het langetermijnevenwicht sneller terug naar dit evenwicht dan bij een prijs onder het lange termijn evenwicht.

De producenten en retailers hebben een langetermijnprijsrelatie voor de Elstarappels. De prijsaanpassing van de supermarkt en van de producentenorganisatie zijn symmetrisch.

---

Het product *brood* neemt een bijzondere positie in omdat prijzen van graan slechts in beperkte mate de (kost)prijs van brood beïnvloeden. Deze lange voortbrengingsketen van graanproducent, handelaar, maalderij, bakkers en supermarkt lijkt qua prijsvorming een knip te maken tussen graan en brood. Prijzen van graan en meel hebben gelijke prijsbewegingen. De prijzen af bakkerij en de consumentenprijzen ontwikkelen zich parallel in de periode 2011-2013. Voor de maalderijen geldt dat afwijkingen van de langetermijnevenwichtsprijs in het nadeel van de maalderij uitvalt en in het voordeel van de bakkers. Voor de akkerbouwers vallen deze afwijkingen in het voordeel van de akkerbouw uit en in het nadeel van de graanhandel. In de overige schakels van de keten is prijsaanpassing symmetrisch.

Voor *eieren* varen de supermarkten hun eigen langetermijnprijskoers. De leghennenhouders en inpakstations hebben een langetermijnprijsrelatie. Hierbij passen de inpakstations hun prijzen aan aan de producentenprijzen. Er is sprake van een asymmetrische prijsaanpassing van de prijzen af pakstation en wel zodanig dat die in het voordeel van de supermarkten is en in het nadeel van de inpakstations. Bij producenten is de prijsaanpassing symmetrisch.

Bij komkommers en paprika volgt de supermarkt de rest van de keten. Omgekeerd volgt de rest van de keten niet de supermarkt. Alle prijsreeksen vertonen hun eigen lange termijn prijsniveau. Dit betekent ook dat de marges tussen de ketenschakels op de lange termijn stabiel zijn. De prijzen beïnvloeden elkaar wel op de korte termijn: er vindt volledige prijstransmissie plaats. De komkommerteler en paprikateler enerzijds en de groothandel anderzijds beïnvloeden elkaars prijzen binnen een week.

De supermarkten en de slachterij hebben een lange-termijn prijsrelatie. Schokken in de prijs op supermarktniveau en slachterijniveau hangen onderling zwak samen. Een stijging in de ene prijs gaat dus samen met een stijging in andere prijs. Een verandering in de prijs bij de pluimveehouders constateren we niet. Wel lijken de marges tussen supermarkt en slachterij op de lange termijn stabiel. De prijstransmissie geldt voor de kipfilet 1 kg waarmee supermarkten regelmatig prijsacties voeren. Dergelijk prijsacties gebeuren zelden met andere kipproducten zoals kipfilet in 450 gr of 225 gr verpakking, drumsticks en dijen/poten. Prijschokken op een punt in de keten hebben geen effect op de prijzen in andere schakels van de keten.

Bij uien hebben de supermarkten hun eigen langetermijnprijsniveau. De akkerbouwer en groothandel hebben een lange-termijn prijsrelatie bij uien, waarbij de producentenprijzen zich aanpassen aan de groothandelprijzen. De supermarkt reageert op afwijkingen van deze langetermijnprijsrelatie. De prijsaanpassing van de producenten en de groothandel in uien zijn symmetrisch wat betekent dat positieve en negatieve prijsafwijkingen van de geschatte prijsrelaties even lang duren.

Vraag 4 tot en met 6:

- *Welke typen prijsnoteringen zijn er en welk effect hebben ze (in algemene zin) op de prijsvorming en de concurrentie(verhoudingen) op een markt?*
- *Welke (type) prijsnoteringen komen voor in de agrarische sector en in welk deel van de bedrijfskolom?*
- *Hoe komt een bepaalde prijsnotering tot stand?*

Uit het literatuuronderzoek blijft dat de volgende aspecten belangrijk zijn bij prijsnoteringen:

- De marktstructuur : veel aanbieders of oligopolie; stabiele of schommelende prijzen
- De maker van de prijsnotering : bedrijf, brancheorganisatie, derde partij, overheid.
- Periode waarop prijsnotering betrekking heeft: verleden, heden of toekomst.
- Wijze waarop prijsnotering tot stand komt (via commissies, transactie, andere noteringen)
- Gebruik van de prijsnotering (in contract, verplicht opgelegd of vrijwillig).

- In de landbouwsector, zo blijkt uit het empirisch onderzoek bij aardappels, paprika en varkensvlees, zijn er verschillende typen prijsnoteringen:
  - individuele prijsnoteringen die betrekking hebben op verwachtingen, gebaseerd op daadwerkelijke verkopen, ten aanzien van de komende week.
  - noteringen via commissies die eveneens verwachtingen betreffen, soms mede op basis van enkele transacties (of noteringen in het buitenland), soms op basis van verwachtingen van de commissieleden.
  - prijsnoteringen door derde partijen - meer of minder onafhankelijk van de marktpartijen. Deze prijsnoteringen betreffen verwachtingen of juist historische geaggregeerde gegevens.
  - Kortom: per sector zijn er verschillende typen noteringen, vaak naast elkaar bestaand, en verschillende wijzen van totstandkoming. De precieze totstandkoming hebben we niet kunnen achterhalen.
  - Voor de onderzochte sectoren hebben de prijsnoteringen uitsluitend betrekking op de markt af boerderij en de volgende schakel (groothandelaar, exporteur, slachterij etc.).

*Vraag 7: Hoe gebruiken marktpartijen prijsnotering(en) in hun prijsbeleid?*

Voor zover uit de gegevens blijkt, werken sommige prijsnoteringen als 'referentieprijis' die in contracten worden opgenomen. De referentieprijis is een basisprijis waarna op basis van specifieke kenmerken van het product de daadwerkelijke prijs wordt vastgesteld. Op deze manier verhogen prijsnoteringen de transparantie van prijzen op markten.

De geconstateerde risico's van prijsnoteringen met betrekking tot mededinging houden vooral verband met de manier waarop prijsnoteringen tot stand komen. Zeker als commissies de prijsnotering bepalen wordt de totstandkoming als 'schimmig' betiteld. Op de onderzochte markten waar de prijzen sterk schommelen en waar veel aanbieders en vragers zijn en meerdere prijsnoteringen naast elkaar bestaan, zijn deze risico's klein. Daarnaast is niet gebleken dat prijsnotering door marktpartijen verplicht worden opgelegd.

## S.3 Eenvoudig noch eenduidig

Doel van deze studie is nader inzicht te krijgen in de prijsvorming in de gehele bedrijfskolom. Meer in het bijzonder met betrekking tot acht consumentenproducten: aardappel, appel, brood, eieren, komkommer, paprika, pluimveevlees en ui. in Nederland. Het algemene beeld dat oprijst uit dit onderzoek is dat prijsvorming in voedsel niet gekarakteriseerd wordt door eenvoud en eenduidigheid. Ook wanneer de aandacht uitgaat naar een betrekkelijk klein aantal consumentenproducten en hun bijbehorende productieketens, wordt al duidelijk dat er grote verschillen bestaan. De ene keten is de andere niet. Zo zijn er korte ketens van appels en lange ketens voor de productie van brood. Ook tussen producten zijn de verschillen groot van bewaarproducten als graan, aardappel, appel en ui tot versproducten zoals ei, vlees, paprika en komkommer. Ieder met zijn eigen kenmerken. Het inzicht in de ene bedrijfskolom biedt dus niet eenvoudig inzicht in een andere. Grote verschillen zijn eveneens aangetroffen als het gaat om de brutomarge (het verschil in verkoop- en inkoopprijs van een product) per ketenpartij in de bestudeerde productieketens. De grote lijn die hier is te trekken is dat bij bewerkte producten, zoals kipfilet en brood, het aandeel van de verwerker (slachterij, bakker) meer dan de helft is, terwijl bij onbewerkte producten, zoals uien en appels, het aandeel in de consumenteneuro voor de supermarkten op kan lopen tot 68%. Grote aandelen in de brutomarges zeggen echter niets over de winstgevendheid per product.

Dat we op basis van deze studie bescheiden moeten zijn met het trekken van eenduidige en eenvoudige conclusies, heeft ook te maken met de beschikbare data en informatie. Dit betreft bijvoorbeeld de vraag hoe netto marges zich binnen ketens hebben ontwikkeld, die vanwege de beschikbaarheid van gegevens, onbeantwoord moet blijven. Definitieve conclusies laten zich met name ook lastig trekken als het gaat om mededingingsrechtelijke analyse. De informatie die we in onze quick scan ten aanzien van de prijsnoteringen hebben kunnen betrekken geeft niet direct aanleiding tot zorg of aanvullend onderzoek.

---

Deze studie onderschrijft niet eenvoudig of eenduidig het vaak geuite idee dat het zwaartepunt van agrifoodketens richting supermarkt verschuift. De casussen paprika, komkommer, aardappel en appel geven immers weinig reden de supermarkt een bijzonder plek in de prijsrelaties tussen ketenpartijen te geven. Toch geeft het onderzoek zeker ook aanleiding bijzondere aandacht te hebben voor de supermarktschakel. De casussen ei, ui en kipfilet suggereren namelijk dat supermarkten meer een eigenstandige koers varen, waarbij ze meer op elkaars prijzen letten dan op prijsbewegingen in de desbetreffende productieketen. Er kunnen diverse redenen zijn waarom supermarkten vooral naar elkaar en minder naar de voortbrengingsketen kijken. Supermarkten richten zich bijvoorbeeld meer op consumenten en hun behoeften.

Bovenstaande constatering bieden al met al ondersteuning aan een stellingname van de WRR (2014) waarin naar voren wordt gebracht dat hedendaags landbouw- en voedselbeleid niet alleen productie maar evenzeer supermarkten en consumptie omvat. Constatering als deze bevestigen bovendien het nut en het belang van politieke aandacht van de zijde van Tweede Kamerleden en bewindvoerders voor ontwikkelingen in de prijsvorming van voedsel. Want hoe alledaags en overvloedig aanwezig voedsel ook mag zijn in het Nederland van nu, het is en blijft een primaire levensbehoefte voor iedereen en een primaire bron van inkomsten voor velen.

---

# 1 Inleiding

## 1.1 Aanleiding en vraagstelling

De Autoriteit Consument & Markt (ACM) wil een beter inzicht krijgen in het functioneren van de voedselkolom in de agrifoodsector in Nederland. Aanleiding voor het onderzoek is het verzoek in de vaste Kamercommissie aan de Staatssecretaris van Economische Zaken om een update te maken van het eerdere rapport van NMa over de prijsvorming in de agrifoodsector<sup>1</sup>, nu ook specifiek kijkend naar de pluimveesector<sup>2</sup>. Het uitgevoerde onderzoek is op hoofdlijnen een herhaling van het NMa onderzoek 'prijsvorming in de agrifoodsector' uit 2009. Belangrijke verschillen betreffen:

- a. Product. In 2014 is pluimveevlees toegevoegd en is versneden uien als product afgefallen ten opzichte van de producten in 2009.
- b. Het bijzondere onderwerp. In 2009 is aandacht besteed aan zaken die samenhangen met contracten terwijl in 2014 onderzoek is gedaan naar de rol van prijsnoteringen in de agrarische sector.
- c. Geografisch blijft het onderzoek in 2014 beperkt tot Nederland, in 2009 is ook naar prijsontwikkelingen in andere EU-landen gekeken.
- d. Bij de dataverzameling is getracht basisgegevens te verkrijgen over het Nederlandse en het buitenlandse product.

## 1.2 Doel

De doelstelling van het onderzoek is het verkrijgen van inzicht in de prijsvorming in de gehele bedrijfskolom met betrekking tot acht consumentenproducten: aardappel, appel, brood, eieren, komkommer, paprika, pluimveevlees en ui in Nederland. Er dient een (mogelijke) verklaring gegeven te worden voor het bestaan van verschillen in gehanteerde prijzen tussen de verschillende schakels. Daarbij wordt gekeken naar de (asymmetrische) prijstransmissie in de keten en (ontwikkelingen in) de brutomarges (=totaal van gemaakte kosten en winst of verlies). Ook dient inzicht te ontstaan in de rol die prijsnoteringen spelen binnen de prijsvorming.

De onderzoeksvragen die centraal staan, zijn:

1. Hoe hoog zijn de verkoopprijzen in de verschillende schakels van de bedrijfskolom en hoe hebben de verkoopprijzen zich ontwikkeld in de periode 2011--2013?
2. Hoe hoog zijn de marges in de verschillende schakels van de bedrijfskolom en hoe hebben de marges zich ontwikkeld in de periode 2011--2013?
3. Op welke manier worden de verkoopprijzen in een bepaalde schakel in de bedrijfskolom beïnvloed door de verkoopprijzen van andere schakels in de bedrijfskolom (prijstransmissie)?
4. Welke typen prijsnoteringen zijn er en welk effect hebben ze (in algemene zin) op de prijsvorming en de concurrentie(verhoudingen) op een markt?
5. Welke (type) prijsnoteringen komen voor in de agrarische sector en in welk deel van de bedrijfskolom?
6. Hoe komt een bepaalde prijsnotering tot stand?
7. Hoe gebruiken marktpartijen prijsnotering(en) in hun prijsbeleid?

---

<sup>1</sup> Zie ook: <https://www.acm.nl/nl/publicaties/publicatie/5331/NMa-maakt-prijsvorming-voedselketen-transparant/>

<sup>2</sup> Zie ook het verslag van overleg van de vaste commissie voor Economische Zaken met Staatssecretaris Dijkzema van Economische Zaken en Minister Schippers van Volksgezondheid, Welzijn en Sport over voedsel, dd. 18 december 2013. <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-31532-122.html>

---

### Afbakening

Het onderzoek is beperkt tot:

- a. Acht consumentenproducten: aardappel, appel, brood, eieren, komkommer, paprika, pluimveevlees en ui.
- b. De afzet van Nederlandse producten in supermarkten in Nederland. Afzet van buitenlandse producten in Nederland, afzet via speciaalzaken of via de out of home markt zijn buiten beschouwing gelaten. Een uitzondering is gemaakt voor de afzet van buitenlandse komkommers en paprika omdat deze producten in de winterperiode vrijwel niet in Nederland geproduceerd worden.
- c. De periode 2011-2013.

De belangrijkste conclusies uit het onderzoek van 2009 zijn (zie managementsamenvatting NMa, 2 december, 2009):

'Allereerst is het zo dat de prijzen in de agrifoodsector in de periode 2005-2008 voor alle schakels in de bedrijfskolom sterk gestegen zijn. Deze prijsontwikkeling is het sterkst op producentenniveau. Ten tweede wijst het onderzoek uit dat er geen indicaties zijn dat de supermarkt dominant is in de prijsvorming in de agrifoodsector. Supermarkten kunnen over het algemeen hun marge niet blijvend verbeteren aangezien prijsverhogingen op consumentenniveau samengaan met prijsverhogingen bij de groothandel.

Wel blijkt dat de prijs in de supermarkt een veelvoud is van de prijs op producentenniveau. Dit wordt grotendeels veroorzaakt door de kosten die gemaakt worden door de groothandel. Daarnaast betekent dit grote prijsverschil tussen producent en supermarkt niet altijd dat de supermarkt de hoogste marge in percentage van de verkoopprijs behaalt ten opzichte van de producent en de groothandel.

Ook internationaal gezien zijn de prijzen in de agrifoodsector sterk gestegen. In vergelijking met het Europees gemiddelde zijn de Nederlandse consumentenprijzen voor voedingsproducten echter minder sterk gestegen dan elders in Europa. Deze Nederlandse prijsstijgingen hebben niet altijd geleid tot een verbetering van de marge bij de verschillende schakels.'

## 1.3 Leeswijzer

Het hoofdrapport begint met een beschrijving van de verzamelde gegevens en de gebruikte methodiek in hoofdstuk 2. Hoofdstuk 3 is gewijd aan het onderwerp prijsnoteringen met speciale aandacht voor de producten varkensvlees, paprika en aardappelen en aan de mededingingsaspecten die samenhangen met prijsnoteringen. In hoofdstuk 4 is voor elk van de 8 producten een beschrijving gegeven van de totale voedselketen van uitgangsmateriaal tot consument qua type, aantal bedrijven en de activiteiten die deze bedrijven uitvoeren. Ook is de marktstructuur, de economische betekenis en de wijze van prijsvorming beschreven. Hoofdstuk 4 is bedoeld om een context te schetsen voor de kern van de resultaten van het onderzoek in hoofdstuk 5, namelijk de prijsontwikkeling, marges en de prijstransmissie in de voedselketen. Het rapport wordt afgesloten met de conclusies in hoofdstuk 6.

---

## 2 Materiaal en methode

### 2.1 Materiaal

Voor de uitvoering van het onderzoek en de beantwoording van de onderzoeksvragen zoals vermeld in hoofdstuk 1 zijn de volgende informatiebronnen gebruikt:

- Inkooprijzen en verkoopprijzen per eenheid product in minimaal drie schakels in de keten (zie tabel 2.1). De prijzen zijn opgevraagd per week in de periode 2011-2013. Daarnaast is ten behoeve van het margeonderzoek aan de bedrijven gevraagd per jaar de gemaakte kosten te verdelen over een aantal kostencategorieën. In bijlage 2 is op hoofdlijnen aangegeven welke gegevens per bedrijf zijn opgevraagd. De schakels uitgangsmateriaal en veevoer zijn in dit onderzoek niet meegenomen.
- De opgevraagde kwantitatieve gegevens (prijzen en marges) zijn aangevuld met informatie uit 19 interviews met ondernemers in de keten (zie tabel 2.2). In bijlage 3 is de basis van het interviewprotocol weergegeven. Vrijwel alle interviews zijn 'face to face' uitgevoerd. Enkele interviews zijn telefonisch uitgevoerd. Van alle interviews zijn verslagen gemaakt en voor correctie naar de geïnterviewde teruggestuurd. Alleen van de informatie uit de gecorrigeerde verslagen is gebruik gemaakt.
- Literatuur en statistieken zijn gebruikt om tot een beschrijving van de acht agrarische productieketens te komen.

Het doel van het onderzoek is inzicht te krijgen in prijsvorming van Nederlandse producten in Nederlandse supermarkten. Binnen dit kader zijn vervolgens bedrijven in de keten geselecteerd waarvan verwacht werd dat ze een substantieel aandeel in een of meerdere van de producten hadden. De geselecteerde bedrijven zijn geen afspiegeling van de bedrijven in een bepaalde schakel maar zijn belangrijke spelers. De gerapporteerde marktprijzen zijn representatief, de verkoopprijs van de voorliggende schakel is vrijwel in alle gevallen gelijk aan de inkoopprijs van de volgende schakel.

---

Tabel 2.1

*Verdeling van de deelnemende bedrijven over de verschillende producten.*

Product	Aantal deelnemende bedrijven
Aardappel	11
Appel	13
Brood	18
Eieren	12
Komkommer	19
Paprika	17
Pluimveevlees	10
Ui	12

In totaal is aan 49 bedrijven gevraagd om gegevens aan te leveren. 3 bedrijven bleken achteraf niet relevant voor dit onderzoek te zijn en 2 bedrijven hebben de gegevens te laat of niet aangeleverd, waardoor gebruik gemaakt is van gegevens van 44 bedrijven. De kwaliteit van de gegevens is goed. Door het moment van stoppen en starten van bedrijven is het niet altijd mogelijk om over de gehele periode de gegevens te leveren. Bijvoorbeeld de producentenorganisatie FresQ is gestopt en konden daardoor geen gegevens aanleveren. Daarnaast heeft een deel van de bedrijven administratieve systemen die het zeer moeilijk maken om achteraf inkoop- en verkoopprijzen per week te kunnen leveren. Een deel van de bedrijven heeft maandcijfers aangeleverd en aangegeven dat de prijzen binnen de maand zeer stabiel waren. Een ander probleem met de gegevens is dat soms niet de prijzen van het gevraagde product geleverd kan worden. Bijvoorbeeld dat de snackkommers ook in de groep met komkommers zitten. Deze prijzen zijn uiteindelijk niet meegenomen.



Tabel 2.2

Verdeling van de 19 interviews over de ketenschakels.

Product	Primair	Groothandel	Verwerker	Inkooporganisatie	Supermarkt	Prijsnotering
Alle producten	4	4	3	1	4	3

## 2.2 Methode

### Prijzenonderzoek

Per product per schakel (zie tabel 2.1) zijn inkoop- en verkoopprijzen van specifiek omschreven producten opgevraagd (zie figuur 2.1 voor de productdefinitie). Voor appel en aardappel zijn zowel gegevens over de hoofdgroep appel en aardappel als over het standaardproduct Elstar en Nicola opgevraagd.

	Hoofdgroep	Standaardproduct
1	Aardappel	5 kg tafelaardappel ras Nicola
2	Appel	Elstar onverpakt
3	Brood	800 gram bruin brood
4	Eieren	Doos met 10 scharreleieren maat M
5	Komkommer	Onverpakte komkommer
6	Paprika	Rode paprika
7	Pluimvee vlees	Kipfilet (kg verpakking, 0,45 kg, 0,225 kg) Dij en poot, drumstick
8	Uien	1 en 2 kg verpakking van gele uien in netje

**Figuur 2.1** Hoofdgroep en gekozen standaardproduct binnen de hoofdgroep.

De volgende actie zijn uitgevoerd met de data:

1. Check op volledigheid en waarschijnlijkheid van de data. Voorbeelden zijn negatieve prijzen of omdraaiingen van de kolommen omzet en volume per week.
2. Weging van de data per schakel. De prijs per schakel is berekend door te wegen naar het volume (stuks en kg). De algemene formule voor de gemiddelde prijs is dat de sommatie van omzetten van bedrijven gedeeld is door de sommatie van het volume.
3. Check op verschillen tussen verkoopprijs voorliggende schakel en inkoopprijs volgende schakel. Indien de prijzen van alle verkopers en inkopers bekend zijn dient de verkoopprijs van de voorliggende schakel gelijk te zijn aan de inkoopprijs van de volgende schakel.
4. Beoordeling van de prijsontwikkeling per product in de tijd over meerdere schakels door LEI experts.
5. Mogelijke datacorrecties met betrekking tot sterk afwijkende prijzen, sterk afwijkende productbeschrijvingen of periodes zonder prijzen. Periodes zonder prijzen zijn in een paar gevallen aangevuld indien deze periode tussen twee beschikbare prijswaarnemingen kleiner is dan drie weken. De ingevulde prijs is de prijs van de laatst bekende week. Alle datacorrecties zijn in scripts vastgelegd in het statistische programma Eviews.

Vervolgens zijn de prijsontwikkelingen in de keten beschreven waarbij gebruik gemaakt is van Eviews en het programma JMulti. Eviews en JMulti zijn statistisch pakketten voor Windows, vooral gebruikt voor econometrische tijdreeksanalyses.

### Margeonderzoek

Per schakel in de verschillende ketens is informatie per bedrijf opgevraagd over de jaarlijkse kosten opgesplitst naar personeelskosten, huisvestingskosten, energie en water, verpakking, transport, derving en product-recall. Ook is de nettowinst/-verlies voor belasting opgevraagd (zie bijlage 2).

Het margeonderzoek is in twee delen uitgevoerd. In eerste instantie zijn per product de brutomarges (verschil tussen inkoop en verkoopprijs van de producten) per schakel in de keten onderzocht. Dit kan

---

door de inkoopprijs en de verkoopprijs per schakel te relateren. Welk deel van de brutomarge per product uit kosten en uit winst/verlies bestaat kan niet nagegaan worden omdat de meeste bedrijven meerdere producten produceren, verhandelen, bewerken of verkopen aan consumenten. De beschrijving van de nettomarges heeft per ketenschakel plaatsgevonden indien voldoende (minimaal 3) waarnemingen aanwezig waren. Ook het feit dat bedrijven zowel Nederlands producten als buitenlandse producten verhandelen en zowel naar Nederlandse als buitenlandse afnemers leveren betekent een complicatie in de toerekening van de kosten en winst/verlies.

#### *Prijstransmissieonderzoek*

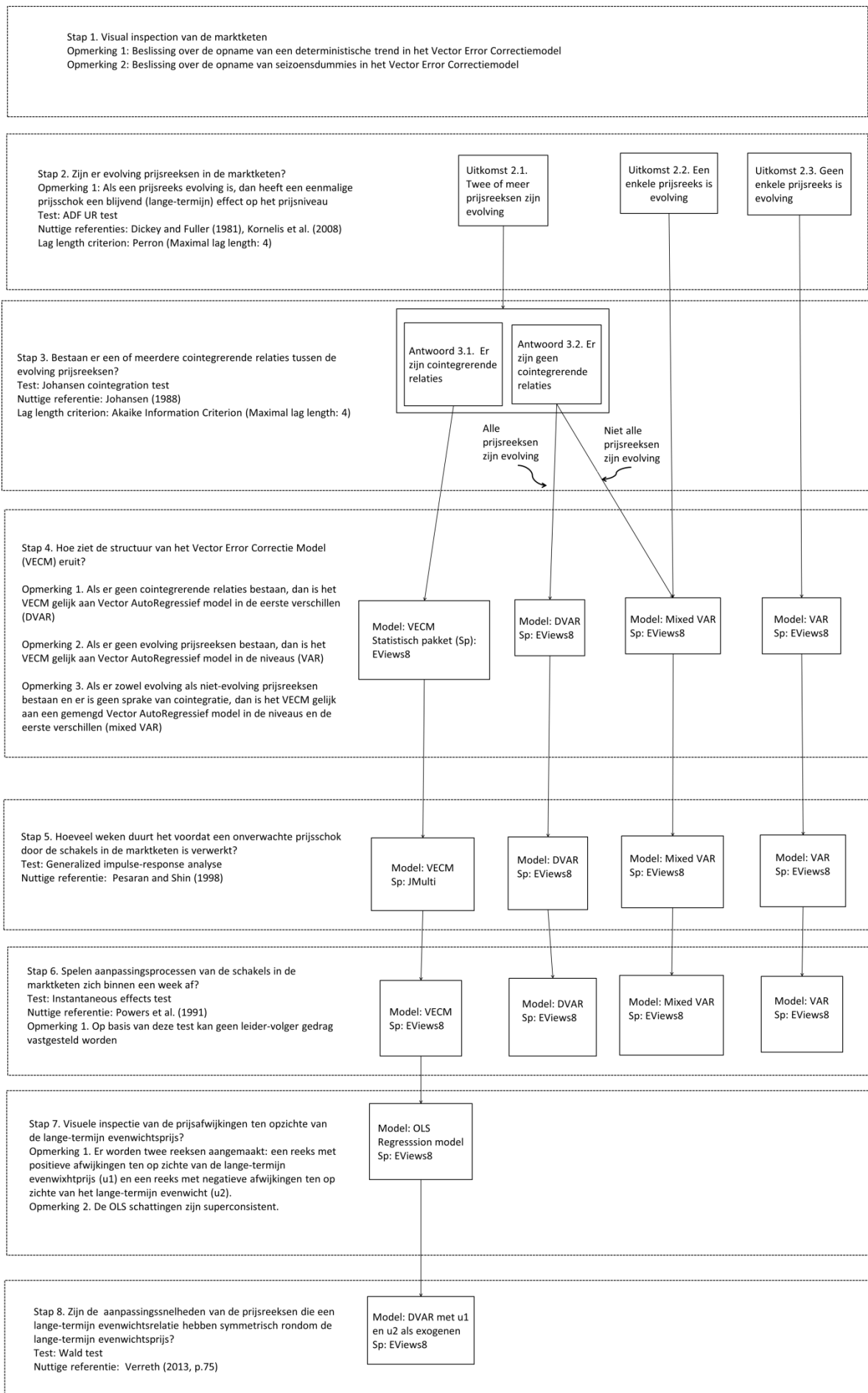
De analyse van de prijstransmissie is in lijn met het eerdere onderzoek van Bunte *et al.* (2009) en NMa (2009) uitgevoerd met behulp van tijdreeksanalyse. De tijdreeksanalyses zijn erop gericht de relaties te onderzoeken tussen de (gemiddelde) wekelijkse verkoopprijzen in de verschillende schakels in de keten. Afwijkingen van volledige mededinging kunnen tot uitdrukking komen in onvolledige of asymmetrische prijstransmissie. Prijstransmissie is de mate waarin prijsveranderingen op één niveau in de keten doorwerken naar de andere niveaus in de keten. Daartoe detecteren wij met behulp van tijdreeksmodellen de afwijkingen in de relatie tussen verkoopprijzen die zouden gelden indien sprake is van volledige mededinging. Uitkomsten die niet in lijn zijn met het model van volledige mededinging zijn:

- de prijzen in opeenvolgende schakels in de keten vertonen geen langetermijnrelatie;
- de prijstransmissie op de lange termijn is onvolledig;

Overigens kan het gebrek aan prijstransmissie op bijvoorbeeld supermarktniveau ook verklaard worden doordat supermarkten vooral onderling concurreren en nauwelijks letten op de (kost)prijs van een product.

In figuur 2.2 is schematisch weergegeven welke stappen bij de diverse situaties toegepast zijn. In deze figuur is ook vermeld welke modellen en toetsen toegepast zijn per situatie. Een beschrijving hiervan is achterwege gelaten (in de figuur zijn enkele nuttige referenties opgenomen). In het onderstaande is getracht aan te geven wat in de verschillende stappen uitgevoerd wordt:

- In stap 1 wordt aan de hand van een grafiek vastgesteld hoe de prijzen in de diverse schakels verlopen en of er een trend en seizoensdummy in het Vector Error Correctiemodel (VEC-model) opgenomen dient te worden.
- In stap 2 wordt per tijdreeks van prijzen vastgesteld of prijzen na een schok terugkeren naar de langetermijnontwikkeling (een constante of een trend).
- In stap 3 wordt nagegaan of er een samenhang is in de ontwikkelingen van de verschillende tijdreeksen van de verschillende schakels.
- In stap 4 wordt bepaald op basis van de informatie uit de eerste drie stappen hoe het schattingsmodel eruit gaat zien.
- In stap 5 wordt met behulp van het schattingsmodel vastgesteld of een schok in een bepaalde tijdsreeks gevolgen heeft op de lange termijn voor de hoogte van dezelfde en andere tijdreeksen (impuls-responsanalyse). Ook wordt vastgesteld na hoeveel weken de korte termijn schokken uitgewerkt zijn en het langetermijnevenwicht intreedt.
- In stap 6 wordt met een schattingsmodel vastgesteld of er samenhang zit in de data binnen één week (de standaard schattingsmethoden veronderstellen een oorzaakgevolgreactie in de tijd en geen directe samenhang).
- In stap 7 worden de prijsafwijkingen van de geschatte langetermijnprijssamenhang zichtbaar gemaakt. Vervolgens worden de positieve en negatieve afwijkingen in twee afzonderlijke reeksen gescheiden.
- In stap 8 wordt vervolgens getoetst of de negatieve en positieve prijsafwijking met dezelfde snelheid zich aanpassen.



**Figuur 2.2** Methodologie.

---

# 3 Prijsnoteringen

## 3.1 Inleiding

Prijsnoteringen geven informatie aan marktpartijen over de gerealiseerde of verwachte prijsontwikkelingen. Prijsnoteringen dragen daardoor - althans in theorie - bij aan prijstransparantie. Prijstransparantie verwijst naar de situatie dat potentiële kopers en verkopers relatief eenvoudig kunnen beschikken over informatie over de prijzen van andere aanbieders en kopers. Een markt is transparant (met betrekking tot prijzen) als het relatief eenvoudig of goedkoop is om prijzen van verschillende aanbieders of afnemers te vergelijken. Merk op dat wanneer helemaal geen prijsinformatie beschikbaar is, de markt als zodanig niet bestaat. Markten werken doorgaans het beste als er veel aanbieders en vragers zijn. Transactiekosten (zoals zoekkosten) kunnen verhinderen dat kopers/verkopers beschikken over informatie over prijzen van verschillende aanbieders/vragers. Daardoor wordt de concurrentie beperkt en zouden aanbieders - althans in theorie - hogere prijzen kunnen rekenen. Door prijsnoteringen openbaar te maken worden de zoekkosten van kopers of verkopers lager.

Prijsnoteringen komen veel voor in markten waar de zoekkosten hoog zijn, als prijzen volatiel zijn, als transacties relatief vaak plaatsvinden, en als er een hoge organisatiegraad in de sector is. Agrarische markten voldoen aan al deze voorwaarden. Boeren en tuinders zijn van oudsher in Nederland (coöperatief) georganiseerd. Prijzen zijn doorgaans volatiel. Boeren en tuinders moeten op enig moment oogsten en verkopen en beschikken dan in afwezigheid van prijsnoteringen niet direct over de prijzen die potentiële kopers willen betalen. Oplossingen daarvoor zijn gevonden in coöperatieve afzetorganisaties, beurzen en veilingen. Een afzetorganisatie verzamelt de vraag van een groot aantal potentiële kopers en neemt daardoor de zoekkosten over van de individuele boeren en tuinders. Beurzen en veilingen zorgen voor een fysieke (of digitale) ontmoetingsplaats voor kopers en verkopers waardoor de zoekkosten omlaaggaan. Vaak hoort bij een beurs of een veiling ook een prijsnotering. Die zorgt ervoor dat kopers en verkopers zijn geïnformeerd over de stand van de markt en genereren daardoor handel. Als er geen beurs of veiling is die (openbare) prijzen noteert dan zijn er soms marktonderzoeksbureaus of brancheorganisaties die informatie over prijzen verzamelen bij marktpartijen en die al dan niet tegen betaling verstrekken. Prijsnoteringen kunnen zowel concurrentiebevorderend als concurrentiebeperkend werken. Om daarop meer zicht te krijgen, wordt in dit hoofdstuk nader ingegaan op het gebruik van prijsnoteringen in voedingsmiddelenketens.

De onderzoeksvragen met betrekking tot prijsnoteringen zijn:

6. Welke typen prijsnoteringen zijn er en welk effect hebben ze (in algemene zin) op de prijsvorming en de concurrentie(verhoudingen) op een markt?
7. Welke (type) prijsnoteringen komen voor in de agrarische sector en in welk deel van de bedrijfskolom?
8. Hoe komt een bepaalde prijsnotering tot stand?
9. Hoe gebruiken marktpartijen prijsnotering(en) in hun prijsbeleid?

De vragen 3 en 4 zijn uitgewerkt voor een drie voedingsmiddelenketens, te weten aardappelen, paprika, en varkensvlees. Varkensvlees maakt geen onderdeel uit van het onderzoek naar prijstransmissie. Deze productgroep is voor het onderdeel prijsnoteringen echter wel gekozen als voorbeeld van het gebruik van prijsnoteringen in dierlijke productieketens.

In paragraaf 3.2 wordt eerst in algemene zin ingegaan op de functie van prijzen in de economie. In paragraaf 3.3 definiëren wij het begrip prijsnotering voor gebruik in deze studie en bespreken we de eigenschappen van prijsnoteringen in relatie tot de prijsvorming en de marktwerking. In paragraaf 3.4 komen de casussen aan de orde. In paragraaf 3.5 worden de juridische kaders en implicaties beschreven. Ten slotte wordt in paragraaf 3.6 dit hoofdstuk kort samengevat.

---

## 3.2 Prijzen en marktwerking

### 3.2.1 Functies van prijzen

In een markteconomie spelen prijzen een cruciale rol. Prijzen zijn meetbare weergaven van waarde uitgedrukt in kwantitatieve eenheden (hier: van een bepaalde munt, zoals de euro). Prijzen geven informatie over relatieve kosten en helpen bij het maken van koop- en verkoopbeslissingen (zie Stefanski *et al.*, 2002 en Mollgaard en Overgaard, 2001). Prijzen hebben in de economie drie belangrijke functies: 1) een signaalfunctie (een impliciete weergave van de stand van zaken omtrent vraag en aanbod in een markt), 2) een incentive functie (een prikkel, een motivatie om tot een bepaalde actie over te gaan of eigen gedrag te veranderen), en 3) een allocatie functie ('rationing', dat wil zeggen, ervoor zorgen dat vraag en aanbod van schaarse middelen elkaar niet overstijgen). De wijze waarop prijzen tot stand komen noemen we 'prijzsvorming'.

Informatie over prijzen zijn in de eerste plaats *signalen* naar kopers en verkopers. Deze signalen zorgen ervoor dat producenten, consumenten en overheden op de hoogte zijn van het bestaan van markten en van de kosten van verwerving, de prijzen van concurrenten, de kwaliteit, en van tekorten en overschotten. Prijsveranderingen zijn signalen van veranderingen in vraag en aanbod. Door het bestaan van prijzen kunnen aanbieders en vragers de alternatieven op een relatief gemakkelijke manier met elkaar vergelijken en afwegingen maken ten aanzien van koop of verkoop. Deze signalen werken alleen goed, als de markten naar behoren werken. Als prijzen stijgen, maar iedereen is gedwongen om een product toch te kopen dan hoeft dat geen signaal van een tekort te zijn, maar kan dat net zo goed een resultaat zijn van marktfalen.

Behalve dat prijzen informatie communiceren over overschotten en tekorten, geven zij ook informatie over (consumenten)voorkeuren. Een kilogram kipfilet is duurder dan een kilogram kippenvleugels of kippenbout, omdat consumenten een voorkeur hebben voor filet. Evengoed kunnen we de prijs van kipfilet vergelijken met de prijs van een rode paprika om de (geaggregeerde) relatieve voorkeuren van consumenten voor deze producten te analyseren. Voor het gros van de consumenten geldt dat zij binnen een beperkt budget een keuze maken uit ontelbare verschillende combinaties van producten en diensten. De consument ervaart daarbij de marktprijzen meestal als een gegeven. Als alle consumenten een keuze maken uit het aanbod, dan tellen alle individuele keuzes op tot de marktvrage. Bij perfecte vrije mededinging in een transparante markt weerspiegelt de marktprijs in theorie de totale waarde die de consumptie heeft voor consumenten en zorgt ervoor dat die in evenwicht is met de totale kosten van de productie van die producten. Op korte termijn zorgen verstoringen in vraag en aanbod er voor dat de marktprijzen afwijken van het theoretische evenwichtsniveau.

Het is echter wel zaak om de invloed van veranderende consumentenvoorkeuren te scheiden van de andere invloeden op de prijs zoals kostprijs veranderende technologische ontwikkelingen en aanbodverstoringen. Een technologische innovatie waardoor de productie goedkoper wordt, verandert niet wezenlijk de voorkeuren van consumenten voor het ene of het andere goed, maar zal wel invloed kunnen hebben op de relatieve marktprijzen. Doordat de productie goedkoper wordt zal onder invloed van concurrentie tussen aanbieders de prijs dalen en daardoor maken consumenten een andere afweging. Doorgaans zullen consumenten meer van een goed gaan consumeren als de relatieve prijs daalt. Dat wordt enerzijds veroorzaakt door een inkomenseffect (consumenten zijn relatief rijker geworden als de prijs van een product daalt) en anderzijds door een substitutie-effect (consumenten gaan het goedkopere product kiezen in plaats van een ander product dat nu relatief duurder is geworden)<sup>3</sup>. Er gaat dus van prijzen een prikkel uit (*een incentive*) om meer of minder te produceren of te consumeren.

---

<sup>3</sup> Dit geldt voor de meeste goederen. In de economische literatuur zijn hier twee uitzonderingen op beschreven: 1) een Giffen-goed, waarbij men geen vervangende producten kent met als gevolg het prevaleren van inkomenseffect boven-substitutie-effect; 2) een Veblen-goed, dat door zijn hoge prijs een exclusief karakter geniet dat verloren gaat bij prijsdaling, evenals een 'hogere sociale status' van de koper verkregen door het bezit van dit goed. Verder is de menselijke behoefte in veel gevallen begrensd waardoor er niet meer 'gekocht' wordt al is de prijs nihil.

---

Zonder regie kan het prijsmechanisme daardoor op een heel efficiënte manier de productie en de consumptie aansturen. Als zodanig spelen prijzen (en informatie over prijzen) een heel belangrijke rol in de *allocatie* van goederen en diensten. Door het prijsmechanisme wordt een economisch efficiënte allocatie van middelen bevorderd.

Prijzen zijn onlosmakelijk verbonden met het product. Zonder informatie over de product-eigenschappen is een prijs weinig informatief. Anderzijds kunnen prijzen informatie communiceren over de (gepercipieerde of veronderstelde) kwaliteit van een product of schaarste zonder dat alle marktpartijen de feitelijke kwaliteit of schaarste kunnen inspecteren. In die zin kunnen prijzen (vals) sentiment in de hand werken als ze los worden gepresenteerd van de context en de product-eigenschappen of markt waar ze voor gelden. Marketing speelt daar vaak handig op in.

### 3.2.2 Prijstransparantie en marktwerking

Een voorwaarde voor het goed functioneren van het prijsmechanisme is dat potentiële vragers en aanbieders kunnen beschikken over informatie over prijzen. Transparantie verhoogt efficiëntie in markten met een voldoende hoog aantal vragers en aanbieders. Als de kosten voor het verzamelen van deze informatie (zoekkosten) te hoog worden dan zullen kopers niet alle mogelijkheden meenemen in hun keuzes en worden mogelijk preferente keuzes niet gemaakt. In dat geval is sprake van een marktfalen door een gebrek aan informatie. In een marktstructuur met een beperkt aantal vragers of aanbieders kan prijstransparantie juist tot marktfalen (kartelvorming) in de markt leiden (Bunte *et al.*, 2011 en 46-48; Stiglitz, 1989).

Het effect van een grotere prijstransparantie op de marktwerking is niet eenduidig. De mogelijke gevolgen van een hogere prijstransparantie hangen in grote mate samen met de marktstructuur (concentratiegraad) en de mate waarin partijen een informatieachterstand hebben die door extra prijsinformatie kan worden opgelost (Bunte *et al.* 2011, p. 41-58). Een grotere prijstransparantie betekent lagere zoekkosten. Als prijzen van aanbieders transparant zijn geeft dat consumenten / afnemers in een niet-geconcentreerde markt de mogelijkheid om betere afwegingen te maken tussen alternatieve aanbiedingen, wat in de regel resulteert in meer concurrentie en lagere prijzen. De vraag is daarbij relevant in hoeverre een prijsnotering werkelijk informatie over de markt toevoegt voor een anderzijds al geïnformeerde partij. Partijen die hoge zoekkosten hebben en slecht zijn geïnformeerd kunnen in potentie profiteren van meer transparantie.

Als consumenten/afnemers niet goed op de hoogte zijn van de prijzen van de verschillende aanbieders (prijzasymmetrie) kan dat leiden tot marktfalen; transacties komen niet tot stand of consumenten / afnemers betalen te veel. Een informatieasymmetrie kan ook de andere kant op bestaan: afnemers die meer weten over de marktsituatie dan aanbieders. Ook dan kan marktfalen ontstaan. Een afnemer die veel leveranciers heeft weet in de regel (zonder openbare marktinformatie) meer over de stand van de markt dan de kleine individuele aanbieders. In die situatie kan een afnemer prijsdiscriminatie toepassen en de minst goed geïnformeerde leveranciers lagere prijzen betalen. Zie Rasmussen (1989) en Stiglitz (1989) over hoe gebrek aan informatie of asymmetrische informatie bij de verschillende marktpartijen kunnen leiden tot te weinig transacties of tot een verkeerde prijsstelling (zie Bunte *et al.*, 2011 p 41-43).

Meer transparantie kan met name negatieve gevolgen hebben voor de mededinging, als de markt sterk geconcentreerd is (weinig aanbieders of weinig vragers) en als er sprake is van onderling afgestemd gedrag van aanbieders. Als aanbieders in een markt reeds (verboden) afspraken maken dan kan marktinformatie de leden van het kartel informeren over leden die de kartelafspraken ontduiken. De kans op detectie van vals spelen wordt groter als de transparantie toeneemt. In dat geval kan angst voor detectie en reactie van de andere leden van het kartel ertoe leiden dat kartelafspraken beter worden nageleefd, met negatieve gevolgen voor de mededinging (Møllgaard en Overgaard, 2006). In een geconcentreerde markt (oligopolie) kan transparantie leiden tot kartelvorming of afgestemd gedrag. Het risico hierop is met name aanwezig als de markt geconcentreerd is én er hoge toetredingsbelemmeringen zijn, weinig veranderingen in de marktomstandigheden, veel herhalingsaankopen en als een prijsvechter ontbreekt (Bunte *et al.*, 2011, p. 47).

---

Het is niet mogelijk om op voorhand en zonder aanvullende informatie over feitelijke gedragingen van bedrijven uitspraken te doen over de verwachte effecten van grotere transparantie. De mogelijke positieve en negatieve effecten hangen in sterke mate af van de situatie en de context (Møllgaard en Overgaard, 2006).

### 3.3 Prijsnoteringen

Het begrip 'prijsnotering' is in de economische literatuur niet vast omschreven. Prijsnoteringen kunnen opgevat worden als alle openbare noteringen van vraag- of biedprijzen in een markt, zowel prijsinformatie van individuele bedrijven als (geaggregeerde) prijsinformatie die ofwel door de bedrijven (marktpartijen) zelf openbaar worden gemaakt of door derde organisaties worden gepubliceerd.

In dit onderzoek bakenen we het begrip prijsnotering niet verder af dan dat de prijsinformatie in geschreven of digitale bronnen aan marktpartijen, waaronder consumenten, en/of andere belanghebbenden<sup>4</sup> beschikbaar wordt gemaakt.

Prijsnoteringen hebben in de markt identieke functies als prijzen zelf. Een signalerend, allocatief en een incentive-karakter van een prijsnotering functioneert eveneens niet (voldoende) als:

- Er sprake is van bestaand marktfalen;
- Een prijsnotering informatie geeft over een te beperkt deel van de markt, waarbij er nog altijd sprake is van prijsintransparantie op de gehele markt;
- Een prijsnotering geaggregeerde informatie draagt over meerdere markten, waarbij er nog altijd sprake is van prijsintransparantie op afzonderlijke markten;
- Er sprake is van een beperkt aantal vragers en/of aanbieders, waarbij een prijsnotering kartelvorming kan bevorderen.

Voordat de mededingingsrechtelijke aspecten van prijsnoteringen worden besproken, zullen we hier eerst een classificatie van prijsnoteringen maken. Prijsnoteringen zijn er in vele varianten. Om de soorten prijsnoteringen te classificeren kijken we naar de volgende aspecten:

- 1) producteigenschappen, 2) marktstructuur, 3) zoekkosten, 4) de maker van de prijsnotering, 5) tijdstip van de notering, vooraf, actueel of achteraf, 6) wijze van totstandkoming van de notering, 7) doel en wijze van gebruik van de notering in de markt.

Deze classificatie van prijsnoteringen is gebaseerd op literatuur (zie EC 2011/C 11/01 'Horizontal Guidelines'; OECD, 2001), en op de analyse van bestaande prijsnoteringen in de agrarische sector en daarbuiten.

#### 3.3.1 Producteigenschappen, marktstructuur en zoekkosten

Prijsnoteringen worden veel gebruikt in markten voor grondstoffen, zoals granen en olie. Vaak zijn dat ook de producten waarvoor termijnmarkten bestaan, dat er wereldwijde handel in is en dat de zoekkosten relatief hoog zijn als de prijsnoteringen niet zouden bestaan. De gemeenschappelijke kenmerken van deze producten zijn dat er doorgaans veel aanbieders en/of vragers zijn.

Prijsnoteringen worden ook relatief veel gebruikt wanneer er relatief snel gehandeld moet worden en de zoekkosten hoog zijn. Aandelenkoersen kunnen als prijsnoteringen (op financiële markten) worden aangemerkt. Aandelenmarkten, termijnmarkten, en markten voor bederfelijke producten, kenmerken zich doordat bij kopers en verkopers (handelaren) behoefte is aan prijsinformatie om snel afwegingen te kunnen maken tussen verschillende producten. Dit zijn ook doorgaans de producten waarvoor beurzen bestaan.

---

<sup>4</sup> Te denken valt aan: de overheid, onderwijs en onderzoek, individuele burgers en burgerorganisaties.

Prijzen op een internet pagina waarop prijzen van producten worden vergeleken kunnen volgens de door ons gebruikte definitie ook als prijsnoteringen gelden. De internet pagina met prijsvergelijkingen van bijvoorbeeld verzekeringen, reizen, of televisies informeren potentiële kopers over de stand van de markt. De functie ervan is kortom prijzen communiceren en prijstransparantie bevorderen. Hieruit komt naar voren dat prijsnoteringen vooral worden gebruikt om zoekkosten te verlagen. Het is voor partijen (kopers en/of verkopers) niet mogelijk om steeds van alle alternatieven de prijzen op te zoeken en een volledige geïnformeerde afweging te maken. Daardoor ontstaat behoefte aan marktinformatie om het marktfalen van een gebrek aan informatie op te lossen. Bij een zoektocht naar bestaande prijsnoteringen en het gebruik ervan is de marktstructuur en het karakter van het product dan ook erg belangrijk.

### 3.3.2 De maker van de prijsnotering

Er zijn grofweg 5 categorieën van partijen die prijsnoteringen opstellen: 1) individuele bedrijven, 2) brancheorganisaties, 3) marktplaatsen zoals veilingen, beurzen en groothandelsmarkten, 4) (markt)onderzoeksbureaus en persbureaus, en 5) overheden en statistiekbureaus. In de praktijk worden prijsnoteringen soms op basis van dezelfde gegevens op verschillende plaatsen gemaakt en gepubliceerd, of worden verschillende noteringen van bijvoorbeeld individuele bedrijven of veilingen samengevoegd tot een nieuwe notering van een marktonderzoeksbureau, brancheorganisatie of overheid.

Tabel 3.1

*Voorbeelden van prijsnoteringen, naar maker.*

	Eigenschappen	Voorbeelden
Individuele bedrijven (verkopers of kopers)	Prijslijst, roepprijs, vraagprijs, biedprijs. Vast omschreven product/contract.	Prijslijst van een leverancier, Folder van een supermarkt, Prijs op internet, Prijsnoteringen (roepprijzen) van een slachterij.
Brancheorganisaties en belangenorganisaties	Gemiddelde, index. Geaggregeerd over tijd. Vast omschreven of geaggregeerd product/contract.	NVV varkensprijsnotering, NVM huizenprijzen.
Beurzen en veilingen en groothandelsmarkten	Richtprijs, middenprijs, actuele beursprijs, hoog- en laag. Vast omschreven product/contract.	Veilingprijzen ZON, Greenery, BelOrta voor groenten en fruit, Beursprijzen varkens Vleuten, Aandelenkoersen en commodities markten (spotmarkt prijzen en termijnmarkt prijzen).
Marktonderzoeksbureaus, persbureaus, vergelijkingswebsites, banken	Alle soorten noteringen, vergelijking van verschillende noteringen, vaak achteraf met verwachting over toekomst.	<a href="http://www.aib-press.nl">www.aib-press.nl</a> met gegevens over noteringen van vleesprijzen, <a href="http://www.gfactueel.nl">www.gfactueel.nl</a> met groenten en fruitprijzen van veilingen en groothandelsmarkten, <a href="http://dca.nl">http://dca.nl</a> met actuele marktinformatie over aardappelen en varkens, ANWB en <a href="http://UnitedConsumers.nl">UnitedConsumers</a> met websites over benzineprijzen, <a href="http://www.independer.nl">www.independer.nl</a> met website over prijzen van verzekeringen.
Overheden en statistiekbureaus, productschappen	Gemiddelde, index. Geaggregeerd over product en tijd.	CBS Consumentenprijsindex, CBS Producentenprijsindex, CBS en Kadaster huizenprijsindex, LEI Agrarische prijzen, <a href="http://www.productschapakkerbouw.nl">www.productschapakkerbouw.nl</a> met prijzen van akkerbouwproducten.

De aandelenbeurzen zijn het voorbeeld bij uitstek van prijsnoteringen. De beurzen fungeren als een marktplaats, waar bedrijven hun aandelen kunnen laten noteren. De beurs houdt bij hoeveel vraag en aanbod er is en wie tegen welke prijs wil kopen (biedprijzen) en verkopen (laatprijzen) en noteert actuele tot stand gekomen prijzen.



---

Ook overheden maken prijsnoteringen. Het Centraal Bureau voor de Statistiek heeft als taak deze samen te stellen en ook het LEI en andere onderzoeksinstituten produceren in opdracht van verschillende overheden informatie over prijsontwikkelingen in uiteenlopende markten. Een prijsnotering die bijvoorbeeld zeker effect heeft op de prijsvorming in de betreffende markt, is de statistiek van de ontwikkeling van de cao-lonen en de inflatiecijfers. Deze informatie speelt een belangrijke rol in de onderhandelingen tussen werknemers en werkgevers in heel veel bedrijfstakken.

### 3.3.3 Tijdstip van de notering, historie, actueel of toekomst

Prijsnoteringen kunnen terugkijkend zijn, actueel, of vooruitkijkend/voorspellend. Een historische (terugkijkende) notering kan bijvoorbeeld gaan over de prijzen van afgelopen jaar of van een dag geleden. Relevant onderscheid met een actuele notering is dat de historische prijs niet de huidige geldende marktprijs is. Een voorspellende prijsnotering kan op dezelfde manier een voorspelling zijn voor de komende dag of bijvoorbeeld voor de prijs over tien jaar in de toekomst. De prijs die een varkensslachterij afgeeft voor vleesvarkens is een actuele prijs die gedurende de lopende week door de slachterij wordt betaald. Het gaat daarbij om een lopend of actueel aanbod en niet om een verwachte toekomstige aanbod. Dat laatste komt minder voor, maar gebeurt wel. Dikwijls worden prijzen op termijnmarkten als indicator gebruikt om een voorspellende prijsnotering op te stellen, in combinatie met expertkennis en/of modellen. Zo geven zakenbanken geregeld prijsverwachtingen af voor aandelen, kostbare metalen, en andere grondstoffen. Dergelijke prijsvoorspellingen maken onderdeel uit van de dienstverlening van de banken, maar kunnen in potentie de markten beïnvloeden. Een andere, vergelijkbare, vorm van voorspellende prijsnoteringen zijn taxaties. Dit komt vooral voor in markten voor heterogene producten zoals huizen en kunstwerken. Deze voorspellingen zijn echter in de regel niet openbaar.

### 3.3.4 Prijsnoteringsmethode

De wijze waarop de notering gemaakt wordt verschilt. Er zijn prijsnoteringen die tot stand komen door overleg tussen handelaren (of producenten en afnemers) in een prijsnoteringscommissie. De Vlaamse biggenprijs wordt opgesteld door de VBP-commissie, die bestaat uit een aantal producenten en afnemers van biggen. Iedere woensdagavond bepalen zij gezamenlijk een prijs die als basisprijs geldt voor de biggen die in die week worden verkocht. Daarnaast zijn er ook noteringen die tot stand komen door registratie en middeling van alle transacties op een markt zoals op groenteveilingen, bloemeneilingen, en aandelenbeurzen. Onderzoeks- en statistiekbureaus en brancheorganisaties gebruiken vaak meerdere bronnen om tot een prijsnotering te komen. Afhankelijk van de beschikbaarheid van bronnen maakt het LEI bijvoorbeeld gebruik van openbare noteringen, informatie van bedrijven, en wegingsschema's om maandprijzen te berekenen van een reeks agrarische producten. Het is voor buitenstaanders niet altijd inzichtelijk hoe een notering tot stand komt en wat de rol van expertkennis en data daarin is geweest.

### 3.3.5 Doel en gebruik van de prijsnotering

Uit het voorgaande komen een aantal redenen naar voren waarom prijsnoteringen worden gemaakt. In de eerste plaats zijn prijsnoteringen een middel om de functies van prijzen in de economie te bevorderen. Beurzen kunnen er belang bij hebben om actuele prijzen te communiceren naar potentiële kopers en verkopers om handel te genereren. Evenzo hebben individuele bedrijven die met homogene producten concurreren met andere bedrijven er belang bij dat potentiële kopers geïnformeerd worden over de prijzen. Dienstverleners zoals banken, marktonderzoeksbureaus en gespecialiseerde uitgeverijen verstrekken marktinformatie omdat klanten daarvoor willen betalen of omdat zij daarmee hun expertise op aangrenzende terreinen kunnen onderstrepen. Zo hebben ook de meeste diervoederproducenten op hun websites de actuele prijzen van vlees en levende dieren staan om daarmee een extra service aan hun klanten te leveren. Overheden en statistiekbureaus houden de ontwikkelingen van prijzen doorgaans niet bij om daarmee markten te beïnvloeden of om een service te verlenen aan marktpartijen, maar om de ontwikkelingen op markten te kunnen monitoren. Veelal gaat het in dat geval niet om heel actuele prijzen, maar om in de tijd en over producten geaggregeerde prijsontwikkelingen, vaak in de vorm van prijsindices.

---

### 3.3.6 Mededingingsrechtelijke beoordeling van prijsnoteringen

In bijlage 4 is een uitgebreide beschouwing opgenomen ten aanzien van de mededingingsrechtelijke beoordeling van prijsnoteringen en de daarbij mogelijkwerwijs aanwezige uitwisseling van prijsinformatie. Vanzelfsprekend is met name het kartelverbod uit artikel 101 VWEU en artikel 6 Mw relevant voor dit onderzoek<sup>5</sup>. Daarbij laat een bespreking van een recent arrest van het Hof van Justitie zien hoe in ieder geval onderlinge - horizontale - informatie-uitwisseling bij prijsnoteringen de grens van het mededingingsrechtelijk toelaatbare overschrijdt. Deze beschouwing wordt hier niet herhaald, maar betreft ook de relatie tussen het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid (GLB) en de algemene mededingingsrechtelijke bepalingen: het mededingingsrecht is van toepassing, tenzij uit de specifieke landbouwregels blijkt dat dit niet zo is<sup>6</sup>. Samengevat komt uit die beschouwing het volgende naar voren.

Prijsafspraken, vooral horizontale prijsafspraken, worden vrijwel steeds als doelbeperkingen beschouwd, waarvan het effect op de markt niet nader hoeft te worden onderzocht<sup>7</sup>. Dat geldt ook voor de uitwisseling van prijsinformatie tussen concurrenten, waarbij eenmalige uitwisseling al een mededingingsbeperkende onderling afgestemde feitelijke gedraging (oafg) kan opleveren. Zuivere prijsnoteringen, openbare noteringen van prijzen in de markt zonder informatie-uitwisseling tussen concurrenten, worden niet direct mededingingsrechtelijk als negatief beschouwd, maar onder bepaalde voorwaarden zijn zij wel risicovol. Zij kunnen efficiëntie-verhogend zijn doordat ze transparantie op de markt creëren en dus transactiekosten verlagen. Zowel marktomstandigheden als de wijze van totstandkoming van een prijsnotering kunnen echter afdoen aan de mededingingsrechtelijke toelaatbaarheid van prijsnoteringen. Voor de analyse van daadwerkelijke prijsnoteringen zijn er drie hoofdelementen van belang, elk bestaande uit enkele deelelementen. Analyse van rechtspraak en beleidsdocumenten levert op dat ten aanzien van de marktstructuur geldt dat bij een oligopolistische marktstructuur een grotere kans op mededingingsrechtelijke problemen bij prijsnoteringen is, dan bij een structuur met veel aanbieders. Ook zal in een volatiele markt het effect van een prijsnotering niet snel mededingingsbeperkend zijn; dit is eerder het geval bij stabiele prijzen. Ten aanzien van de totstandkoming van de prijsnotering geldt dat indien daarbij actuele of toekomstige prijsinformatie wordt uitgewisseld tussen concurrenten de grenzen van wat mededingingsrechtelijk toelaatbaar is snel in zicht komen. Dit type prijsnotering hangt namelijk nauw samen met de beoordeling van de informatie-uitwisseling tussen concurrenten. Het gevaar voor een onderling afgestemde feitelijke gedraging (oafg) ligt eerder op de loer bij de uitwisseling van strategische informatie over de hoeveelheid of prijs van een product, waardoor de uitwisseling kan worden gezien als een doelbeperking. Echter, indien een derde die gegevens verzamelt en op geaggregeerde wijze presenteert, zal er veel minder snel sprake zijn van ongeoorloofde informatie-uitwisseling. Tot slot geldt er bij de werking van de prijsnotering, dat net zoals in het algemene mededingingsrecht ten

---

5 Het kartelverbod uit artikel 101 VWEU luidt: 'Alle overeenkomsten tussen ondernemingen, alle besluiten van ondernemersverenigingen en alle onderling afgestemde feitelijke gedragingen welke de handel tussen lidstaten ongunstig kunnen beïnvloeden en ertoe strekken of ten gevolge hebben dat de mededinging binnen de gemeenschappelijke markt wordt verhinderd, beperkt of vervalst.'

6 Artikel 209 van Verordening 1308/20136 bevat een rechtstreeks werkende uitzondering voor afspraken tussen landbouwers of erkende producentenorganisaties (PO's). Bij de toepassing van artikel 209 hanteert het Hof van Justitie (HvJ) een restrictieve benadering; het is slechts van toepassing indien een afspraak noodzakelijk is ter bereiking van alle doelstellingen die omschreven staan in artikel 39 VWEU. Verder mogen de afspraken niet verplichten tot het toepassen van identieke prijzen en mag de mededinging niet worden uitgesloten. Artikel 210 van de Verordening bevat een uitzondering op het mededingingsrecht voor de uitvoering van de taken van erkende brancheorganisaties (BO's), mits de overeenkomsten aan de Commissie worden voorgelegd. De uitzondering kan gelden voor het bekendmaken van de notering van publieke marktprijzen, echter, deze geldt uitdrukkelijk niet voor het vaststellen van prijzen of quota. Voor erkende PO's in de sector groenten en fruit gelden van oudsher andere voorwaarden die met de nieuwe verordening blijven voortbestaan. Voor deze sector is het namelijk toegestaan dat een erkende PO het aanbod bundelt en de prijs bepaalt.

7 Een uitzondering op het kartelverbod is mogelijk op basis van lid 3 van artikel 101 VWEU (bijna gelijk artikel 6 lid 3 Mw). Hierin staan vier voorwaarden: (1) bijdragen tot verbetering van de productie of van de verdeling der producten of tot verbetering van de technische of economische vooruitgang; (2) mits een billijk aandeel in de daaruit voortvloeiende voordelen de gebruikers ten goede komt, en zonder nochtans aan de betrokken ondernemingen; (3) a) beperkingen op te leggen welke voor het bereiken van deze doelstellingen niet onmisbaar zijn; (4) b) de mogelijkheid te geven, voor een wezenlijk deel van de betrokken producten de mededinging uit te schakelen.'

---

aanzien van prijsbinding geldt, indien de prijsnotering in feite een voorgeschreven prijs voor producenten is, er sprake kan zijn van ongeoorloofde prijsbinding.

Transparantie over prijsvorming in de landbouwsector kan vooral bijdragen aan het bereiken van de doelstellingen uit artikel 39 VWEU. Informatie-uitwisseling in de landbouwsector kan dus een legitieme behoefte vervullen bij prijsasymmetrie en tot efficiëntieverbeteringen en kostenbesparingen leiden. Echter, het nastreven van het doel van PO's, namelijk stabiliseren van de prijs (artikel 152, c Verordening 1308/2013), kan nog wel een eventuele spanning doen ontstaan met het mededingingsrechtelijke kader ten aanzien van prijsnoteringen en daarmee gepaard gaande prijsinformatie-uitwisseling<sup>8</sup>. Ook dient er op gewezen te worden dat DG Mededinging van de Europese Unie heeft gewaarschuwd dat het voortdurend aandringen op een grotere prijstransparantie in de landbouwsector nadelig kan zijn voor landbouwproducenten wanneer er al een hoge mate van transparantie aanwezig is. De bekendmaking van de laagste prijs kan voor de afnemers dienen als referentieprijs (dan wel richt- of vaste prijs), waardoor de onderhandelingspositie voor landbouwproducenten verzwakt en dit tevens leidt tot minder ruimte voor productdifferentiatie.

Voor de beoordeling van prijsnoteringen is een aantal aspecten relevant. Zij vormen het mededingingsrechtelijke beoordelingskader. Ten eerste is relevant de totstandkoming van de prijsnotering, en ten tweede de marktomstandigheden. Voor een juridische beoordeling is, ten derde, ook het effect van de prijsnotering (bindend effect of niet) relevant.

De aspecten ten aanzien van de *totstandkoming* van de prijsnotering, waarbij het met name gaat om de data (de prijsinformatie), hun bekendmaking en hun historiciteit zijn ook relevant voor een mededingingsrechtelijke beoordeling:

1. Of de data individuele bedrijven betreffen of geaggregeerde data van meerdere bedrijven;
2. Of de prijsnotering door bedrijven zelf wordt gepubliceerd of door een onafhankelijke derde partij;
3. Of het gaat om toekomstige, actuele (nu geldende) of historische prijzen.

Deze aspecten in onderlinge samenhang genomen betekenen het volgende: zo wordt een onderscheid gemaakt tussen historische en actuele of toekomstige gegevens, waarbij mededingingsrechtelijk gezien de notering van historische gegevens minder risicovol is dan de notering van actuele of verwachte prijzen. Ook wordt er een onderscheid gemaakt tussen individuele versus geaggregeerde gegevens, waarbij 'zuivere' *individuele* prijsnoteringen altijd minder risicovol zijn dan noteringen waarin overleg van marktpartijen bij betrokken is. Zuiver individuele *toekomstige* en *actuele* prijsnoteringen zijn alleen dan risicovol indien de marktomstandigheden laten zien dat zij leiden tot gevaar van collusie tussen concurrenten. Een *toekomstige* of *actuele* notering die *geaggregeerd* tot stand komt *tussen* marktpartijen (concurrerende ondernemingen) onderling veronderstelt dat de concurrerende partijen strategische informatie onderling uitwisselen. Dat levert al snel een mededingingsbeperking op omdat dat sprake is van een ongeoorloofde vorm van informatie-uitwisseling (en een 'niet-zuivere' prijsnotering). Het mededingingsbeperkende risico is echter weer lager als de prijsnotering in *geaggregeerde* vorm gepubliceerd wordt via een onafhankelijke derde partij (een intermediair). In dat geval delen de concurrerende marktpartijen geen strategische gegevens met elkaar maar slechts met de intermediair. Indien het gaat om historische, geaggregeerde, gegevens is het mededingingsrechtelijke risico vrijwel afwezig.

---

<sup>8</sup> Voor het bereiken van de doelstellingen van de PO's en van artikel 39 VWEU (stabiliseren aanbod) lijkt het ons dat het noodzakelijk kan zijn dat uitwisseling van actuele (strategische) informatie plaatsvindt (over bijvoorbeeld actuele prijzen, kortingen, hoeveelheden en omzet). Zie bijlage voor een nadere beschouwing.

Naast de hier genoemde aspecten van prijsnoteringen, hangen de aspecten van de marktstructuur ook nauw samen bij de beoordeling van de mededingingsbeperkende risico's van prijsnoteringen. Deze zijn onlosmakelijk met elkaar verbonden; een beoordeling van prijsnoteringen kan niet worden uitgevoerd, zonder dat de marktstructuur in overweging wordt genomen. De aspecten van de marktstructuur worden daarom onderscheiden in figuur 3.1:

- a. Bestaande transparantie in het prijsvormingsproces.
- b. Marktconcentratie aan de verkoop of inkoopzijde.
- c. Stabiliteit van de markt.
- d. Productdifferentiatie.

	Transparantie prijsvorming	Marktconcentratie	Marktstabiliteit	Productdifferentiatie
Effecten van prijsnotering negatief (risico hoog)	In een transparante markt (alle partijen beschikken over relatief veel informatie) kan een prijsnotering tot afstemming leiden.	In een geconcentreerde markt is het risico van kartelvorming groter en geeft ook een zuivere prijsnotering een hoger risico op mededingingsbeperkende afstemming.	In een stabiele markt is het voor aanbieders in theorie eenvoudig gedrag af te stemmen. Een prijsnotering is in een stabiele markt risicovoller.	Homogene producten, dus gebrek aan productdifferentiatie maakt informatie in prijsnotering relevanter.
Effect van prijsnotering positief (risico laag)	In een intransparante markt (één of meer partijen hebben weinig informatie) kan een prijsnotering tot een betere efficiëntie leiden <sup>9</sup> .	In een niet-geconcentreerde (dus concurrerende) markt is het risico van kartelvorming klein. Zuivere prijsnotering heeft laag risico.	In een volatiele markt is het voor aanbieders in theorie lastiger gedrag af te stemmen.	Productdifferentiatie maakt de informatie in een prijsnotering minder relevant. Prijsnotering wordt minder gebruikt in prijsvorming en dit verkleint het risico.

**Figuur 3.1** Marktstructurele aspecten van prijsnoteringen en risico van beperking mededinging.

Zoals aangegeven kunnen prijsnoteringen bijdragen tot grotere transparantie. Dat kan marktwerking ten goede komen. Uit het bovenstaande kan desalniettemin worden afgeleid dat als er sprake is van een geconcentreerde en stabiele markt, met homogene producten, een prijsnotering - ook als zij een geaggregeerde prijsnotering van actuele prijzen betreft - er eerder een mededingingsrechtelijk risico zal zijn dan bij tegengestelde marktomstandigheden. Intransparantie voor de afnemer, die door de prijsnotering wordt vermindert, versterkt dit effect in deze omstandigheden. Maar in een intransparante markt kan een prijsnotering ook leiden tot betere efficiëntie.

Beide aspecten, de informatie die wordt uitgewisseld en de marktstructuur, hangen natuurlijk samen. Daarnaast speelt bij een mededingingsrechtelijke beoordeling ten slotte ook nog mee of de prijsnotering een bindend effect heeft. Bij een bindend effect zal sprake kunnen zijn van mededingingsrechtelijk ongeoorloofde prijsafspraken. Gezamenlijk bepalen deze elementen - informatie vervat in de prijsnotering, marktstructurele elementen en (bindend) effect - de mededingingsrechtelijke risico's.

### 3.4 Gebruik van prijsnoteringen voor prijsvorming en mededingingsrechtelijke quick-scan risicoanalyse

Bij het onderzoek naar prijsnoteringen is gekozen voor drie specifieke producten varkensvlees, paprika en aardappel. De reden voor deze keus ligt enerzijds in het type product en anderzijds in de karakterisering van de markt. Bij het type product is onderscheid gemaakt tussen een eenmalige oogst (aardappel), continue productie het gehele jaar (varkens(vlees)) en continue productie gedurende een deel van het jaar (paprika). Qua markten is onderscheid gemaakt tussen combinatie

<sup>9</sup> Maar zie voor nuancerings begeleidende tekst.

---

van termijnmarkt, contracten, pool en spotmarkt (aardappel), vrijwel volledig spotmarkt met dag- en weekhandel bij varkens zonder producentenorganisatie die het aanbod bundelen en een spotmarkt met aanbod bundeling bij paprika.

### 3.4.1 Inleiding

Uit de voorgaande analyse komen drie elementen naar voren die van belang zijn bij de mededingingsrechtelijke beoordeling van prijsnoteringen:

- Marktstructuur, waarbij geldt dat bij een oligopolistische marktstructuur een grotere kans op mededingingsrechtelijke problemen bij prijsnoteringen is dan bij een structuur met veel aanbieders, een prijsnotering op een volatiele markt minder risico's meebrengt en indien sprake is van productdifferentiatie evenmin sneller mededingingsrechtelijke risico's aan en prijsnotering zijn verbonden;
- De totstandkoming van de prijsnotering, waarbij geldt dat indien bij de totstandkoming van niet-individuele prijsnotering actuele of toekomstige prijs-informatie wordt uitgewisseld tussen concurrenten de mededingingsrechtelijke grenzen van het toelaatbare direct in zicht komen (vanwege ongeoorloofde prijsinformatie-uitwisseling), maar indien sprake is van gegevensverzameling door een derde, die de gegevens in geaggregeerde wijze presenteert veel minder snel sprake zal zijn van ongeoorloofde informatie-uitwisseling;
- De werking van de prijsnotering, waarbij geldt dat zoals in het algemene mededingingsrecht ten aanzien van prijsbinding, indien de prijsnotering in feite een voorgeschreven prijs voor producenten is, er sprake kan zijn van ongeoorloofde prijsbinding.

Deze drie elementen vallen voor een groot deel samen met de economische analyse van de markt. Hierna wordt ten aanzien van de markten voor varkensvlees, de markt voor paprika's en de markt voor aardappelen gezien hoe de bij de onderzoekers bekende prijsnoteringen in deze markten werken en een risico-inschatting gemaakt van het mededingingsrechtelijk toelaatbare. Het gaat hierbij om een *quick scan*, een eerste inventarisatie op basis van de uit het onderzoek naar voren gekomen gegevens, en niet om een grondige en uitputtende mededingingsrechtelijke analyse. Derhalve kan de eindconclusie van de mededingingsautoriteit ten aanzien van de mededingingsrechtelijke gevolgen van de prijsnoteringen afwijken van de conclusie die wij op basis van de *quick scan* bereiken.

In de ketens komen op verschillende plaatsen prijzen tot stand. De keten wordt, grofweg, onderverdeeld als volgt: op primair niveau zijn de telers en varkensboeren actief. Zij zijn actief in het primaire proces. De telers in de groente en fruitsector (maar niet in de akkerbouw) zijn veelal, maar niet allemaal, verenigd in telersverenigingen, die overeenkomstig het GLB<sup>10</sup> de eigendom van de telers overneemt. In de prijsketen zijn de telersverenigingen dus de primaire producenten. In de varkensketen zijn de individuele producenten veel minder verenigd. De volgende schakel is de groothandel of slachterij, die de producten afneemt van de primaire producenten. De groothandel levert aan de slachterijen in binnen- en buitenland. Slachterijen verkopen aan vleesverwerkers en direct aan de detailhandel, vaak supermarkten. Zij verkopen aan de consument. Maar afnemers kunnen ook exporteurs of andere handelaars zijn. Bovendien zijn directe relaties tussen telers en afnemers ook mogelijk. Tussen elk van deze ketenonderdelen komen prijzen tot stand.

### 3.4.2 Aardappelen

#### 3.4.2.1 Prijsnoteringen in de aardappelsector

Voor aardappelen zijn er vijf beursnoteringen:

1. groothandelsnotering Rotterdam (diverse typen aardappelen; verschijnt op maandag);
2. beursnotering van Goes (frietaardappelen);
3. beursnotering van Emmeloord (frietaardappelen);
4. beursnotering Middenmeer (tafelaardappelen);
5. beursnotering Leeuwarden (voor tafelaardappelen; verschijnt op vrijdag).

---

<sup>10</sup> GLB: gemeenschappelijk landbouwbeleid.

---

De beursnoteringen van Goes, Middenmeer en Emmeloord (dit zijn noteringen 'af boerderij') komen door zogenoemde 'beurscommissies' tot stand. Deze beursnoteringen worden respectievelijk op dinsdag, woensdag en donderdag gepubliceerd. In die commissies zijn telers (drie personen), handel en exporteurs (twee personen) en verwerkers (twee personen) vertegenwoordigd. De groothandelsbeurs van Rotterdam is gebaseerd op transacties en is een handelsnotering, opgesteld door handel, exporteurs en verwerkers. Die notering voor diverse typen aardappelen zou in principe wat hoger moeten zijn liggen dan die van Goes, Middenmeer en Emmeloord omdat deze inclusief transportkosten is, maar in de praktijk is de hoogte vergelijkbaar. Deze notering zet wel de trend, omdat hij op maandagmorgen wordt gepubliceerd. De notering in Leeuwarden komt op vrijdag tot stand tussen handel en inpakkers. Daarnaast is er nog de VTA-notering (VTA = Verenigde Telers Akkerbouw), waarin ongeveer 20% van de transacties door telers wordt geregistreerd. Deze notering wordt door marktpartijen niet serieus genomen, omdat hij puur gebaseerd is op informatie van telers en voortkomt uit het conflictmodel (de leden voelen zich tekort gedaan door de verwerkers en protesteren daartegen).

Handel via de binnen- of buitenlandse termijnmarkt is transparant. Dat gebeurt bij 8 – 12% van de transacties. Dat aandeel zegt echter niet veel, omdat dezelfde partij verschillende keren verkocht kan worden alvorens er geleverd wordt. Hoewel deelname aan de aardappeltermijnmarkt toeneemt, gaat het nog maar over een klein deel van de handel. Het voordeel van de termijnmarkt is dat er niet alleen duidelijkheid is over de prijzen bij de verschillende transacties maar ook inzicht in de diepte van de markt (omzet in volume).

#### **3.4.2.2 Quick-scan mededingingsrechtelijk risico's prijsnoteringen aardappelen**

Qua marktstructuur geldt dat er verschillende soorten consumptieaardappelen zijn, elk met hun eigen systematiek van prijsnoteringen. Zo worden in ieder geval tafelaardappelen, diepgevroren aardappelen (voor o.a. friet), en aardappelen voor verwerking (chips) onderscheiden.<sup>11</sup> Om de marktstructurele kenmerken nader te kunnen betrekken in een mededingingsrechtelijke analyse zou de vraag moeten worden beantwoord of deze markten onderdeel uitmaken van eenzelfde relevante markt, of dat zij elk als een aparte (deel)markt moeten worden beschouwd. Die vraag kan hier, in deze quick scan, niet worden beantwoord, maar relevant is dat bijvoorbeeld op de markt voor tafelaardappelen Agrico de grootste coöperatie is, met ongeveer 15% van de markt. Dat betekent dat Agrico op die markt, indien zij inderdaad als aparte relevante markt wordt gezien, een behoorlijke positie inneemt in het aanbod van aardappelen. Dat betekent nog niet direct dat de marktstructuur tot mededingingsrechtelijke voorzichtigheid noopt, maar wel dat de marktstructuur kan wijzen op een oligopolistische structuur. In een dergelijke markt dient (ook) van eenzijdige prijs-informatie voorziening, bijvoorbeeld door prijsnotering, bezien te worden of zij bijdraagt tot een grote transparantie en het wegnemen van onzekerheid van het handelen op de markt. Daar staat tegenover dat omdat aardappel een bewaarproduct is, er redelijk goed bekend is wat de oogst is geweest. In die zin is de markt transparant (hoewel tegelijkertijd ten aanzien van de prijsvorming van weinig transparantie tussen ketenpartners blijkt). De consumptie van tafelaardappelen is vrij prijsinelastisch. Bovendien heeft Agrico geen eigen prijsnotering, maar wel een pool voor de deelnemers. Dat zou kunnen betekenen dat de rol van Agrico in de prijsvorming beperkt zou zijn. Afhankelijk van de afbakening van de relevante markt als beperkt tot de markt voor tafelaardappelen is de aanwezigheid van prijsnoteringen op die markt eerder risicovol dan wanneer de relevante markt als de markt voor aardappelen wordt beschouwd. Maar ook op de markt voor tafelaardappelen bestaan in ieder geval drie, losstaande, prijsnoteringen, waarbij grootste speler Agrico geen rol lijkt te spelen.

Uit de marktbeschrijvingen komt naar voren dat sprake is van een *volatiele* markt: de weeprijs schommelt en wordt gezien als de actuele marktsituatie weerspiegelend. Ook wordt concurrentie gevoeld tussen de aanbieders. Dat is belangrijk om te constateren, omdat in dat geval het effect van prijsnoteringen minder snel als mededingingsbeperkend dient te worden aangemerkt dan wanneer sprake is van een stabiele markt, zelfs indien sprake is van een markt waarop enkele grote spelers

---

<sup>11</sup> Consumptieaardappelen worden grofweg onderscheiden in verse aardappelen en industrieaardappelen (verwerkt voor chips). Zie Onderzoek LEI, Visie op de aardappelkolom, p. 13.

---

actief zijn (zoals in het geval van Agrico op de markt voor tafelaardappelen). De markstructurele kenmerken wijzen derhalve niet direct op een mededingingsrechtelijk risico van de prijsnoteringen.

Aardappelen worden zowel via contracten als via de spotmarkt verkocht. Het is niet helemaal duidelijk hoe de verdeling over deze wijzen van aanbieden qua hoeveelheden moet worden gezien, omdat er zogenoemde dagprijzen gelden voor 'meegeleverde aardappelen' in contracten. Er komt een weekprijs tot stand op de spotmarkt. Er is een rekenmodel om van die notering tot een verkoopprijs te komen. Zoals hiervoor is aangegeven zijn er verschillende prijsnoteringen: een groothandelsnotering (Rotterdam) die op maandag verschijnt, de beursnoteringen van Goes, Emmeloord (voor frietaardappelen) en van Middenmeer en Leeuwarden (voor tafelaardappelen). De noteringen in Goes, Middenmeer en Emmeloord (noteringen af-boerderij), komen door commissies tot stand. Dat is mededingingsrechtelijk gezien relevant, aangezien in deze commissies telers, handelaren, exporteurs en verwerkers vertegenwoordigd. *Gezamenlijk* bepalen zij de prijsnotering na wat wordt aangeduid als 'gezonde discussie'. Deze noteringen hebben betrekking op de relatie tussen de telersverenigingen en hun afnemers. Een van de vele noteringen in Rotterdam is een handelsnotering, die tot stand komt op basis van transacties die bij Agriprins<sup>12</sup> worden gemeld. Deze notering heeft eveneens betrekking op de schakel tussen aardappel telers en diens afnemers, net als de notering in Leeuwarden die tot stand komt tussen de aardappelhandelaren en de inpakkers. Dat betekent dat de prijsnotering van Leeuwarden (en ook de overige noteringen) de prijsnotering van Rotterdam bij hun prijsnotering betrekken en als belangrijke informatie beschouwen. Dat duidt erop dat er weliswaar meerdere, los van elkaar staande, prijsnoteringen bestaan, maar dat er één prijsnotering leidend is en derhalve de overige noteringen (mede) bepaalt. Dat kan er ofwel op duiden dat er een trendsetter is, die vanwege algemeen geaccepteerd economisch handelen wordt gevolgd door de overige deelnemers, maar het kan ook een indicatie zijn van een verhoogd risico op collusie in deze markt. Daartoe zijn geen concrete aanwijzingen gevonden in dit onderzoek.

Het is op basis van de nu beschikbare gegevens onduidelijk of bij de *totstandkoming* van de prijsnoteringen, die in ieder geval niet tot stand komen doordat alleen concurrenten onderling informatie uitwisselen maar met betrokkenheid van andere marktpartijen, informatie wordt uitgewisseld die als mededingingsrechtelijke gevoelige informatie zou moeten worden aangemerkt. Dat gevaar is echter wel aanwezig aangezien in de Commissies, zoals is aangegeven in de interviews, wordt gedebatteerd over de prijsnotering van die week en waar in ieder geval meerdere afgevaardigden van concurrenten in de keten bij betrokken zijn.

Voor de handel lijken de prijsnoteringen ook buiten de spotmarkten te worden gebruikt als indicatie voor de contractprijs, zo blijkt uit de interviews. Er is echter geen indicatie dat de prijzen op de prijsnoteringen bindende werking hebben voor deze contracten.

---

<sup>12</sup> Agriprins, opgericht door het Productschap Akkerbouw (PA) op verzoek van de consumptieaardappel telers, is een actueel en online prijsinformatiesysteem voor aardappeltransacties tussen aardappel telers en afnemers. Alle bij een transactie betrokken partijen kunnen aanleveren. Afnemers die meedoen zijn (contractueel) verplicht alle transacties in het systeem in te voeren. Op dit moment doen de 4 grootste aardappelverwerkers (Aviko, LWM, McCain en Farm Frites) mee.

---

**Quick-scan elementen**

Marktstructuur (oligopolie, transparantie, volatiliteit, differentiatie)

Totstandkoming prijsnotering (individueel - geaggregeerd, actueel - historisch, overlegstructuur of meldingen aan derde)

Effect prijsnotering

**Aardappelen**

Verschillende typen aardappelen met eigen kenmerken. Agrico heeft 900 leden/telers, het is de grootste leverancier en levert 15% van de aardappelen.

Spotmarkten, halfjaarcontracten, kortetermijncontracten en daghandel komen allemaal voor. Spotmarkten nemen af. Prijschommelingen volgen prijsnoteringen. Volatiele markt, veel aanbod (overproductie), weinig transparantie tussen ketenpartners.

Groothandelsnotering Rotterdam, verschijnt op maandag, gebaseerd op transacties die bij Agriprins worden gemeld. Opgesteld door handel, exporteurs en verwerkers.

Beursnoteringen Goes, Middenmeer (frietaardappelen) en Emmeloord (tafelaardappelen) komen tot stand in Commissies, waarin verschillende ketenpartners vertegenwoordigd zijn, na overleg. Deze noteringen worden *niet* door onafhankelijke derdepartijen opgesteld. Notering van Leeuwarden (tafelaardappelen) idem, komt tot stand op vrijdagmiddag tussen handelaars en inpakkers. De prijsnotering van Rotterdam lijkt leidend te zijn voor verschillende andere contracten.

Rotterdam werkt als 'referentieprijs'.

### 3.4.3 Varkensvlees

#### 3.4.3.1 Prijsnoteringen varkensvlees

Ook in de varkenssector komen prijsnoteringen voor. De notering voor varkens functioneert als afrekenmodel voor de komende week. Zij gelden voor verschillende diertypen:

- Biggen;
- Levende zeugen;
- Levende varkens;
- Geslachte zeugen;
- Geslachte varkens.

Van de noteringen is een aantal belangrijk. Ten eerste is dat de NVV-notering (NVV: Nederlandse Vakbond Varkenshouders). In tegenstelling tot de hiervoor al genoemde VTA-notering bij aardappelen heeft deze NVV-notering wel 'macht'. Varkenshouders krijgen het voor elkaar om deze notering als referentie in contracten opgenomen te krijgen. De totstandkoming van de notering is echter niet geheel transparant (waarover hieronder meer). Deze notering is semi-openbaar. Dat wil zeggen dat zij openbaar is, direct toegankelijk dus, voor aangesloten leden, maar dat ook andere ketenpartijen lid kunnen worden. Indirect kan het zijn dat een handelaar de NVV-noteringsprijs wekelijks op zijn website publiceert. Die website is openbaar toegankelijk.

Verder zijn er enkele andere noteringen. Genoemd (in interviews) worden de Hilckmann-notering, de noteringen van Van Rooi en VION. Dit zijn noteringen van slachterijen, die individueel – dat wil zeggen: door de slachterij – worden gepubliceerd. Van belang is ook de zogenoemde 'beursprijs', die in het verleden bekend was onder de naam 'beurs Vleuten'. Deze wordt sinds een jaar door een marktonderzoeksbureau (DCA) op vrijdagavond om 20.00 uur gepubliceerd op basis van 25 tot 35 meldingen van transacties die tot 19.00 uur worden aangereikt. Daarnaast, zo blijkt uit interviews, wordt bij deze notering gekeken naar het 'hele verhaal', inclusief de Duitse noteringen. Duitsland is immers een belangrijk exportland voor varkensvlees uit Nederland en heeft daarmee een grote invloed op de prijs heeft. Ten slotte dient genoemd te worden de notering van de Hoeve genoemd Keten Duurzaam Varkensvlees (KDV).

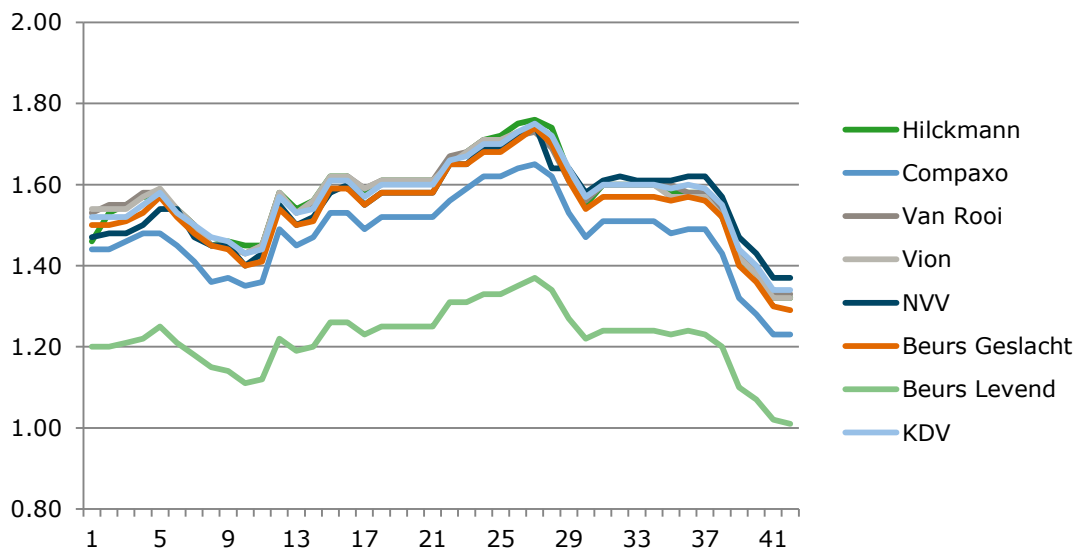
Naast de verschillende Nederlandse noteringen is de prijsontwikkeling in de buurlanden van belang, vooral in Duitsland. Er vindt, zoals aangeduid, immers een substantiële levende export plaats (circa 4 miljoen vleesvarkens en 7 miljoen biggen), waarvan vrijwel alle vleesvarkens en circa 60% van de biggen naar Duitsland gaat. In Duitsland is de Nordwest-notering maatgevend (zowel voor



vleesvarkens als biggen). Door de internationale verwevenheid beïnvloedt deze Northwest-notering ook de prijsvorming in Nederland.

Bij varkens was er ook een termijnmarkt in Amsterdam (gesloten) en bestaat nog een termijnmarkt in Frankfurt, maar die loopt op de laatste benen. Bij de varkenspestuitbraak in 1997 rezen de prijzen tot grote hoogte en dat was voor degenen die niet konden leveren een zware slag. Qua risicoprofiel, hoog basismarktrisico door het gebrek aan handel, voldoet dit instrument dus niet meer voor dit product. In het verleden was er ook een notering voor onderdelen, zoals rug en middel. Deze is eveneens verdwenen, hoewel er nog één Belgisch bedrijf is dat dergelijke prijzen wekelijks, op dinsdag, publiceert.

De slachterijen hebben er belang bij dat de slachtlijnen goed bezet zijn. Zij concurreren met andere slachterijen om het aanbod van slachtdieren en publiceren eigen prijsnoteringen. De verschillende noteringen van de slachterijen ten aanzien van vleesvarkens en biggen verschillen onderling doordat de productomschrijvingen (ten aanzien van de kwaliteit) en de toeslagen (die op de basisprijs worden gecalculeerd) verschillen. De noteringen volgen elkaar echter wel, zoals blijkt uit figuur 3.2. Bij elke prijsnotering wordt uitgegaan van standaardkenmerken zoals 90 kg levend gewicht en andere kenmerken; hiervoor wordt verwezen naar Vee & Logistiek Nederland (VLN, voorheen Nederlandse Bond voor Handel in Vee, de NBHV). Er kan gewerkt worden met een toeslag voor bijvoorbeeld koppelomvang en kenmerken zoals extra welzijnsmaatregelen. Weliswaar gebruiken de verschillende handelaren en slachterijen uiteenlopende systematieken om tot een notering te komen (voor de komende week), maar – zo blijkt uit interviews – zij kijken daarbij wel ook nadrukkelijk naar elkaar. Overige elementen om rekening mee te houden in de notering zijn aanbodontwikkelingen (of er veel of weinig varkens in de stallen zijn die geslacht moeten worden), en vraagontwikkelingen (omdat als de vraag naar varkensvlees stijgt, het voor de slachterij extra belangrijk is om voldoende varkensvlees te produceren). Ten slotte dient ten aanzien van de contracten tussen slachterijen en handelaren enerzijds en varkenshouders anderzijds nog te worden opgemerkt dat daarin veelal wordt verwezen naar ofwel de NVV-notering (prijs behorend bij een standaardproduct (big 25 kg minus bijvoorbeeld € 2,-)) of naar de beursprijs (standaardproduct 22 kg plus bijvoorbeeld € 1,-). Hierdoor komen de contractprijzen op basis van verschillende noteringen toch vergelijkbaar uit.



**Figuur 3.2** Weekprijzen noteringen van vleesvarkens, in 2014, per week

Bron: Weekprijzen [www.boerderij.nl](http://www.boerderij.nl), bewerking LEI

### 3.4.3.2 Quick scan van de mededingingsrechtelijke aspecten op de markt voor varkensvlees

Ten aanzien van de *marktstructuur* in de varkensvleessector geldt dat de markt zich kenmerkt door verschillende *diertypen*. Ten aanzien van elk van deze diertypen komen noteringen tot stand: biggen, levende zeugen, levende varkens, geslachte zeugen en geslachte varkens. Het is de vraag of elk van deze diertypen als relevante markt moeten worden beschouwd, of dat de markt voor varkensvlees als geheel de relevante markt is. Die vraag wordt in deze quick scan echter niet beantwoord. Er zijn in Nederland veel primaire producenten van vleesvarkens. Het aantal bedrijven neemt echter snel af. In 2003 waren er nog 9.559 bedrijven met vleesvarkens; in 2013 waren er nog 4.548 over. Het aantal vleesvarkensplaatsen is in dezelfde periode heel licht gestegen van 5,37 miljoen naar 5,75 miljoen (Bron: LEI, <http://www.agrimatie.nl>). De organisaties NVV en LTO (Land- en Tuinbouw Organisatie Nederland) zijn grote brancheorganisaties, maar geen producentenorganisaties<sup>13</sup>. Wel is een groot deel - naar schatting vier van vijf varkenshouders lid van deze organisaties (waarbij dubbel lidmaatschap kan voorkomen). Ook uit andere bronnen blijkt dat er veel primaire producenten zijn, terwijl op het niveau van handelaren rond de 500 ondernemingen actief zijn, er 6 grote slachterijen zijn, en 7 grote inkoopcombinaties<sup>14</sup>. Op basis van deze informatie lijkt de markt op het eerste gezicht op het niveau van de primaire producenten niet geconcentreerd, wat betekent dat het mededingingsrechtelijke risico voor collusie niet zo hoog is. Dat ligt echter anders voor de slachterijen, waar ook een deel van de prijsnoteringen tot stand komt. Omdat deze markt oligopolistisch van aard lijkt te zijn is het risico van collusie door vergaande prijstransparantie groter. Daarvoor dient echter ook de totstandkoming van de prijsnoteringen, en de informatie vervat in die noteringen, te worden betrokken.

Het beeld dat er op het niveau van de primaire producenten geen mededingingsrechtelijk problemen zijn te verwachten ligt iets genuanceerder als ook die totstandkoming van de verschillende prijsnoteringen wordt betrokken. Een belangrijke prijsnotering komt tot stand door de NVV, de Nederlandse vakbond varkenshouders<sup>15</sup>. De NVV publiceert de prijsnoteringen, die primair alleen toegankelijk zijn voor de leden (de varkenshouders)<sup>16</sup>. Het is echter onduidelijk hoe de notering tot stand komt. Een van de geïnterviewde noemt dit proces 'schimmig'. Deze prijsnotering heeft betrekking op de prijs tussen de varkenshouders en de volgende schakel in de keten. Daarnaast is er een wekelijkse 'Beursprijs', die tot stand komt op basis van een aantal meldingen van handels-transacties, en die door marktonderzoeksbureau DCA wordt georganiseerd. Daarbij wordt (ook) gekeken naar Duitse noteringen<sup>17</sup>. Deze beursprijsinformatie is openbaar beschikbaar op [www.beursprijs.nl](http://www.beursprijs.nl). DCA heeft verder zelf geen belang bij de noteringen, maar heeft ongeveer 2.000 agrarische ondernemers als klanten<sup>18</sup>. Ten slotte zijn er enkele andere noteringen, zoals via Boerderij op maat. Hierbij moet ook nog genoemd worden het werk van De Groene Belangenbehartiger / Varkenspost, die *feitelijk uitbetaalde* prijzen transparant maakt (voor deelnemers). Hiermee wordt inzichtelijk hoe handelstoelagen feitelijk verlopen, met een vertraging van hooguit enkele weken.

<sup>13</sup> Zie: <http://www.producentenorganisatievarkenshouderij.nl/vraag-en-antwoord-pov/>

<sup>14</sup> LEI Wageningen (bron). Ten aanzien van de positie van slachterijen is het volgende nog relevant: "In Nederland zijn op dit moment enkele grote varkensslachterijen actief. (...) In de Nederlandse varkenssector bestaat nogal wat argwaan over het opereren van de slachterijen. Ze zouden de macht die is ontstaan door de concentratie binnen de kolom gebruiken om de prijzen kunstmatig laag te houden. Slachterijen zelf zeggen dat ook zij kleine marges maken en dat juist deinkopers van vlees (inkooporganisaties supermarkten en vleesverwerkende industrie) veel macht hebben en hier misbruik van maken. [http://essay.utwente.nl/62608/1/Bach\\_30september.pdf](http://essay.utwente.nl/62608/1/Bach_30september.pdf)

<sup>15</sup> Ongeveer 80% van de Nederlandse varkenshouders is of lid van de NVV of van LTO (Land- en Tuinbouw Organisatie Nederland). Zie: <http://www.producentenorganisatievarkenshouderij.nl/vraag-en-antwoord-pov/>

<sup>16</sup> Hoewel deze notering kennelijk wel degelijk ook openbaar toegankelijk is, via een omweg (website van de VAEX).

<sup>17</sup> Voorheen werd deze beursprijs door de Beurscommissie Vleuten bekend gemaakt. Dat ging ongeveer zo: "Sinds jaar en dag vindt in De Tol iedere vrijdagavond de nationale varkensbeurs plaats. Varkenshouders en handelaren stellen die avond de verwachte vleesprijs voor de volgende week vast. Boeren uit heel Nederland komen erop af (...). De vleesprijs wordt vastgesteld door een zevenkoppige commissie van handelaren. Met de informatie die zij hebben van vraag - de slachterijen - en aanbod - de varkenshouders - bepalen ze de verwachte prijs voor de volgende week. De aanwezige boeren in het restaurant kunnen daar vervolgens op reageren." Uit: <http://www.missethoreca.nl/Home/Article/2001/3/Beroemd-cafe-restaurant-in-Vleuten-verdwijnt-HOR048399W/>

<sup>18</sup> Waarvan 60% akkerbouwers, 20% melkveeouders en 20% varkenshouders

---

Aldus komt een beeld naar voren van verschillende, naast elkaar bestaande prijsnoteringen voor verschillende deelmarkten van de varkensvleesmarkt, die - zo lijkt het - onafhankelijk van elkaar, en op verschillende manieren tot stand komen. Belangrijk is dat het bij de (individuele) slachterijnoteringen gaat om noteringen gebaseerd op *feitelijk bekende* verkopen voor de komende week, maar dat het bij de Beursprijs lijkt te gaan om *verwachtingen* voor de komende week, (soms) op basis van enkele tientallen *actuele* transacties. Bovendien gaat het niet steeds om algemeen beschikbare, dus openbare, informatie; in sommige gevallen is de toegang tot de prijsnotering slechts na betaling mogelijk.<sup>19</sup> Aan de andere kant zijn enkele prijsnoteringen wel degelijk openbaar toegankelijk en is ook die betaling, en derhalve de toegang, mogelijk voor een ieder en is zij derhalve niet afgeschermd voor overige marktdeelnemers.

Er komt uit het voorgaande derhalve weliswaar niet direct naar voren dat zou blijken dat er bij die totstandkoming rechtstreeks actuele prijsinformatie, of informatie over verwachte prijzen, wordt uitgewisseld tussen concurrenten, aangezien de noteringen tot stand komen door brancheorganisatie (NVV) of derde partijen (DCA). Echter, wel dient benadrukt te worden dat er onvoldoende informatie beschikbaar is gekomen over de daadwerkelijke totstandkoming om definitief te kunnen concluderen dat er *geen* sprake is van informatie-uitwisseling die mededingingsrechtelijk als bezwaarlijk zou moeten worden aangemerkt. Dit geldt met name de NVV-notering, waarvan de wijze van totstandkoming onduidelijk is.

De notering van de Groene Belangenbehartiger/Varkenspost bevat historisch, geaggregeerde, gegevens, genoteerd door een onafhankelijke derde partij. De vertraging is hier enkele weken, en zolang de gegevens inderdaad niet herleidbaar zijn en in voldoende geaggregeerde vorm worden gepubliceerd lijkt deze notering niet direct op mededingingsrechtelijke bezwaren te stuiten (onder de voorwaarde natuurlijk dat de informatie niet tussen concurrenten wordt uitgewisseld in de totstandkoming van deze notering). De individuele prijsnoteringen van de slachterijen zijn gebaseerd op bekende verkopen van de komende week. Deze prijsnoteringen bevatten derhalve informatie ten aanzien van de *actuele* verkopen, wat doorwerkt in de schakel tussen slachterij en varkenshouder. Deze prijsnoteringen zijn weliswaar verschillend opgebouwd, maar volgen elkaar wel en leiden tot eenzelfde prijsniveau. Gezien de marktstructuur op de markt voor slachterijen zou de werking van deze prijsnoteringen nader kunnen worden gezien.

Ten slotte moet worden opgemerkt dat niet is gebleken dat de prijsnotering als bindend, bijvoorbeeld van de NVV aan haar leden, wordt opgelegd. Wel is het zo dat de prijsnotering, bijvoorbeeld die van de NVV, door de leden (maar ook door niet-leden) als referentie in contracten kan worden opgenomen, waarbij vervolgens met toeslagen kan worden gewerkt voor de daadwerkelijke prijsvaststelling. Een dergelijke referentiewerking is niet, althans daar voor zijn geen aanwijzingen in de ons beschikbare informatie, verplicht. Wel kan zij logischerwijs leiden tot eenvormige prijzen - althans voor de handelaars die aangesloten zijn bij de NVV en die de prijsnotering als referentieprijs hebben opgenomen, hoewel de verschillende toeslagen, die per varkenshouder individueel worden afgesproken en sterk uiteen kunnen lopen (met name bij biggen) de uitwerking van de referentieprijs op de daadwerkelijke prijs minder sterk maken. Mededingingsrechtelijk gezien lijkt dat minder relevant omdat ook als ten aanzien van een deel van de prijs prijsbinding plaatsvindt, dit mededingingsrechtelijk vrijwel steeds ontoelaatbaar wordt geacht. Maar over het algemeen lijkt ook deze referentiewerking niet direct mededingingsrechtelijk problematisch, zeker gezien de verschillende prijsnoteringen die naast elkaar bestaan.

---

<sup>19</sup> Dat geldt ook voor de notering van Boerderij Op Maat, die door Reed Business wordt opgesteld: voor €36 per maand kun je toegang krijgen tot Boerderij op Maat (en dus de prijsnoteringen). Dat neemt niet weg dat deze informatie kennelijk vrij beschikbaar is op websites van handelaars.

---

**Quick-scan elementen**

Marktstructuur (oligopolie, transparantie, volatiliteit, differentiatie)

Totstandkoming prijsnotering (individueel - geaggregeerd, actueel - historisch, overlegstructuur of meldingen aan derde)

Effect van prijsnotering

**Varkensvlees**

Verschillende diertypen, met verschillende noteringen, en derhalve verschillende deelmarkten: biggen, levende zeugen, levende varkens, geslachte zeugen, geslachte varkens. Veel primaire producenten, veel handelaren, enkele grote slachterijen, enkele grote inkoopcombinaties.

NVV-notering (Nederlandse Vakbond Varkenshouders). Totstandkoming van de NVV-notering niet transparant, een geïnterviewde noemt 'schimmig gebeuren'. NVV-Prijsnotering alleen toegankelijk voor leden (= varkenshouders). Lidmaatschap v.a. € 198. Wel onduidelijkheid over precieze totstandkoming van de NVV-notering, onvoldoende informatie over totstandkoming van die notering. NVV is brancheorganisatie.

DCA Beursprijs geslacht en levend aangeleverd wordt vrijdagavond om 20.00 gepubliceerd, op basis van enkele tientallen meldingen van transacties die tot 19.00 worden aangereikt, + door te kijken naar 'het hele verhaal'. DCA-notering op basis van bekende gegevens geen aanwijzingen voor informatie-uitwisseling. DCA is derde partij, zonder eigen belang in varkensvlees.

Andere noteringen: Hilckmann - notering, VION, Compaxo, Van Rooi, Keten Duurzaam Varkensvlees De Hoeve, Boerderij op maat, varkenspost.nl. De eersten zijn noteringen van individuele slachterijen. Volgen elkaar. De laatste een historisch, geaggregeerde notering.

Beursprijzen van DCA en NVV kunnen worden gebruikt als referentieprijs.

### 3.4.4 Paprika

#### 3.4.4.1 Prijsnoteringen in de paprikasector

In de paprikahandel zijn verschillende prijsnoteringen beschikbaar (soms tegen betaling). Het gaat daarbij om veilingprijzen van Nederlandse, Belgische en Spaanse veilingen, en om genoteerde groothandelsprijzen in Duitsland en Engeland.

Het overgrote deel van de Nederlandse afzet van paprika gebeurt via rechtstreekse dag- of weekhandel. Volgens de geïnterviewde ketenpartijen voor dit onderzoek zijn de volumes die verhandeld worden op de Nederlandse veilingen (ZON, Greenery) relatief klein (<10%). Daarbij is het aantal vragers aan het dalen (het is een vragersmarkt) en is het type afnemers eenzijdig, m.n. partijen die 'bijkopen' naast hun reguliere rechtstreekse inkoop. Hierdoor is de handel op de veiling niet representatief voor de gehele Nederlandse paprikamarkt en de absolute veilingprijs onthult niet het geaggregeerde prijsniveau op de gehele paprikamarkt. De prijzen op de Belgische veiling zouden eveneens niet de dekking voor de Belgische en Nederlandse paprikamarkt hebben. Wel geeft het verloop van de veilingprijs volgens de geïnterviewden de *trend* van vraag en aanbod in de markt weer, maar komt niet als verrassing omdat dezelfde trend tegelijkertijd voelbaar is in de rechtstreekse handel. In figuur 3.3 zijn de veilingprijzen weergegeven.



**Figuur 3.3** Richtprijzen veilingen van Paprika Rood (85)

Bron: GFActueel.nl ; Bewerking LEI

#### 3.4.4.2 Mededingingsrechtelijke quick scan in de sector Paprika

Het aantal paprika telers in Nederland is de afgelopen jaren voortdurend afgenomen, van 529 in 2005 naar 264 in 2013. Ongeveer 158 bedrijven teelden rode paprika in 2013. De telers zijn (zie ook hoofdstuk 4.5) grotendeels aangesloten bij telersverenigingen en afzetorganisaties. De grootste telersverenigingen van paprikatelers zijn op dit moment (eind 2014) Harvest House, Van Nature, Pamosa (aangesloten bij ZON), Best of Four, en Coforta (The Greenery). Er zijn tussen 2010 en 2014 verschillende ingrijpende verschuivingen geweest in de organisatie van de sector, met de oprichting van Van Nature (uit een fusie tussen VersDirect.nl en Best Growers Benelux in 2012), de overstap van de telers van PaprikaNL van Coforta naar FresQ in 2012, en de oprichting van Harvest House en D.O.O.R (door telers die eerder aangesloten waren bij FresQ, in 2013). Over de marktstructuur in de paprikasector is door de ACM ook in het paprikabesluit (Zaak 7036 / Paprika - Openbaar besluit) het een en ander opgemerkt. Samengevat komt daaruit naar voren dat er veel telers zijn en verschillende telersverenigingen. De vier grootste telersverenigingen van paprikatelers hebben in 2014 ongeveer 78% van het Nederlandse aanbod.

Paprika's worden op verschillende manieren verkocht (tussen de primaire aanbieders en de groothandelaren of direct van de afzetorganisaties van de telers naar de detailhandel), waarbij het grootste deel wordt verkocht door bemiddeling. Bemiddeling is de praktijk waarbij de bemiddelaar van de telersvereniging of afzetorganisatie (van groente en/of fruit) namens de aangesloten leden onderhandelt met afnemers en producten van de aangesloten telers verkoopt. De uitbetaalprijs van de leden is doorgaans gelijk aan de gerealiseerde opbrengst minus de gemaakte of geraamde kosten van bemiddeling. De verkoop via de veilingklok was in de periode 2013-2014 naar schatting tussen 5 en 10% van het aanbod.<sup>20</sup> Paprika wordt geveild bij The Greenery en bij Veiling ZON. De prijzen die op de veilingen tot stand komen vormen prijsnoteringen, die (soms tegen betaling) vervolgens als referentiekader kunnen worden gebruikt bij andere wijzen van verkoop. Deze andere wijzen van verkoop, door bemiddeling, heeft als belangrijkste afnemers de supermarkten, die via dag-, week- of seizoenbemiddeling inkopen. Sommige telersverenigingen leveren direct aan de detailhandel (onder andere The Greenery, handelshuis van coöperatie Coforta levert een groot deel van de paprika's direct naar supermarkten) terwijl andere telersverenigingen vrijwel uitsluitend aan groothandels leveren (zo levert Van Nature aan vaste groothandelspartners Combilo, Haluco, Levarht en Scherpenhuizen). De

<sup>20</sup> Volgens het LEI-rapport dat bij het paprikabesluit (Zaak 7036 / Paprika - Openbaar besluit) hoort, wordt 5% via de veiling aangeboden, de rest van het aanbod wordt bemiddeld (p. 19). Bunte, 2009.

---

veilingprijzen lijken minder belangrijk voor de Nederlandse markt, omdat slechts een beperkt deel van de paprika's op de veiling wordt verkocht. De veilingprijs geeft een trend van het moment weer, en handelaren controleren de door hen gevraagde prijs aan de veilingprijs.

Mededingingsrechtelijk gezien lijkt de marktstructuur, met anno 2014 ten minste 6 telersverenigingen, richting een oligopolistische markt te gaan, althans op het niveau van de telersverenigingen. Dat wil zeggen, als de geografische omvang van de markt voor paprika als Nederland-omvattend zou moeten worden aangemerkt. Zoals hiervoor aangegeven kunnen wij in deze quick scan geen verdere marktafbakeningsanalyse ondernemen, maar juist op de markt voor paprika's zou de geografische markt heel wel groter kunnen zijn dan de Nederlandse markt. Het Europese aanbod heeft immers invloed op de prijs van paprika's in Nederland. De vier grootste verenigingen bestrijken gezamenlijk echter wel een belangrijk deel van deze Nederlandse markt. Vergrootte transparantie, zelfs door zuivere (eenzijdige) prijsnoteringen kan in dergelijke omstandigheden een signaal zijn om nader mededingingsrechtelijk onderzoek te doen.

Op zichzelf beschouwd zijn de veilingprijzen, indien zij tot stand komen zonder vooroverleg (en daarover is in geen indicatie naar voren gekomen), mededingingsrechtelijk niet direct problematisch. De prijsnoteringen die de veilingprijs weergeven lijken dat op het eerste gezicht evenmin, aangezien het hier informatie betreft die *openbaar* toegankelijk is. Dat wil zeggen: de veiling is openbaar toegankelijk, hoewel de veilingprijs niet openbaar wordt gemaakt door Greenery of ZON zelf. Het is echter onduidelijk of de prijsnotering alleen de veilingprijs weergeeft of dat daaraan - door de prijsnoteerders - informatie wordt toegevoegd (wat op een oligopolistische markt een mededingingsrechtelijke indicatie voor nader onderzoek zou kunnen zijn), en zo ja, hoe deze informatie tot stand komt.

Er lijkt verder geen sprake te zijn van een prijsbindend effect, althans, de beschikbare gegevens geven geen aanleiding een dergelijke bindende werking te vermoeden.

#### **Quick-scan elementen**

Marktstructuur (oligopolie, transparantie, volatiliteit, differentiatie)

#### **Paprika's**

264 teeltbedrijven, ten minste 6 telersverenigingen, met C4 circa 78% in 2014. Vier grote verenigingen bestrijken dus een belangrijk deel van de markt. Het merendeel van de paprika's wordt op dagbasis (via bemiddeling of via de veilingklok) of op weekbasis verkocht.

Totstandkoming prijsnotering (individueel - geaggregeerd, actueel - historisch, overlegstructuur of meldingen aan derde)

Diverse prijsnoteringen (soms tegen betaling). Het gaat om veilingprijzen van Nederlandse (ZON en Greenery), Belgische en Spaanse veilingen en om genoteerde groothandelsprijzen in Duitsland en Engeland. Onduidelijk of de prijsnoteringen die op veilingprijzen zijn gebaseerd informatie toevoegen.

Effect prijsnotering?

De prijs van paprika's die tot stand komt bij de veiling van ZON is referentiekader voor de verkoop van paprika's via andere methodes (besluit ACM). Weekcontractprijzen op Europees niveau domineren de Nederlandse markt. Groothandelaren gebruiken veilingprijzen als check achteraf om te zien of ze het goed hebben gedaan. Veiling geeft een markttrend van dat moment weer.

### 3.4.5 Conclusies

Ten aanzien van de markt voor **aardappelen** geldt voor de marktstructuur dat indien de markt voor tafelaardappelen als aparte relevante markt zou worden aangenomen, op die markt Agrico - met 15% - een belangrijke positie inneemt in het aanbod. De marktstructuur op dat segment kan wijzen op een oligopolie, mits dit inderdaad als aparte relevante markt moet worden beschouwd, en dus dient er bij een eenzijdige prijsnotering bezien te worden of zij bijdraagt tot het vergroten van de transparantie en wegnemen van onzekerheid van het handelen van de markt. Maar ook komt naar voren dat er sprake is van een volatiele markt: schommeling van weekprijs, de consumptie is vrij prijselastisch, en deze weerspiegelt de actuele marktsituatie. Ook voelen de aanbieders een sterke concurrentie op de markt,

---

wat van belang is omdat het effect van prijsnoteringen op een volatiele markt met concurrentie minder snel als mededingingsbeperkend zal worden aangemerkt dan in een stabiele markt. Op deze markt bestaan verschillende prijsnoteringen naast elkaar. De Rotterdamse notering is leidend en betreft een handelsnotering die betrekking heeft op de schakel tussen groothandel en afnemers. Zij komt tot stand op basis van transacties die bij een derde partij, Agriprins worden gemeld. De noteringen in Goes, Middenmeer en Emmeloord komen door commissies tot stand, hierin zijn telers, handelaren, exporteurs en verwerkers vertegenwoordigd. Na 'gezonde discussie' bepalen zij de prijsnotering die betrekking heeft op de relatie tussen telersverenigingen en hun afnemers. De notering in Leeuwarden komt tot stand tussen aardappelhandelaars en inpakkers. Aardappelen worden zowel op contractbasis als op de spotmarkt verkocht. Er blijkt een rekenmodel te zijn om van de notering tot verkoopprijs te komen. Ook blijkt uit de interviews dat de prijsnoteringen buiten de spotmarkten dienen als indicatie voor de contractprijs. Er is verder geen indicatie dat de prijzen op de prijsnoteringen bindend zijn voor de contracten. Bij de totstandkoming van de prijsnoteringen in Goes, Middenmeer en Emmeloord is naar voren gekomen dat deze niet tot stand komen doordat alleen concurrenten onderling informatie uitwisselen, immers alle overige marktpartijen zijn betrokken. Onduidelijk is echter de inhoud van de informatie uitwisselingen en of deze moeten worden aangemerkt als mededingingsrechtelijke gevoelige informatie. Dat gevaar is wel aanwezig aangezien de betrokkenen in de commissies discussiëren over de prijsnotering van die week, de prijsnotering komt niet tot stand door een derde partij. Kortom, mits geen ongeoorloofde uitwisseling van informatie plaats vindt, lijkt het bestaan van verschillende prijsnoteringen in de markt voor aardappelen, in samenhang met de volatiliteit van de markt en de marktstructuur, tot de conclusie kunnen leiden dat de transparantie die door prijsnoteringen wordt verkregen bijdraagt aan een efficiënte markt.

De marktstructuur voor de markt voor **varkensvlees** kenmerkt zich door verschillende diertypen, die elk aparte noteringen kennen. De marktstructuur lijkt niet oligopolistisch, zeker niet ten aanzien van de primaire producenten; ten aanzien van het niveau van de slachterijen zou dat anders kunnen zijn. Op deze markt komen verschillende prijsnoteringen onafhankelijk van elkaar tot stand en bestaan naast elkaar. Onduidelijk is hoe de prijsnotering van de NVV tot stand komt. Daarnaast is er de beursnotering. Bij de totstandkoming van deze notering gaat het om *verwachtingen* voor de komende week (soms) op basis van enkele tientallen actuele transacties. Verder gaat het niet om algemene beschikbare informatie omdat de toegang tot de prijsnoteringen tegen betaling mogelijk zijn, maar deze is tegen betaling toegankelijk voor alle marktdeelnemers. Niet is gebleken dat er bij de totstandkoming van de noteringen rechtstreekse actuele of verwachte prijsinformatie wordt uitgewisseld tussen concurrenten, aangezien deze tot stand komen door brancheorganisatie NVV of een derde partij (DCA). Wel is er een notering van varkenspost.nl die historische gegevens, geaggregeerd (met een vertraging van enkele weken) weergeeft. Verder is er geen aanwijzing dat de prijsnoteringen als bindend worden opgelegd. Zo op het oog lijken deze prijsnoteringen geen mededingingsrechtelijke problemen op te leveren, gezien de verschillende prijsnoteringen die naast elkaar bestaan. Zij kunnen leiden tot grotere transparantie. Wel moet hier worden benadrukt dat informatie ontbreekt om definitief te concluderen dat er geen sprake is van een mededingingsrechtelijke bezwaarlijke informatie-uitwisseling, met name omdat de wijze van totstandkoming van de NVV-notering onduidelijk is.

Ten aanzien van de markt voor *paprika's*, ten slotte, blijkt dat de marktstructuur gekenmerkt wordt door veel telers en verschillende telersverenigingen. Mededingingsrechtelijk wijst de marktstructuur met anno 2014 tenminste 6 telersverenigingen richting een oligopolistische markt, aangezien de grootste vier gezamenlijk 78% van de Nederlandse markt bestrijken. Vergrootte transparantie door individuele 'zuivere' prijsnoteringen kunnen in dergelijke omstandigheden - en indien de geografische omvang van de markt inderdaad nationaal is (zie hierboven) - een signaal zijn om nader mededingingsrechtelijk onderzoek te doen. Daar staat tegenover dat de prijsnoteringen op deze markt tot stand komen door de veilingprijzen, die (soms tegen betaling) als referentiekader kunnen worden gebruikt bij andere wijzen van verkoop. Indien de veilingprijzen zonder vooroverleg tot stand komen, is dat niet problematisch in mededingingsrechtelijke zin. Verder betreft het informatie die, als de veiling in het openbaar plaatsvindt, ook *openbaar* toegankelijk is (hoewel de veilingprijzen niet door de veiling zelf openbaar worden gemaakt) en is er geen aanwijzing om te vermoeden dat de notering een prijsbindend effect heeft.

---

## 4 Beschrijving voedselketens

### 4.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt per basisproduct een beschrijving gegeven van de totale keten van uitgangsmateriaal /veredeling tot consument. Bij de analyses zijn de markten tussen uitgangsmateriaal / veredeling en de producenten van producten (de landbouwers en de tuinders) niet in de analyse betrokken. Per keten is vermeld wat de activiteiten zijn die verschillende ketenpartijen uitvoeren, wat het belang is van import en export, de marktstructuur, economisch betekenis en de wijze van prijsvorming. Dit is vooral een actualisatie van de informatie uit het ACM onderzoek uit 2009. De informatie in dit hoofdstuk is gebaseerd op openbare bronnen. Bij de paragrafen over prijsvorming is ook gebruik gemaakt van de uitgevoerde interviews in dit onderzoek. Getracht is voor alle basisvoedingsmiddelen dezelfde informatie te vermelden. Dit is helaas op basis van openbare bronnen niet altijd mogelijk. Voor supermarkten is steeds uitgegaan van dezelfde aandeel inkoopkosten, overige kosten en winst. Dit omdat per product geen cijfers beschikbaar zijn. De vijf grootste inkooporganisaties in Nederland bij de supermarkten beslaan 99% van de omzet in de supermarkt (zie <http://www.distrifood.nl/Service/Marktaandelen>).

### 4.2 Aardappelen

#### *Ketenstructuur*

De keten voor de productie en verkoop van tafelaardappelen betreft op hoofdlijnen vier schakels; de productie van uitgangsmateriaal, de teelt zelf, de groothandel en de detailhandel in tafelaardappelen (zie figuur 4.1).

'Tafelaardappelen' vormen een onderdeel van de productgroep 'consumptieaardappelen'. Het doel van deze groep is humane consumptie. Binnen deze groep belanden tafelaardappelen geschild of ongeschild, compleet of in schijfjes, vers of als gekoeld product na koken op het bord van de consument, meestal als onderdeel van het klassieke trio 'aardappelen, groente en vlees/vis'. Daarmee onderscheiden tafelaardappelen zich van andere groepen consumptieaardappelen die eerst een bewerking ondergaan tot bijvoorbeeld friet of chips.

De productie van consumptieaardappelen begint op de kweek-, stammenteelt- en pootaardappelvermeerderingsbedrijven. Als een kweekbedrijf een nieuw, perspectiefrijk aardappelras ontwikkeld heeft, is het zaak voldoende pootgoed van dit ras te produceren, zodat het op grotere arealen voor de consumptieteelt kan worden uitgezet. Het areaal pootaardappelen van een ras wordt jaarlijks bijgesteld om aan de vraag voor consumptieaardappelteelt te kunnen voldoen<sup>21</sup>. Dit deel van de keten is erg arbeids- en kennisintensief. De teelt van consumptieaardappelen zelf hangt nauwelijks van het teeltdoel af. Wel worden voor tafelaardappelen dikwijls andere rassen gebruikt dan voor friet-aardappelen. Tafelaardappelen worden op basis van raseigenschappen onderscheiden naar kooktype, variërend van vastkokend tot zeer kruimig.

Consumptieaardappelen worden vrijwel altijd in bouwplanverband geteeld. Het gewas wordt in het voorjaar (februari tot april) gepoot en in de periode augustus - oktober gerooid. Na opslag in de bewaarplaats op de boerderij of in het koelhuis vindt aflevering aan de friet-/chipsfabriek of, in het geval van tafelaardappelen, aan de aardappelcoöperatie c.q. het private aardappelhandelshuis<sup>22</sup>

---

<sup>21</sup> Dat kan overigens ook in het buitenland zijn. Een groot deel van de Nederlandse pootaardappelproductie wordt geëxporteerd naar ongeveer 100 landen.

<sup>22</sup> In sommige specifieke ketens levert de tafelaardappelhandel rechtstreeks aan de supermarkt.



plaats. De coöperatieve en private handelaren houden zich behalve met handel ook bezig met opslag, sorteren, wassen en verpakken van aardappelen. Zij beleveren rechtstreeks of via zogenaamde inkooporganisaties zoals Superunie en Bakker Barendrecht de distributiecentra van supermarktketens met tafelaardappelen in binnen- en buitenland en in verschillende verpakkingen. Bekende handelaren in Nederland zijn Nedato, Werkman, Jansen Dongen en Schaaap.

Aardappelen zijn tegenwoordig bijna het gehele jaar te bewaren. Bewaring leidt wel tot gewichts- en kwaliteitsverliezen. Bij aflevering op contract ontvangt de teler hiervoor een vergoeding alsmede voor de koelkosten zelf.



	Consumptie-aardappeltelers	Coöperatieve of private groothandelaren en service providers	Supermarkten en AGF-speciaalzaken	Consumenten
Aantal bedrijven	6.585	100 verpakkers	50 supermarkt-ketens	
C4		80-90% <sup>1</sup>	70-80% <sup>2</sup>	

**Figuur 4.1** Overzicht van de tafelaardappelketen:

<sup>1</sup> De 5 tot 8 grootste verpakkingbedrijven beleveren 80-90% van het volume naar de supermarkten;

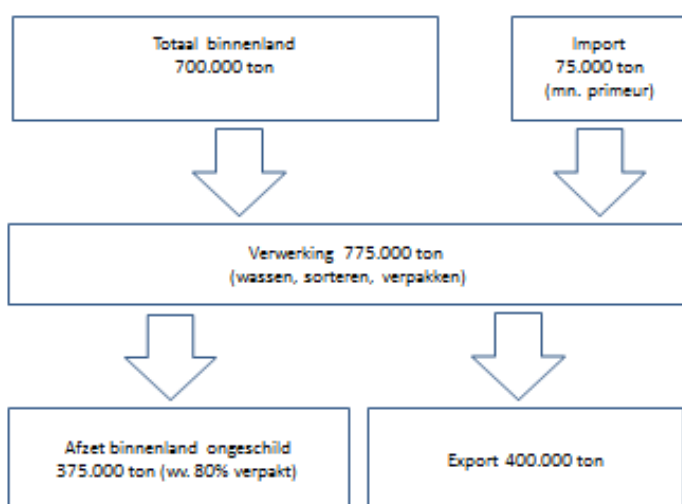
<sup>2</sup> Van de binnenlandse afzet van tafelaardappelen loopt 80-90% via de supermarkten.

In 2013 teelden circa 6.585 bedrijven in Nederland consumptieaardappelen; de laatste jaren varieert dit aantal tussen de 6.500 en 7.000 bedrijven. De meeste aardappeltelers verbouwen ook nog andere gewassen waardoor het rendement van deze bedrijven mede maar niet uitsluitend afhankelijk is van de prijs van aardappelen. Het aantal bedrijven dat verse aardappelen voor de tafelaardappelmarkt verwerkt (sorteren, wassen, verpakken) ligt op ruim 100 (NAO, 2013). Een beperkt deel van hen verpakt en levert aardappelen voor de binnenlandse retailmarkt (serviceprovider). De 5-8 grotere verpakkingbedrijven hebben een belangrijk deel van de binnenlandse handel in handen; ze beleveren de Nederlandse supermarkten voor 80-90% (schatting). Het leeuwendeel van de verpakkingbedrijven exporteert aardappelen, veelal via een exporteur. In jaren met hoge aardappelprijzen staan de marges van deze verpakking- en exportbedrijven onder druk; in jaren met lage prijzen kan Nederland de concurrentie op de buitenlandse markten beter aan.

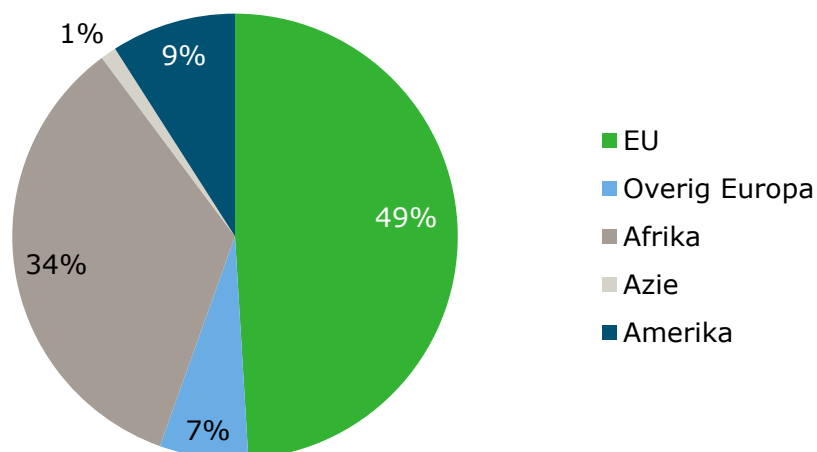
In Nederland zelf wordt jaarlijks circa 375.000 ton tafelaardappelen verkocht, circa 80% via de supermarkt (figuur 4.2). Een klein deel van de binnenlandse tafelaardappelbehoefte (<10%) bestaat uit import. De import vindt overwegend plaats in het vroege voorjaar als de binnenlandse voorraden uitgeput raken of kwalitatief minder worden. Naast de binnenlandse consumptie wordt bijna 400.000 ton geëxporteerd waarvan de helft buiten de EU (zie figuur 4.3).

De belangrijkste importlanden voor aardappelen zijn België, Duitsland en Frankrijk. De import uit zuidelijke lidstaten zoals Spanje, Portugal, Italië, en Malta vindt vooral plaats in het vroege voorjaar.

### Volumestromen tafelaardappelen (verse consumptie; schatting)



**Figuur 4.2** Volumestromen tafelaardappelen (verse consumptie; schatting).



**Figuur 4.3** Export consumptieaardappelen 2012 (exclusief industrieaardappelen) in volume%; bron NAO (2012).

In de periode 2007--2012 werd in Nederland gemiddeld per jaar 311.000 ton ongeschilde aardappelen geconsumeerd (NAO, 2013<sup>23</sup>). Die hoeveelheid neemt over de jaren geleidelijk aan af. In 2007 bedroeg deze hoeveelheid 323.000 ton, in 2012 werd 300.000 ton net niet meer gehaald. Bijna 80% van de tafelaardappelen en 97% van de koelverse aardappelproducten komt via de supermarkten bij de consument terecht (Janssens *et al.*, 2006). De tafelaardappelen in de supermarkt zijn voor het grootste deel verpakt en gewassen door verpakkers.

<sup>23</sup> De NAO noemt IRI-cijfers (IRI is een marketingbureau); dat is circa 80% van de markt.

### Economische situatie

De economische situatie van de Nederlandse akkerbouwbedrijven is de laatste jaren relatief gunstig. De rentabiliteit in opbrengsten per € 100 kosten bedroeg zowel in 2012 als in 2013 meer dan € 100; in 2011 was de rentabiliteit gemiddeld € 90 per € 100 kosten (www.Agrimatie.nl). In 2011, 2012 en 2013 was de consumptieaardappelprijs gemiddeld € 8, € 19 en € 15 per 100 kg.

Over de economische situatie bij bedrijven in de rest van de tafelaardappelketen (inpakkers, inkooporganisaties en retail) zijn geen openbare data beschikbaar specifiek voor dit product.

### Prijsvorming

De markt voor consumptieaardappelen beperkt zich niet tot Nederland maar omvat in Noordwest Europa ook België, Noord-Frankrijk, Noordwest Duitsland en het Verenigd Koninkrijk. In het algemeen heerst er een spotmarktprijs voor aardappelen die gestuurd wordt door vraag en aanbod, waarbij de binnenlandse vraag vrijwel inelastisch is<sup>24</sup> (nauwelijks reageert op prijsdalingen en prijsstijgingen<sup>25</sup>). Het aanbod is sterk afhankelijk van het gepote areaal en de groeicondities in Nederland en de rest van Noordwest-Europa. In de oogsttijd (één keer per jaar in de periode van juni t/m oktober) wordt als resultante van die twee factoren de basis voor de prijsvorming gelegd. De prijs van tafelaardappelen ligt meestal wat hoger dan van frietaardappelen.

Bij de exacte afstemming van vraag en aanbod in de oogstperiode en daarna (consumptieaardappelen worden tot maximaal juli van het volgende jaar bewaard), spelen beursnoteringen een belangrijke rol (zie hoofdstuk 3.5.2).

De inkoopprijs van tafelaardappelen bij supermarkten komt op weekbasis tot stand. Supermarkten selecteren prijs en leverancier op basis van de aanbiedingen die de leveranciers doen. Supermarkten en leveranciers komen wel vaker een raamcontract voor de periode van het oogstseizoen (juli-maart) overeen zonder een prijs vast te leggen. Er zijn echter ook supermarkten die de inkoopprijs voor langere tijd vastleggen (Bunte *et al.*, 2009). In dat geval mogen de telers een stuk prijsstabiliteit verwachten in een markt die zeer volatiel kan zijn.

## 4.3 Appel

### Appel



**Figuur 4.4** Overzicht van de Nederlandse appelketen.

### Ketenstructuur

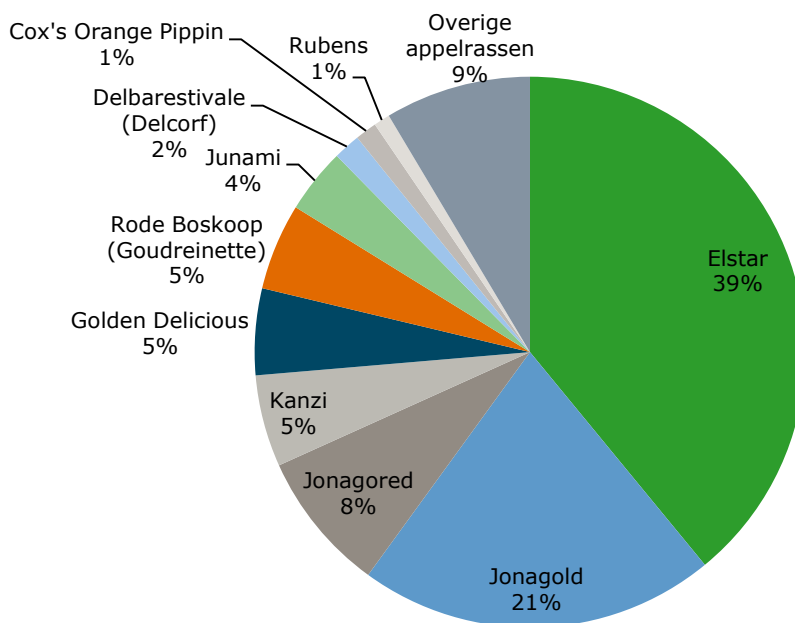
De keten van appels van Nederlandse telers naar Nederlandse supermarkten bestaat uit 3 tot 4 schakels. De eerste schakel wordt gevormd door de veredelingsbedrijven, die zaden veredelen. Appellassen worden onder licentie van de veredelaars geteeld. In Nederland zijn verschillende veredelaars actief met appels. Voorbeelden zijn Fresh Forward (Santana, Red Elstar, Elise en andere rassen), InovaFruit (Junami, Rubens) en Greenstar (GKE Fruit) (Kanzi). De veredelaars werken daarbij vaak samen met onderzoekers van onder andere Plant Research International en PPO van Wageningen UR, en met de telersorganisaties en veilingen. De aandelen van InovaFruit zijn in handen van The Greenery, Coöperatieve Fruitveiling Zuid Limburg, Koninklijke Fruitmasters Groep, en de veilingen in

<sup>24</sup> De markten en prijsvormingsprocessen voor poot- en zetmeelaardappelen hebben hun eigen dynamiek en worden in deze studie niet beschreven.

<sup>25</sup> Dit geldt evenwel niet voor een deel van de exportlanden van tafelaardappelen. Bij een laag prijsniveau is er veel meer ruimte voor afzet van kwalitatief goed Nederlands product.

Zaltbommel en Haspengouw (België). Veel nieuwe rassen zijn kruisingen van oudere bekende rassen. Elstar is in de jaren vijftig van de vorige eeuw ontstaan bij het voormalige Instituut voor Veredeling van Tuinbouwgewassen. De tweede schakel is de primaire teelt van onderstammen en vruchtbomen. De fruitboom wordt op de onderstam geënt. De moerbomen leveren het entmateriaal en het uitgangsmateriaal voor de onderstammen. Boomkwekers kweken de vruchtbomen op totdat deze door fruittelers in de boomgaard worden geplant.

In 2013 waren er in Nederland 1361 bedrijven met appelteelt, op een totaal areaal van 7906 hectare. De grootste appellerters in Nederland hebben een areaal van 40 tot 60 hectare. De meeste telers zijn aangesloten bij één van de vijf erkende producentenorganisaties voor fruittelers in Nederland. Dit zijn Coöperatie Koninklijke Fruitmasters Groep U.A., Coöperatie Coforta U.A. (The Greenery), Coöp. Tuinbouwveiling "Zaltbommel en Omstreken" B.A. (Zaltbommel), Coöperatieve Telersvereniging Zuidoost-Nederland U.A (ZON) en Coöperatieve Fruitveiling Zuid-Limburg B.A (Margraten). Producentenorganisaties (PO's) zijn coöperatieven van telers die gezamenlijk producten vermarkten en faciliteiten delen voor bijvoorbeeld opslag, verpakking en transport. Deze PO's rekenen we tot de primaire schakel. De telers leveren het fruit doorgaans zelf bij de veilingen af en dit gebeurt ongesorteerd, gesorteerd of verpakt. De veilingklok speelt voor appels nauwelijks nog een rol in de afzet. De grootste spelers zijn Fruitmasters, The Greenery, Fruitveiling Zuid-Limburg, en de veiling in Zaltbommel. De Veiling in Margraten verkoopt de appels niet meer via de klok, maar via bemiddeling. Alleen bij de veiling in Zaltbommel wordt nog hardfruit zoals appels geveild. De vier grootste afzetorganisaties hebben een geschat gezamenlijk marktaandeel voor appels van 40-50%.



**Figuur 4.5** Verdeling van appeloogst in Nederland naar appelrassen, in 2013  
Bron: CBS Statline.

Elstar is het belangrijkste appelras in Nederland, met 123 miljoen kilogram oogst in 2013. De totale appeloogst was 314 miljoen kilogram. Na Elstar is Jonagold met 21% van het volume de belangrijkste appel. Opkomende rassen zijn onder andere Kanzi en Junami. De appeloogst is weersgevoelig. De volumes kunnen van jaar tot jaar sterk fluctueren. In 2012 en 2013 was de appeloogst klein. In 2011 werd nog 418 miljoen kilogram geoogst. Het areaal appels neemt al zeker twintig jaar geleidelijk af, ten gunste van peren. In 2013 was de perenoogst voor het eerst groter dan de appeloogst. Omdat appels lang bewaard kunnen worden, wordt een groot deel van de oogst (vanaf september) in het volgende jaar verkocht.

De volgende schakel is de groothandel. Groothandelaren kopen product in Nederland, importeren uit het buitenland, en zetten in Nederland en in het buitenland af. De laatste schakel is de detailhandel. Coöperatieve inkooporganisaties van supermarkten rekenen we tot de detailhandel. Sommige supermarkten werken met vaste ketenpartners, die een deel van de inkoop- en categoriemanagement van de supermarkt uitvoeren.

**Tabel 4.1**

*Structuur van de Nederlandse appelketen, in 2013.*

	Verdeling, vermeerdering, opkweek	Primaire teelt	Groothandel in groente en fruit	Detailhandel
Aantal bedrijven	209 boomkwekerijbedrijven met vruchtbomen, waarvan 35 met moerbomen en 76 met onderstammenteelt	1361 bedrijven met appels	1105	3180 supermarkten, ca 35 formules, 1150 groentewinkels, 855 markthandel groente en fruit
C4, a), b), c)	Vruchtbomen: 24% Moerbomen: 64% Onderstammen: 25%	Teelt Appels (>1 jaar): 3% PO's: 40-50%	Traditionele groothandel: <10% Handelshuizen PO's: 40-50%	Supermarkten verkoop: 63% Supermarkten inkoop: 92%

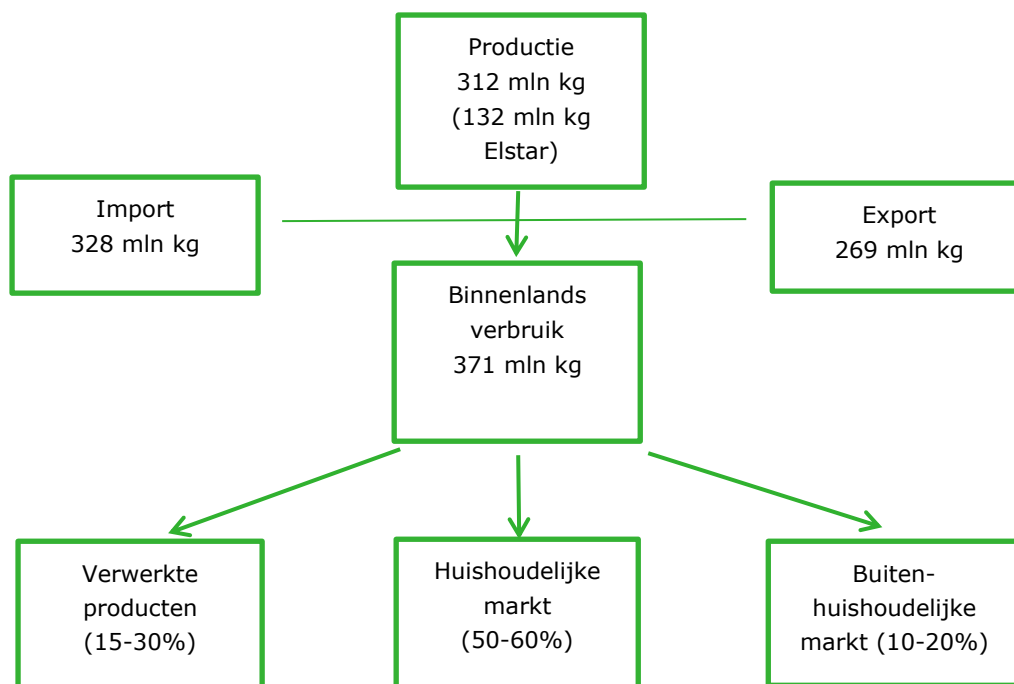
a) C4 van vermeerdering, veredeling, opkweek, en primaire teelt op basis van areaalgegevens CBS Landbouwtelling.

b) C4 groothandel gebaseerd

c) C4 supermarkten op basis van gegevens marktaandeelen van Nielsen via Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, op basis van supermarktstructuur per begin 2013 en omzet in 2012. Inclusief franchise filialen. Alle productgroepen inclusief non-food.

Bron: <http://www3.lei.wur.nl/lrc/Classificatie.aspx>, CBS, <http://www.hbd.nl>, Nielsen, IRI, Amadeus (bewerking LEI).

De PO's zetten veel appels rechtstreeks af bij de detailhandel. Zo gaat 85% van het hardfruit van The Greenery rechtstreeks naar de detailhandel. De traditionele groothandel in groente en fruit bestaat uit bedrijven die importeren, bedrijven die gespecialiseerd zijn in binnenlandse groothandel en bedrijven die exporteren, en combinaties van binnenlandse en buitenlandse handel. De meeste groothandels in groente en fruit bieden ook appels aan. De volumes zijn echter niet vergelijkbaar met het aanbod van de grote producentenorganisaties. Grote handelsbedrijven in groente- en fruit zijn Frankort & Koning, Valstar, Staay Food Group (Addasta Holding BV), Van Oers United, Haluco, en Scherpenhuizen. De genoemde bedrijven hebben alle een omzet van meer dan 200 miljoen euro. Ook Sligro is een AGF-groothandel, die met name levert aan kleinere supermarkten en horeca. Sligro is eigenaar van Emté, Spar en Attent supermarkten en betreft de groente en fruit van partnerbedrijf Smeding. Groente en fruit leverancier Smeding had in 2012 een omzet van 147 miljoen euro.



**Figuur 4.6** Stroomdiagram afzet van appels 2013, in miljoen kg;  
Bronnen: CBS, Eurostat Comext, PT.

#### Economische situatie

De meeste telers produceren zowel appels als peren. Over de appelteelt zijn hierdoor geen afzonderlijke cijfers beschikbaar. Fruittelers hadden in 2012 en 2013 relatief goede jaren. Het inkomen uit het bedrijf was in deze jaren gemiddeld respectievelijk 69.000 en 59.000 euro. Een jaar eerder, in 2011, lag het inkomen op slechts 15.500 euro. Het hoge inkomen in 2012 en 2013 heeft alles te maken met de slechte oogst en hoge kg-prijzen. De kosten van de groothandel bestaan voornamelijk uit arbeidskosten, transportkosten en verpakkingskosten.

**Tabel 4.2**

*Kostenopbouw per ketenschakel*

Kostensoort	Primair	Producentenorganisaties/ afzetorganisaties	Groothandel	Supermarkt
Arbeid	23%	Onbekend	10-30%	13%
Materiele activa	21%	Onbekend	2-10%	4%
Overig	66% waaronder 20% gewasbeschermingsmiddelen	Onbekend	70-90% waaronder 30- 40% transport, 25-50% verpakking	83%
Totaal	100%	Onbekend	100%	100%

#### Prijsvorming

De meeste telers zijn aangesloten bij een producentenorganisatie. Het grootste deel van de oogst wordt via bemiddeling verkocht na de oogst. De telers melden het aanbod aan bij het bemiddelingsbureau. De verkopers van de bemiddelingsbureaus onderhandelen telefonisch met binnenlandse en buitenlandse afnemers. De afnemers zijn vooral (inkooporganisaties van) supermarkten en groothandelsbedrijven. Er wordt verkocht op dag- en weekbasis. De appels worden ofwel bij de teler bewaard ofwel bij de coöperatie. Na de verkoop worden de appels door transportbedrijven of eigen vrachtwagens naar de klant gebracht. De afmijnklok op de veiling wordt nog maar weinig gebruikt als prijsvormingsmechanisme bij appels. Ten slotte kunnen fruittelers hun oogst verkopen voordat de oogst heeft plaatsgevonden. Deze zogenaamde houtverkoop betekent dat

---

een klant de kwaliteit van de boomgaard inspecteert als de appels er nog in hangen. Dan wordt een koopcontract opgesteld.

## 4.4 Brood

In de broodketen wordt een zevental schakels doorlopen: de productie van tarwe, de groothandel in tarwe, de productie van bloem, de groothandel in bloem, de productie van brood, de groothandel in brood en ten slotte de detailhandel in brood.

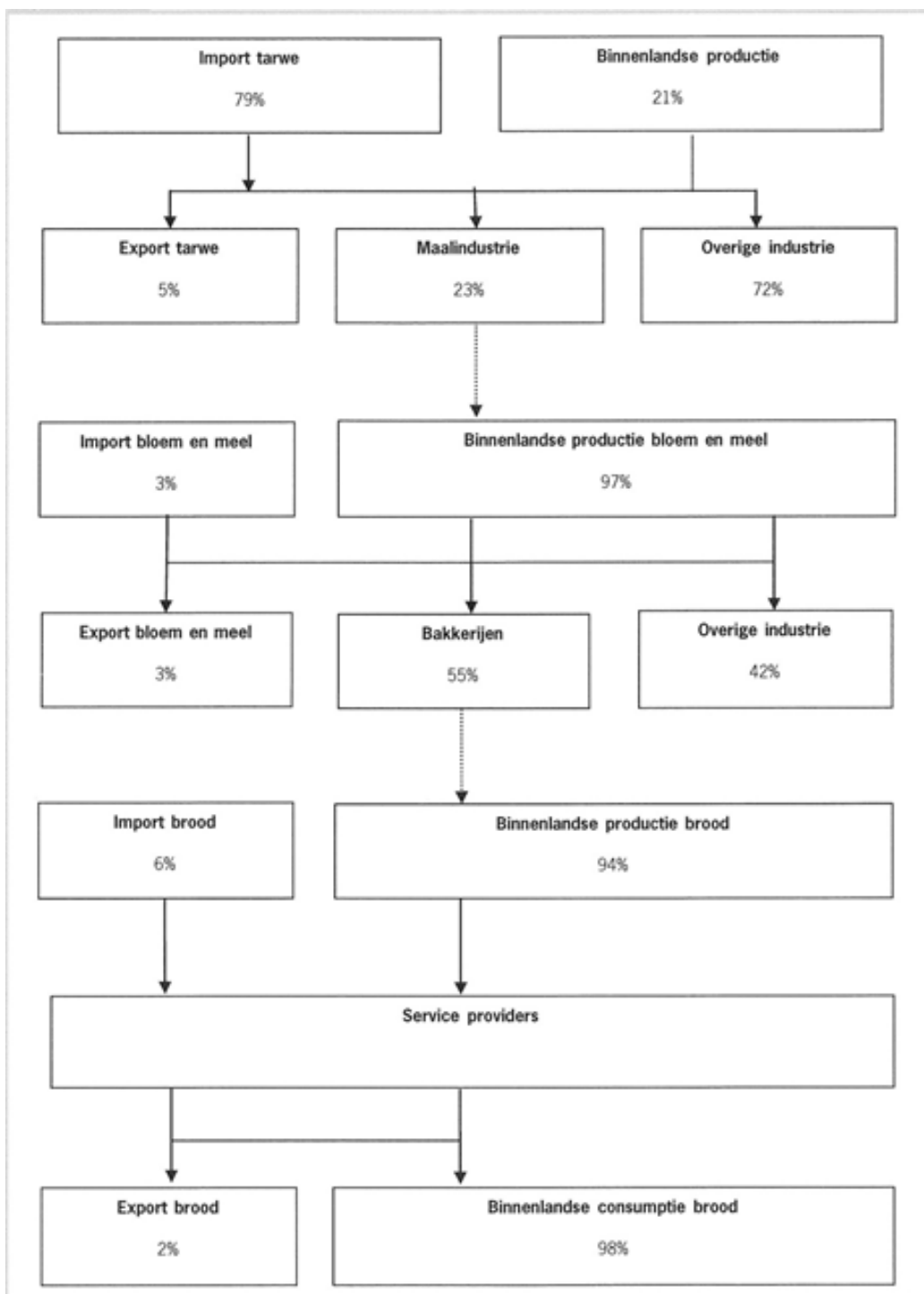
### *Ketenstructuur*

Nederland is een netto-importeur van graan (figuur 4.7). Bijna 80% van het binnenlands aanbod (5,6 miljoen ton), de som van import en productie, wordt uit het buitenland betrokken. Een kwart van het aanbod is voor de maal- industrie bestemd. Zestig procent van het aanbod is voor de veevoederindustrie. Over het algemeen is in Nederland verbouwde tarwe in beperkte mate geschikt als maaltarwe. De tarwe voor de maalindustrie komt dan ook voornamelijk uit het buitenland. Naar schatting een kwart van de binnenlandse tarweproduktie wordt aan Nederlandse maalderijen afgezet (Bunte et al., 2009). De Nederlandse markt voor tarwe is nauw vervlochten met die in België, Frankrijk en Duitsland. De prijsverschillen op telers- en groothandelniveau wijken door de intensieve handelsstromen binnen Noordwest-Europa in de betrokken markten nauwelijks van elkaar af.

De productie van meel en brood zijn primair nationale activiteiten. De import en export van meel en brood zijn beide beperkt. Meel wordt wel voor een deel aangewend voor andere producten dan brood.

Tarwe wordt geproduceerd op akkerbouwbedrijven die met het oog op bouwplan en prijsverhoudingen een aantal akkerbouwproducten telen. Tarwe wordt geleverd aan graancollecteurs waaronder Agrifirm, CZAV, Agrarische Unie/Agerland en Blonk. Het werkgebied van de collecterende bedrijven beperkt zich meestal tot een bepaalde regio in Nederland. Zowel boeren als graancollecteurs houden voorraden aan. Het verkoopmoment is afhankelijk van de actuele en verwachte prijs, opslag- en rentekosten en de risicohouding van de verkopende partij. Broodtarwe wordt aan de maalderijen geleverd die op hun beurt de brood- en banketindustrie maar ook andere bedrijven in de voedingsmiddelenindustrie beleveren. De broodindustrie verzorgt dagelijks de beleving van supermarktfilialen. Het niet-verkochte brood wordt teruggenomen en wordt aan de veevoederindustrie verkocht. Dit gebeurt voor een belangrijk deel via inkooporganisaties.

In de landbouw zijn 10.000 bedrijven actief in de tarweproduktie (zie de schakel Productie in tabel 4.3). In de overige schakels van de keten zijn weliswaar nog een groot aantal bedrijven actief, maar is de concentratiegraad redelijk hoog, zeker als deelmarkten in beschouwing genomen worden. Dit geldt met name de maalderijen waar Meneba de produktie domineert met een marktaandeel van meer dan 65% (Bunte et al., 2009). Er is nog altijd een groot aantal bakkerijen in Nederland (2.490; CBS, Statline, 2014). Echter, in de industriële produktie van brood gericht op de verkoop aan supermarkten, hebben Bakkersland en Bake Five een gezamenlijk marktaandeel van 50-70% in de markt voor dagvers brood en van 40-60% in de markt voor niet-dagvers brood (Bunte et al., 2009). Beide bedrijven zijn sterk afhankelijk van Nederlandse supermarktketens en vice versa.



**Figuur 4.7** Distributieschema brood.

#### *Economische situatie*

Het meest beperkt ten opzichte van de betekenis van de andere schakels in de keten is de economische betekenis van de productie van tarwe: de toegevoegde waarde bedraagt € 50 mln. De meelindustrie voegt € 100 mln. aan waarde toe. De economische betekenis van de brood- en banketindustrie is het grootst met een toegevoegde waarde van € 300 mln. De detailhandel voegt € 125 mln. aan waarde toe. De afzet aan bruin, wit en volkoren grootbrood door de supermarkten bedraagt € 550 mln.

#### *Prijsvorming*

Door de afbouw van het EU-landbouwbeleid is de prijsvorming tegenwoordig nagenoeg vrij van overheidsingrijpen. De teler kan op prijsfluctuaties inspelen door graanvoorraden aan te houden en te wachten op een ander prijsniveau. Telers kunnen ook het prijsrisico beperken door deel te nemen



aan een afzetpool van de afnemer, wat een gemiddelde prijs voor het betreffende verkoopseizoen oplevert. Telers die het graan in een pool afzetten, ontvangen (soms) een voorschotprijs en na het afsluiten van de pool vindt, afhankelijk van de financiële resultaten en de uitbetaalde voorschotprijs, een nabetaling of de gehele betaling plaats. Telers en afnemers van graan kunnen zich tegen de prijsfluctuaties afdekken op (internationale) termijnmarkten, binnen de EU in Parijs en daarbuiten in Chicago. Beurscommissies geven prijsnoteringen af op de telersbeurzen in Groningen, Goes en Middenmeer en Emmeloord. Vertegenwoordigers van telers en handelaren maken deel uit van de commissie. De prijsnotering van voertarwe en maaltarwe op deze beurzen vormt een goed referentiepunt voor de akkerbouwers. Ook op de groothandelsbeurs van Rotterdam werden in het verleden wekelijks noteringen voor tarwe vastgesteld, maar de notering voor binnenlandse granen in Rotterdam is beëindigd vanwege het beperkte aantal transacties. Daarvoor in de plaats wordt wekelijks een EU-notering weergegeven door Rijkdienst Voor Ondernemend Nederland (RVO).

Tabel 4.3

*Economische betekenis van broodketen*

	Aantal bedrijven	C4 (%) c, d en f)	Productiewaarde mln. € c en e)	Toegevoegde waarde mln. € c en e)
Productie	10.000	< 2	200	50
Groothandel	100	60-70	onbekend	onbekend
Maalderijen	10	> 90	575	100
Broodindustrie	2.500	C2= 50-70 %	750	300
Grootwinkelbedrijf a)	50	64	750	175
Detailhandel b)	3.600	onbekend	250	125

a) Supermarkten met 100 of meer werknemers; b) Brood- en banketspecialzaken en supermarkten met minder dan 100 werknemers; c) schatting LEI. d) C4 is de marktomvang van de vier grootste bedrijven. Productiewaarde = totale omzet in euro; toegevoegde waarde is gelijk aan de productiewaarde minus de aangekochte grondstoffen (ofwel de beloning voor de inzet van de productiefactoren arbeid en kapitaal).

Supermarkten hebben meerdere regionale broodleveranciers of één of twee leveranciers met een regionaal productiefaciliteitsnetwerk. Het snel kunnen leveren van een bakkerij naar een winkel is belangrijk: brood is een product waarbij sprake is van snel versheidsverlies. In beginsel kunnen bakkerijen worden gevraagd een bod te doen door middel van een tender voor levering van brood met een bepaald type, kwaliteit, maten en andere standaarden (bakblik, strooisel). Dit leidt tot een één- of meerjarig contract.

De prijzen van te leveren brood worden voor de duur van het contract vastgesteld. Soms wordt volume vooraf contractueel vastgelegd, soms gaat het om een indicatie. Broodconsumptie en daarmee broodvolume in de winkels is stabiel. De benodigde hoeveelheid van bakkerijgrondstoffen is eveneens voorspelbaar. Het komt voor dat supermarkten direct een gunstige prijs onderhandelen met een grondstoffenleverancier, waarvoor 'hun' bakkerijen in kunnen kopen bij een bakkerijgrondstoffenleverancier. Het komt ook voor dat supermarkten rechtstreeks bakkerijgrondstoffen inkopen bij één of meerdere bakkerijgrondstoffenleverancier en deze aan de bakkerijen laten leveren. Overigens is een bakkerij in beide gevallen verplicht om de grondstoffen van de leverancier te gebruiken waarmee zijn afnemer (supermarkt) een overeenkomst gesloten heeft. In beide gevallen nemen supermarkten prijsrisico voor de bakkerijgrondstoffen en tegelijkertijd drukken zij hun kosten door een lagere prijs voor een grote volumeaankoop rechtstreeks bij de grondstoffenleverancier af te dingen (vraagbundeling). In het geval dat een bakkerij zelf grondstoffen inkoopt, is het gebruikelijk om afspraken omtrent een periodieke correctie voor de prijs van bakkerijgrondstoffen in het contract op te nemen. In alle gevallen worden afspraken gemaakt over een periodieke (enkele keren per jaar) correctie voor de prijzen van andere grondstoffen (energie, arbeid) in het contract opgenomen.

De complexiteit van het productieproces volgens bepaalde specificaties en het kunnen leveren van constante kwaliteit op het juiste moment zorgt vaak voor de continuïteit van de relatie tussen een bakkerij en een supermarkt ook na de afloop van het initiële contract. Een nieuw contract hoeft dan ook niet 'vanaf de bodem' te worden onderhandeld.

## 4.5 Eieren

### Ketenstructuur

De keten voor de productie en verkoop van eieren betreft op hoofdlijnen drie schakels; productie, pakstation/groothandel en detailhandel. De productie begint bij de vermeerderingsbedrijven (ouderdieren), kuikenbroederij en opfokbedrijven. De opfokbedrijven leveren de jonge hennen die op de legbedrijven de consumptie-eieren gaan produceren. In 2012 werden op ruim 900 bedrijven in totaal 33 miljoen leghennen gehouden. De totale productie van 10,2 miljard consumptie-eieren wordt geleverd aan de eierpakstations of eiproducten-industrie (PPE, 2013a). De pakstations leveren, eventueel via grossiers, tafeleieren aan de supermarkten. De eiproducten-industrie levert vloeibare of gedroogde ei-producten aan de voedingsmiddelenindustrie. Ei-producten worden bijvoorbeeld gebruikt in sauzen, bakkerijproducten en allerlei soorten pasta. In figuur 4.8 is de gehele keten geschetst.



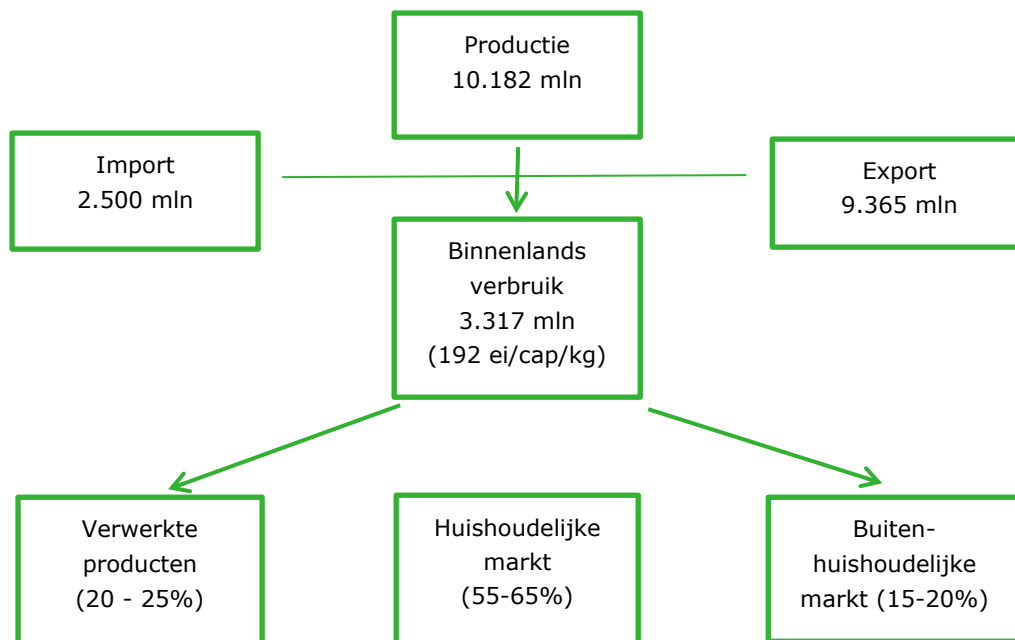
**Figuur 4.8** Overzicht van de eierketen.

Tabel 4.4

Structuur van de Nederlandse eierketen, in 2013

	Vermeerderings- Bedrijven, broederijen en opfokbedrijven	Leghennen- houder	Pakstations en eiproducten- industrie	Supermarkten	Consument en
Aantal bedrijven		900	78 pakstations		
C4		<3%	65 - 70%	>70-80%	

Er zijn in Nederland in 2012 14 eierpakstations waar jaarlijks minstens 100 miljoen eieren omgezet worden (PPE, 2013b). De grootste pakstations liggen in of nabij de productiegebieden in Gelderland, Noord Brabant en Limburg. De grootste pakstations zijn: Eierhandel Kwetters en Zn. in Veen, Weko Food international in Ochten, Gebroeders van Beek in Wehl en van Zetten in Ommeren. Van alle geproduceerde eieren gaat het merendeel naar de versmarkt als tafelei. Naar schatting 25 tot 35% van de Nederlandse eieren gaat naar de eierverwerkende industrie in Nederland en het buitenland. Eieren worden onderverdeeld naar kleur (wit, bruin), gewicht en houderijsysteem (kooi, scharrel, vrije uitloop en biologisch). De pakstations verhandelen alle soorten eieren en leveren deze aan supermarkten in Nederland, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk.

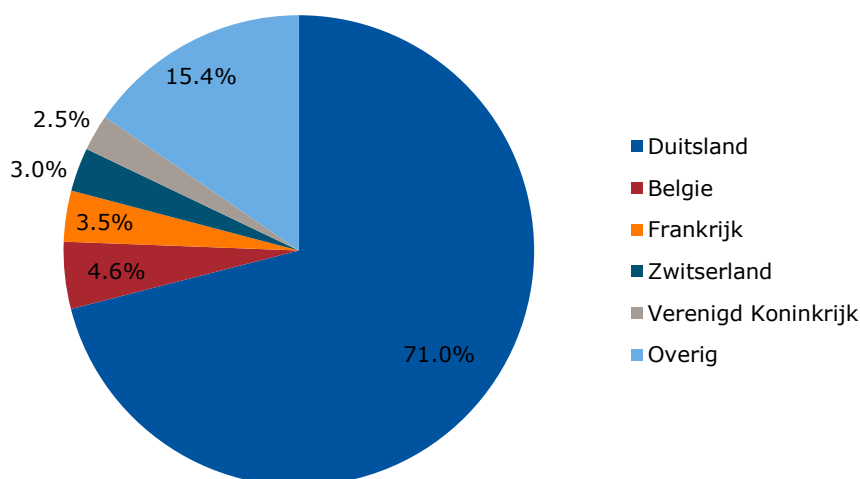


**Figuur 4.9** Stroomdiagram afzet van eieren 2012.

Per 1 januari 2012 is de productie van eieren in traditionele kooihuisvesting binnen de EU niet meer toegestaan. In Nederland mogen hennen gehouden worden in koloniehuisvesting (grote verrijkte kooien) of alternatieve systemen. Medio 2013 werd nog 18% van de hennen gehouden in kolonie of verrijkte kooien. Het overgrote merendeel van de hennen wordt gehouden als scharrelhen met of zonder vrije uitloop naar buiten.

De Nederlandse consument koopt de tafeleieren vooral via de supermarkten (bijna 90% in 2011). De aankoop via speciaalzaken, markten en boerderij neemt nog steeds gestaag af (van ruim 16% in 2005 naar ruim 11% in 2011). De totale consumptie van eieren is in de afgelopen jaren weer licht gestegen en was in 2012 192 eieren per hoofd van de bevolking. Van dit verbruik worden 148 eieren geconsumeerd als tafeleieren en 44 eieren worden geconsumeerd in de vorm van verwerkte producten zoals ijs, gebak en deegwaren (PPE, 2013b). Een deel van de binnenlandse afzet van de eieren en ei-product gaat naar de buitenhuishoudelijke markt (o.a. restaurants, instellingen, catering). Figuur 4.17 geeft het stroomdiagram van de afzet van Nederlandse eieren.

De pakstations sorteren en verpakken de aangevoerde eieren. Tafeleieren worden afgezet in Nederland en geëxporteerd. Van alle exportbestemmingen is Duitsland veruit de belangrijkste, zie figuur 4.18. De ei-productenindustrie koopt eieren van de pakstations of rechtstreeks van pluimveehouders. De Nederlandse ei-productenindustrie opereert op de wereldmarkt, zowel qua inkoop van eieren als afzet van ei-producten. De industrie koopt voor een deel kooi-eieren uit het buitenland en verwerkt deze tot ei-product dat weer grotendeels geëxporteerd wordt. Vloeibaar ei-product wordt vooral geëxporteerd naar de omringende landen: Duitsland, Verenigd Koninkrijk en België. Japan is een belangrijke afzetmarkt voor gedroogde ei-producten.



**Figuur 4.10** Uitvoerbestemming van eieren 2012 in percentage van het totale exportvolume.

#### Economische situatie

De financiële situatie op de primaire leghennenbedrijven is zeer variabel. In de periode 2006-2012 varieert het inkomen per arbeidsjaareenheid van minus 98.000 euro in 2011 tot plus 191.000 euro in 2009. Het gemiddelde inkomen over de laatste vijf jaar voor een bedrijf met 50.000 scharrelhennen was circa 30.000 euro per arbeidsjaareenheid (van Horne en Wisman, juni 2014). De gemiddelde solvabiliteit varieert tussen de bedrijven en het gemiddelde is de laatste jaren gedaald onder de 50%. Voor veel bedrijven waren voor bedrijfsuitbreiding en omschakeling naar nieuwe huisvestingssystemen nieuwe leningen nodig.

Naar de rendementen van de bedrijven in de rest van de keten is geen onderzoek gedaan. Er zijn geen gegevens bekend van resultaten in de eierhandel en eiproductenindustrie. Wel is bekend dat er positieve winstmarges gerealiseerd worden in de mengvoederindustrie en in de supermarkten (Backus, 2011). Ingeschat wordt dat dit ook na 2009 geldt. Tabel 4.4 geeft de kostenopbouw voor de verschillende schakels in de keten.

**Tabel 4.5**

#### Kostenopbouw per ketenschakel

Kostensoort	Primair *	Pakstation **	Supermarkt ***
Arbeid	4	30	13
Gebouwen	8	10	4
Overig	88	60	83
Totaal	100%	100%	100%

\* Voor de pluimveehouder is vooral inkoop van voer en jonge hennen een belangrijke kostenpost.

\*\* Voor pakstations is de inkoop van de eieren de belangrijkste kostenpost. De verdeling in deze tabel is gebaseerd op de kosten van het pakstation: transport, sorteren en verpakken.

\*\*\* C4 supermarkten op basis van gegevens marktaandeelen van Nielsen via Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, op basis van supermarktstructuur per begin 2013 en omzet in 2012. Inclusief franchise filialen. Alle productgroepen inclusief non-food.

Bron: <http://www3.lei.wur.nl/lc/Classificatie.aspx>, CBS, <http://www.hbd.nl>, Nielsen, IRI, Amadeus (bewerking LEI)

De grote Nederlandse pakstations hebben buitenlandse vestigingen. Gezien het grote belang van de Duitse markt opereren de pakstations in dit land met vestigingen waar eieren gesorteerd en verpakt worden. De grote Nederlandse pakstations zijn allen familiebedrijven. Voor zover bekend zijn er geen Nederlandse pakstations in buitenlandse handen. De Nederlandse pakstations handelen volop in eieren

en kopen eieren in zowel binnen- als buitenland. De afzet naar de Nederlandse supermarkten betreft bijna uitsluitend Nederlandse eieren geleverd door Nederlandse pakstations.

#### *Prijsvorming*

Leghennenhouders verkopen bijna alle eieren aan Nederlandse pakstations. De eieren worden veelal tegen weekprijzen verkocht. Een deel van de leghennenhouders (naar schatting 20 tot 25%) levert eieren tegen een vaste contractprijs. Deze prijs is voorafgaande aan de opzet van een koppel leghennen overgekomen met het pakstation waarbij alle eieren gedurende de legperiode van 13 à 14 maanden tegen de overeengekomen prijs geleverd wordt.

De eieren verkocht via de weekprijzen worden bijna uitsluitend verhandeld op basis van de NOP richtprijs. De Nederlandse organisatie van Pluimveehouders (NOP) publiceert wekelijks een richtprijs voor alle gewichtsklassen van kooi-eieren en scharreleieren. De leghennenhouders kan eieren verkopen met een kleine toeslag of korting op de NOP richtprijs. Deze toeslag of korting is afhankelijk van vele factoren, zoals de omvang van de wekelijkse levering, de kwaliteit van de eieren en de afstand van het bedrijf tot het pakstation. De NOP richtprijs is een gemiddelde van de Duitse Weser-Ems notering, de Amsterdam grossiersnotering (groothandelsprijs, na aftrek van kosten voor sorteren en verpakken) en informatie van een aantal Nederlandse pakstations.

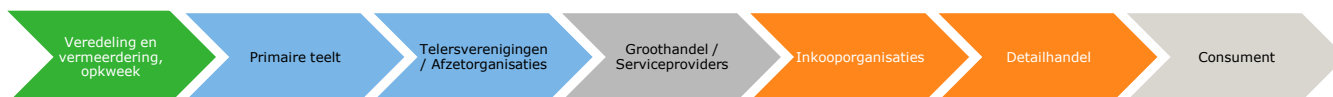
De pakstations sluiten contracten met supermarkten. Een supermarkt heeft vaak meerdere leveranciers. Het aantal is afhankelijk van het vermogen om een bepaald volume te leveren en er vindt volumerisicospreiding plaats. De contracten komen tot stand na een tender en hebben een looptijd van één jaar (maar ook 3 of 6 maanden is mogelijk). In deze contracten worden o.a. de kwaliteitseisen, type verpakking, betalingsvoorwaarden, lead time en eventueel volumes vastgelegd. De prijzen in deze contracten kunnen gebaseerd zijn op de vrije marktprijs of er wordt een vaste prijs afgesproken voor de looptijd van het contract. Is de afspraak gebaseerd op de vrije marktprijs dan is de Amsterdamse grossiersnotering de referentie. Per afnemer kan een plus of min op de Amsterdamse grossiernotering worden afgesproken. Zowel de NOP richtprijs en de grossiernotering kan van week tot week variëren.

Er zijn geen openbare cijfers van consumentenprijzen van eieren. Wel worden consumentenprijzen verzameld door onderzoeksbureaus, zoals GfK. In het verleden werden deze prijzen regelmatig gepubliceerd door de Productschappen. De meest recente cijfers zijn van 2011 en toen was de gemiddelde consumentenprijs voor scharreleieren 14,6 eurocent per stuk (PPE2013a).

## 4.6 Komkommer

#### *Ketenstructuur*

Komkommer is na tomaten de meest geproduceerde glasgroente in Nederland, gemeten in volume. De keten van Nederlandse komkommers voor de Nederlandse supermarkten bestaat uit 3 of 4 schakels. De eerste schakel wordt gevormd door de zaadveredelingsbedrijven en vermeerderingsbedrijven. De veredelaars ontwikkelen continu nieuwe rassen. Verschillende rassen presteren anders onder verschillende omstandigheden. Zo zijn er rassen die het goed doen in de zomer of in de winter, met veel of weinig licht. De volgende schakel is de primaire teelt.



**Figuur 4.11** Overzicht van de Nederlandse komkommerketen.

De meeste telers zijn verenigd in telersverenigingen of producentenorganisaties die voor de afzet van komkommers zorgen en soms ook verpakken. Zowel groothandel, inkooporganisaties als supermarkten worden door deze telersverenigingen beleverd. Een fors deel van de komkommers worden in het buitenland afgezet.

Tabel 4.6

*Structuur van de Nederlandse komkommerketen, in 2013*

	Verdeling, vermeerdering, opkweek	Primaire teelt	Groothandel in groente en fruit	Detailhandel
Aantal bedrijven	142 met teelt van groentezaden en 93 met opkweekmateriaal	243	1.105	3.180 supermarkten, Circa 35 formules, 1150 groentewinkels, 855 markthandel groente en fruit
C4, a), b)	Groentezaden: 42% Opkweekmateriaal: 36%	Komkommers: 11% Komkommers telersverenigingen: circa 65% in 2013 en 70% in 2014.	Groenten en fruit totaal: circa 10%	Supermarkten verkoop: 63% Supermarkten inkoop: 92%

a) C4 van vermeerdering, veredeling, opkweek, en primaire teelt op basis van areaalgegevens CBS Landbouwtelling.

b) C4 supermarkten op basis van gegevens marktaandeelen van Nielsen via Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, op basis van supermarktstructuur per begin 2013 en omzet in 2012. Inclusief franchise filialen. Alle productgroepen inclusief non-food.

Bron: <http://www3.lei.wur.nl/lrc/Classificatie.aspx>, CBS, <http://www.hbd.nl>, Nielsen, IRI, Amadeus (bewerking LEI).

In 2013 werd in Nederland 400 miljoen kilo komkommers geteeld (Bron: CBS). De productie van komkommers neemt de afgelopen tien jaar geleidelijk af. Er waren in 2013 ruim 240 komkommer-telers in Nederland. Het totale areaal komkommers in Nederland was in 2013 615 hectare. De grootste vier telers hadden in 2013 een aandeel van ruim 10% op basis van areaal (Bron: CBS Landbouwtelling).

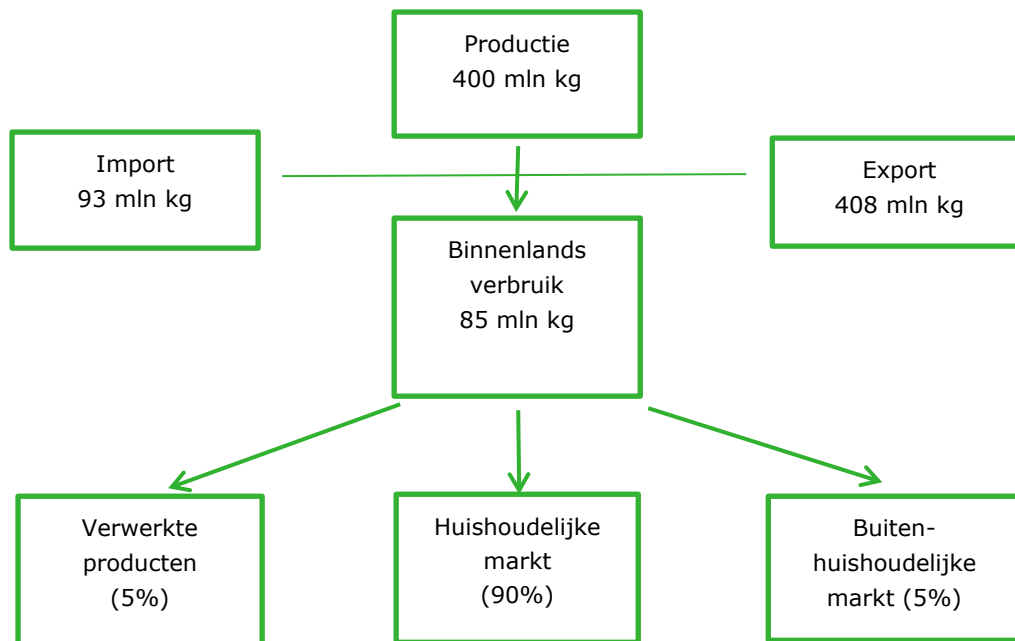
De meeste telers zijn lid van een telersvereniging. De organisatie van de afzet van komkommers verandert voortdurend. In de periode 2011-2013 zijn verschillende telersverenigingen voor glasgroenten ontstaan, gefuseerd, en opgeheven. Begin 2014 was Kompany de grootste telersvereniging voor komkommers, met een areaal van ongeveer 225 hectare, ofwel 37% van het areaal, en 43 leden<sup>26</sup>. Kompany zette 400 miljoen komkommers af, ofwel 160 miljoen kilo bij een gemiddeld gewicht van 400 gram per komkommer. Dat is 40% van het in Nederland geproduceerde volume. Kompany is begin 2014 ontstaan uit een fusie tussen de telersverenigingen Komosa en SunQuality. Samen met ZON vormden deze telersverenigingen voorheen de Associatie van Producentenorganisaties (APO) Kompany. Andere grote telersverenigingen van komkommers zijn Van Nature (ongeveer 100-120 miljoen kilo) en Coforta (The Greenery) (40-50 miljoen kilo). ZON biedt ook komkommers aan, maar de volumes zijn beperkt. In de komkommerteelt is DOOR een nieuwe partij, die in 2014 is ontstaan uit de voormalige afzetorganisatie FresQ.

Doorgaans zijn groothandelaren de belangrijkste kopers van de afzetorganisaties van de tuinders. Via bemiddeling worden komkommers afgezet bij groothandelaren die de producten exporteren of naar de Nederlandse detailhandel verkopen. Komkommers worden ook via de veilingklok afgezet, maar die stromen zijn beperkt. De groothandel zorgt voor de groupage, kleinverpakking en transport. Steeds vaker leveren telersverenigingen/afzetorganisaties ook rechtstreeks aan supermarkten. Enkele supermarkten werken met vaste relaties met telers en serviceproviders. Groothandel Sligro is eigenaar van Emté, Spar en Attent supermarkten en betreft de groente en fruit van partner handelsbedrijf Smeding<sup>27</sup>. Sligro en Smeding zijn aangesloten bij inkoopcoöperatie Superunie.

Er zijn ruim 1.100 groente- en fruitgroothandelsbedrijven in Nederland. Het is onbekend hoeveel daarvan komkommers verhandelen. Grote handelsbedrijven in groente en fruit zijn Frankort & Koning, Valstar, Staay Food Group (Addasta Holding BV), Van Oers United, Haluco, en Scherpenhuizen. De grotere handelsbedrijven bieden allemaal komkommers aan. Supermarkten willen in het algemeen het liefst een constante kwaliteit en aanvoer en werken daarom met een beperkt aantal vertrouwde leveranciers.

<sup>26</sup> <http://www.agfprimeur.nl/04-2014/pr4-telers.pdf>

<sup>27</sup> <http://www.sligro.nl/over-sligro/fresh-partners/smeding-agf.htm> en <http://www.smeding.nl/over-smeding>



**Figuur 4.12** Stroomdiagram afzet van komkommers, in 2013;  
Bron: CBS, Eurostat, PT, schattingen percentages afzetkanalen LEI.

#### *Economische situatie*

Glastuinbouwers in Nederland hebben al enkele jaren te maken met sterk schommelende inkomens. In 2011 was er de EHEC-uitbraak waardoor de afzet van glasgroenten en met name komkommers flink terugliep. In 2011 maakte het gemiddelde glastuinbouwbedrijf in Nederland een verlies van 46.000 euro. Komkommertelers hadden in dat jaar een verlies van 186.000 euro. In 2012 en 2013 werd een positief inkomen uit de normale bedrijfsvoering gerealiseerd van respectievelijk 59.000 en 174.000 euro. De grootste kostenpost voor glastuinders is energie; ongeveer 30% van de totale kosten. De kosten van kassen, gebouwen en inventaris en machines maken ruim 20% van de kosten uit. Veranderingen in energieprijzen hebben grote effecten op de inkomens van glastuinders. Anderzijds verdienen glastuinders ook aan de afzet van energie. In 2013 werd gemiddeld ongeveer 15% van de opbrengsten van een glastuinbouwbedrijf gerealiseerd door handel in of verkoop van energie<sup>28</sup>.

<sup>28</sup> zie [http://www3.lei.wur.nl/binternet\\_asp/index.aspx](http://www3.lei.wur.nl/binternet_asp/index.aspx).

Tabel 4.7

*Kostenopbouw per ketenschakel voor glasgroente, in 2013*

Kostensoort	Primair (glastuinbouwbedrijven)	Groothandel	Supermarkt
Arbeid	19%	10-30%	13%
Energie	30%		
Huisvesting en materiële activa	21%	2-10%	4%
Overig	30%	70-90% waaronder 30-40% transport, 25-50% verpakking	83%
Totaal	100%	100%	100%

Bron: LEI Informatienet, Amadeus, HBD, onderliggende onderzoek.

*Prijsvorming*

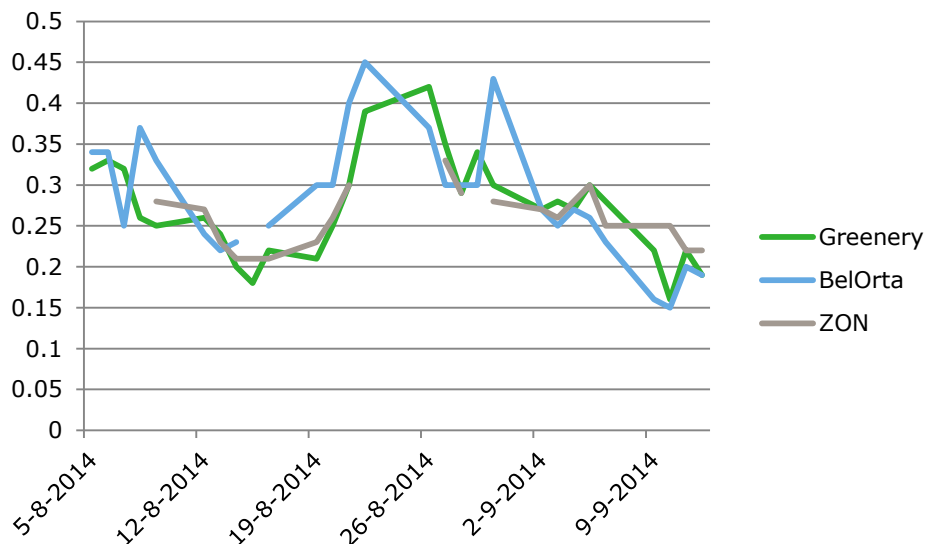
Het grootste deel van de telers is - zoals hierboven beschreven - aangesloten bij één van de telersverenigingen/ producentenorganisaties. Dit heeft een sterk verband met de GMO subsidies en de bijzondere positie van producentenorganisaties in de EU. De telersverenigingen/afzetorganisaties maken gebruik van bemiddeling en klokverkoop. De klanten van de afzetorganisaties van de telers zijn met name groothandelaren maar ook (steeds meer) de detailhandel. Het grootste deel van de afzet van komkommer vindt plaats via bemiddeling door de afzetorganisaties. De medewerkers van het bemiddelingsbureau bellen met of worden gebeld door potentiële klanten en onderhandelen over leveringen. Die leveringen hebben meestal betrekking op dag- of weekhandel. De afzetorganisaties krijgen doorgaans van de telers vooraf (tot 4 weken van te voren) een aanvoerprognose. Daarmee kunnen ze een inschatting maken van de aangevoerde hoeveelheden en maten. Die informatie wordt meegenomen in de onderhandelingen met klanten. De telers krijgen achteraf en periodiek uitbetaald op basis van de gerealiseerde prijzen en omzetten, met aftrek van een bemiddelingspremie.

Hoewel er veel variatie is tussen de supermarkten en door het seizoen, wordt een groot deel van de komkommers in de Nederlandse supermarkten via seizoencontracten afgezet. Deze contracten leggen niet op voorhand de prijs en volumes vast. Er worden vooral afspraken gemaakt over de duur van de samenwerking, de productspecificaties en de leveringsplicht. Wel wordt dikwijls een prognose afgegeven van de verwachte afname en prijzen voor het seizoen. Binnen dit raamcontract onderhandelen de supermarkt en de leverancier over prijs en volume per week. Zo is de supermarkt zeker van aanvoer en de leverancier zeker van een flink afzetvolume. Andere vormen van contracten komen ook voor, waarbij wel vaste prijzen en/of vaste volumes voor het hele seizoen worden afgesproken. Daarnaast kopen supermarkten ad-hoc product bij (dag of weekhandel). Ook wordt door verschillende afzetorganisaties rechtstreeks aan supermarkten geleverd zonder tussenkomst van een groothandel. Veel supermarkten geven de voorkeur aan constante kwaliteit en zullen in tijden van tekort hogere prijzen betalen om dezelfde kwaliteit product in de schappen te hebben. De uiteindelijk tot stand gekomen prijzen zijn derhalve het resultaat van continue onderhandeling, afhankelijk van weersomstandigheden, acties, en andere aanbod en vraagontwikkelingen.

Supermarkten organiseren in veel gevallen wekelijks tenders onder de groothandelaren die eerder de leveringsvoorwaarden hebben geaccepteerd (goedgekeurde leveranciers). De groothandelaren offeren dan een prijs en de supermarkt kiest de partij(en) die mag (mogen) leveren. Als een groothandel (of de afzetorganisatie van de telers) de afgesproken volumes niet kan leveren uit eigen voorraad of van eigen telers dan moet elders bijgekocht worden. Het prijsrisico is op dat moment voor de groothandel (of afzetorganisatie).

De export bepaalt in grote mate de prijsvorming in Nederland. Het grootste deel van de productie wordt geëxporteerd. Met name de weekprijzen die de handelaren op de Duitse retailmarkt realiseren zijn richtinggevend voor het prijsverloop. De veilingklok is als prijsvormingsinstrument steeds minder belangrijk geworden. In 2014 wordt nog slechts 5 tot 10% van de Nederlandse komkommers geveild.





**Figuur 4.13** Illustratie van klokprijzen van komkommers (35-ers) van 5 augustus tot en met 12 september 2013;

Bron: [www.gfactueel.nl](http://www.gfactueel.nl).

De veilingklok is een instrument dat door telerscoöperaties ingezet werd (en wordt) om product af te zetten tegen een zo hoog mogelijke prijs. Er worden nog komkommers voor de klok gebracht bij The Greenery, bij ZON (afzet komkommer gaat via Kompany) en bijvoorbeeld bij het Belgische BelOrta in Mechelen<sup>29</sup>. De veilingklok wordt echter door de handelshuizen vooral gebruikt om product bij te kopen in tijden van tekort. De volumes zijn relatief klein en de veilingprijzen kunnen aanzienlijk verschillen van de weekcontractprijzen voor komkommers. In de figuur 4.10 staan de veilingprijzen zoals die werden genoteerd op drie veilingen in augustus en september 2013, voor komkommers met maat 35. Uit de figuur kan worden opgemaakt dat de veilingprijzen elkaar wel volgen, maar dat tegelijkertijd aanzienlijke verschillen kunnen optreden. Dat heeft vooral te maken met de afstanden tussen de veilingen en de relatief kleine volumes die op sommige dagen worden verhandeld.

De groothandel koopt de gewenste volumes bij verschillende leveranciers in of via de klok. De groothandel vertaalt de verwachte afzet van zijn klanten naar vraag voor de leveranciers. Iedere dag wordt over de prijzen onderhandeld op basis van alle mogelijke informatie over aanvoer en afzet. Zoals bij handel vaak het geval is, is er geen vaste opslag in deze markt. De ene dag maakt een handelaar winst en de volgende dag verlies.

Hoewel de prijzen van komkommers van jaar tot jaar veel kunnen verschillen, is sprake van een seizoenpatroon wat vrijwel ieder jaar terugkeert. De prijzen zijn relatief hoog in de maanden dat er weinig of geen Nederlandse komkommers op de markt zijn, van november tot en met februari. Gedurende de aanloop van het nieuwe seizoen dalen de prijzen. Handelaren geven al voordat de productie begint een prijs af waarmee ze proberen in de markt te komen. Die prijzen moeten laag genoeg zijn om de afnemers ervan te overtuigen over te stappen op Nederlands product. Aan het einde van het seizoen lopen de prijzen weer op, totdat buitenlandse concurrentie volop in productie is en de Nederlandse telers door de gestegen kosten (gas) en lage productie door gebrek aan licht niet meer kunnen concurreren.

<sup>29</sup> In België zijn 6 veilingen van groenten en fruit georganiseerd in Lava: BRAVA - LTV - Mechelse Veilingen - REO - In-Co Veiling Hoogstraten - In-Co CLTV Zundert.

## 4.7 Paprika

### Ketenstructuur

De paprikaketen is vergelijkbaar met de komkommerketen. Na tomaten en komkommer is paprika het belangrijkste product van de Nederlandse glastuinbouw. De keten bestaat uit 3 of 4 schakels, van veredeling en vermeerdering, via primaire teelt, groothandel, naar supermarkten. Er zijn ongeveer 265 paprikatelers in Nederland. Bijna 160 telers hadden rode paprika in 2013. Naast rode paprika zijn er groene, gele en oranje paprika. Het totale areaal paprika was in 2013 1244 hectare. Vanaf het midden van de jaren '70 van de vorige eeuw tot 2010 is het paprika-areaal geleidelijk gestegen tot ruim 1400 hectare, en daarna met 160 hectare gedaald. Het paprikaseizoen loopt in Nederland van april tot en met oktober. Buiten deze maanden wordt de meeste paprika geïmporteerd uit Spanje en Israël.



**Figuur 4.14** Overzicht van de Nederlandse paprikaketen

De paprikatelers zijn grotendeels georganiseerd in telersverenigingen. Grote telersverenigingen van paprikatelers zijn PaprikaNL (200 hectare, lid van Harvest House) en Van Nature (320 hectare paprika). Harvest House heeft 54 aangesloten paprikatelers, met een totaal areaal van 398 hectare in 2014.<sup>30</sup> Ook bij The Greenery, ZON (Pamosa), DOOR, Best of Four en de Veiling Zaltbommel zijn paprikatelers aangesloten. In de periode 2011-2013 is de paprika-afzet ingrijpend veranderd, doordat de grootste telersvereniging FresQ medio 2013 is gestopt. De meeste paprika telers van FresQ zijn lid geworden bij de nieuw opgerichte afzetorganisaties Harvest House en DOOR.

**Tabel 4.8**

*Structuur van de Nederlandse paprikaketen, in 2013*

	Verdeling, vermeerdering, opkweek	Primaire teelt	Groothandel in groente en fruit	Detailhandel
Aantal bedrijven	142 met teelt van groentezaden en 93 met opkweekmateriaal	264, waarvan 158 (ook) met rode paprika	1.105	3.180 supermarkten, Circa 35 formules, 1150 groentewinkels, 855 markthandel groente en fruit
C4, a) , b)	Groentezaden: 42% Opkweekmateriaal: 36%	Rode paprika: 11% Paprika totaal telersverenigingen: circa 65% in 2013 en 78% in 2014.	Groenten en fruit totaal: circa 10%	Supermarkten verkoop: 63% Supermarkten inkoop: 92%

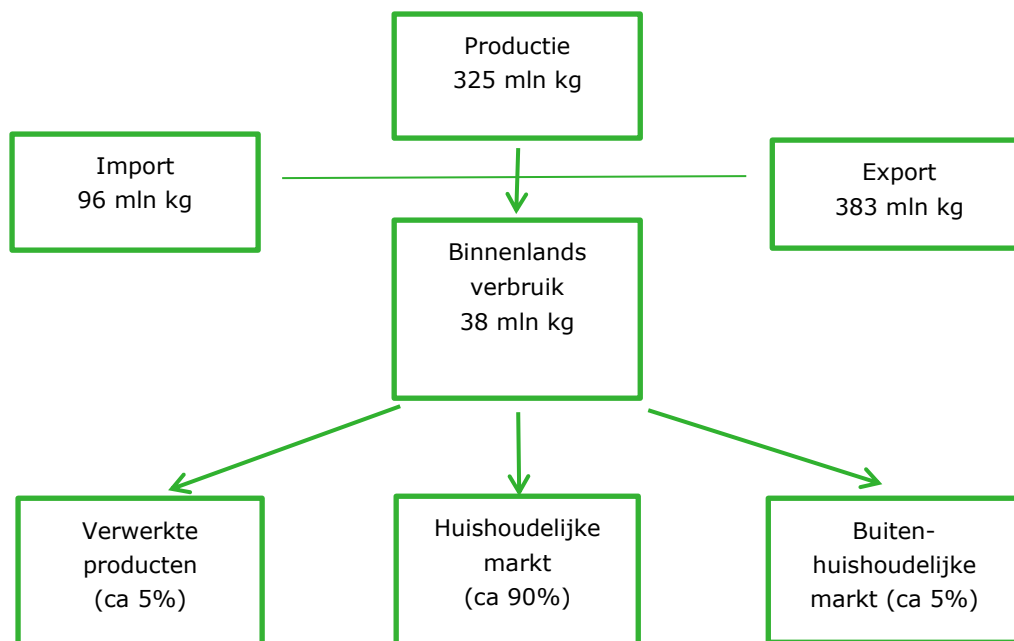
a) C4 van vermeerdering, veredeling, opkweek, en primaire teelt op basis van areaalgegevens CBS Landbouwtelling.

b) C4 supermarkten op basis van gegevens marktaandeelen van Nielsen via Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, op basis van supermarktstructuur per begin 2013 en omzet in 2012. Inclusief franchise filialen. Alle productgroepen inclusief non-food.

Bron: <http://www3.lei.wur.nl/lc/Classificatie.aspx>, CBS, <http://www.hbd.nl>, Nielsen, IRI, Amadeus (bewerking LEI).

Van de binnenlandse productie van paprika van 325 miljoen kilo wordt het grootste deel geëxporteerd. Binnenlands wordt ongeveer 40 miljoen kilo paprika van zowel Nederlandse als buitenlandse bodem afgezet. Het overgrote deel daarvan wordt op de huishoudelijke markt als versproduct verkocht. Van de huishoudelijke aankopen wordt naar schatting ruim 80% verkocht in de supermarkt. Daarnaast wordt verse paprika verkocht in groentespecialzaken en op de markt.

<sup>30</sup> <http://www.harvesthouse.nl/nl/harvest-house>.



**Figuur 4.15** Stroomdiagram afzet van paprika, in 2013;  
Bron: CBS, Eurostat, PT, schattingen percentages afzetkanalen LEI.

#### Economische situatie

Glastuinbouwers in Nederland hebben al enkele jaren te maken met sterk schommelende inkomens. In 2011 was er de EHEC-uitbraak waardoor de afzet van glasgroenten flink terugliep. In 2011 maakte het gemiddelde glastuinbouwbedrijf in Nederland een verlies van 46.000 euro. De paprikatelers hadden een inkomen uit de normale bedrijfsvoering van -25.000, -17.000 en 437.000 euro in de jaren 2011-2013. De grootste kostenpost voor glastuinders is energie; ongeveer 30% van de totale kosten. De kosten van kassen, gebouwen en inventaris en machines maken ruim 20% van de kosten uit.

Tabel 4.9

Kostenopbouw per ketenschakel voor glasgroente, in 2013

Kostensoort	Primair (glastuinbouwbedrijven)	Groothandel	Supermarkt
Arbeid	19%	10-30%	13%
Energie	30%		
Huisvesting en materiele activa	21%	2-10%	4%
Overig	30%	70-90% waaronder 30-40% transport, 25-50% verpakking	83%
Totaal	100%	100%	100%

Bron: LEI Informatienet, Amadeus, HBD onderliggende onderzoek.

#### Prijsvorming

De prijsvorming van paprika's gebeurt op dezelfde wijze als die voor komkommers. Het aanbod van de telers en de telersverenigingen (en hun afzetorganisaties) wordt ofwel bemiddeld of voor de klok verhandeld. De veilingklok speelt ook bij paprika's in het totaal van de afzet geen grote rol meer. Naar schatting 7% van het aanbod vond zijn weg naar de groothandel of detailhandel in binnen- of buitenland via de veilingklok. Vooral bij ZON (telerscoöperatie Pamosa) wordt nog een aanzienlijk deel van het aanbod van paprika (circa 50% in 2013) geveild. Ook de telers van The Greenery maken nog gebruik van de veilingklok en bij Veiling Zaltbommel wordt geveild. De supermarkten kopen in bij groothandelaren en in sommige gevallen rechtstreeks bij de afzetorganisaties van de telers. Sommige

supermarkten werken met een vaste ketenpartner, andere met een aantal (goedgekeurde) leveranciers.

Tussen groothandel en supermarkt worden seizoencontracten afgesloten waarin geen vaste prijzen of volumes worden overeengekomen. In enkel gevallen worden dergelijke wederzijdse samenwerkingscontracten ook afgesloten tussen telersvereniging (of individuele teler) en groothandel. De exclusieve leveringsplicht en de afgesproken kwaliteitsklassen zijn de voornaamste bepalingen. De prijzen worden bepaald op basis van continue onderhandelingen. De meeste paprika wordt op weekbasis verkocht. De afzet naar Duitsland is voor paprika erg belangrijk en de prijzen die worden gerealiseerd op de Duitse detailhandelsmarkt zijn een belangrijk signaal voor de markt. Grote Duitse discounters (LIDL) volgen in de verkoopprijs de inkoopprijs, waardoor de marktpartijen zich aan de hand van de winkelprijzen in Duitsland een beeld kunnen vormen van de prijsontwikkelingen in de handel van die week. De veilingprijzen worden door de groothandelaren niet of nauwelijks als richtprijs voor de onderhandelingen gebruikt. Daarvoor zijn de volumes die via de veiling gaat te klein, differentiatie in producten te groot, en de prijsfluctuaties te groot. De veilingprijzen zijn voor partijen niet real-time inzichtelijk. Alleen achteraf wordt door de handelaren en door de telerscoöperaties naar de veilingprijzen gekeken, als de enige beschikbare benchmark om de eigen gerealiseerde prijzen mee te vergelijken.

Het paprikaseizoen voor Nederlandse paprika's loopt van april tot en met oktober, hoewel er op sommige bedrijven eerder wordt begonnen en/of langer doorgeteeld wordt. Buitenlandse paprika is het hele jaar beschikbaar, maar veel supermarkten hebben een voorkeur voor Nederlandse product als dat beschikbaar is. De prijzen van paprika's zijn in het Nederlandse seizoen lager en in de wintermaanden hoger.

## 4.8 Pluimveevlees

### *Ketenstructuur*

Pluimveevlees wordt geproduceerd door meerdere soorten pluimvee op primaire bedrijven. Veruit het belangrijkste zijn de vleeskuikens, op ruime afstand gevolgd door kalkoenen en eenden. Van 650 vleeskuikenbedrijven worden jaarlijks circa 400 miljoen vleeskuikens geleverd aan Nederlandse slachterijen (PPE, 2013a). Daarnaast waren er in 2012 in Nederland 50 bedrijven die vlees-eenden produceren en 53 bedrijven met vleeskalkoenen. De vleeskuikenketen bestaat uit bedrijven met ouderdieren, kuikenbroederijen, vleeskuikenbedrijven en slachterijen/uitsnijderijen. In figuur 4.13 is de gehele vleeskuikenketen geschetst.



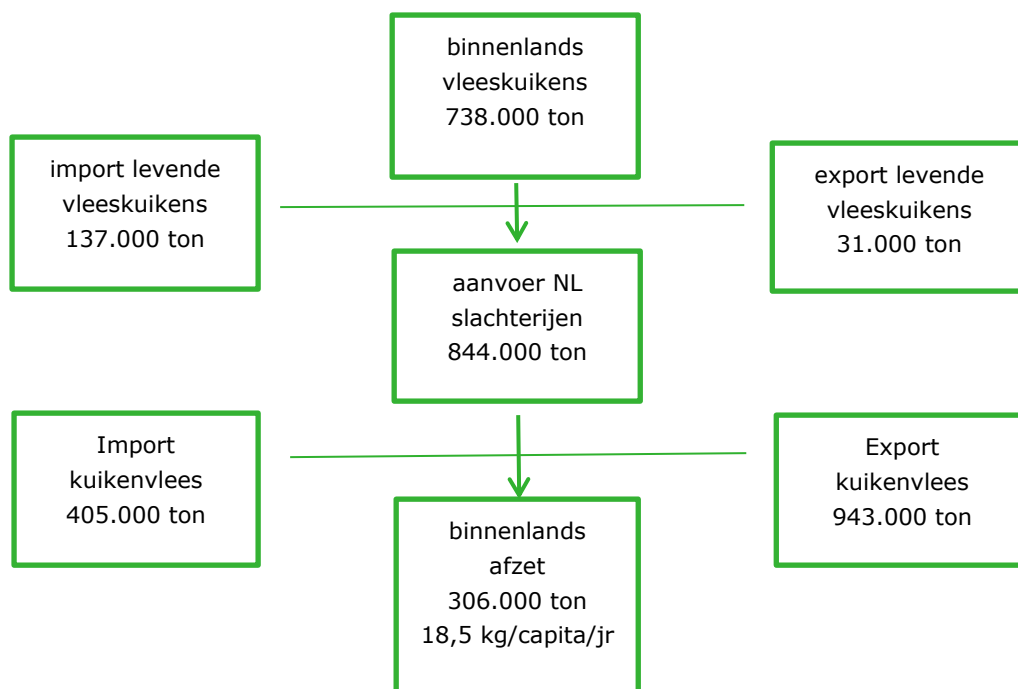
**Figuur 4.16** Overzicht van de pluimveevleesketen.

**Tabel 4.10**

*Kostenopbouw per ketenschakel*

	Opfok en Vermeerderings- Bedrijven, broederijen	Vleeskuiken- houder	Slachterij en uitsnijderij	Supermarkten	Consumenten
Aantal bedrijven		650	19 slachterijen		
C4		<4%	60 - 70%	65-70% <sup>1</sup>	Nvt

1. Aandeel van alle supermarkten

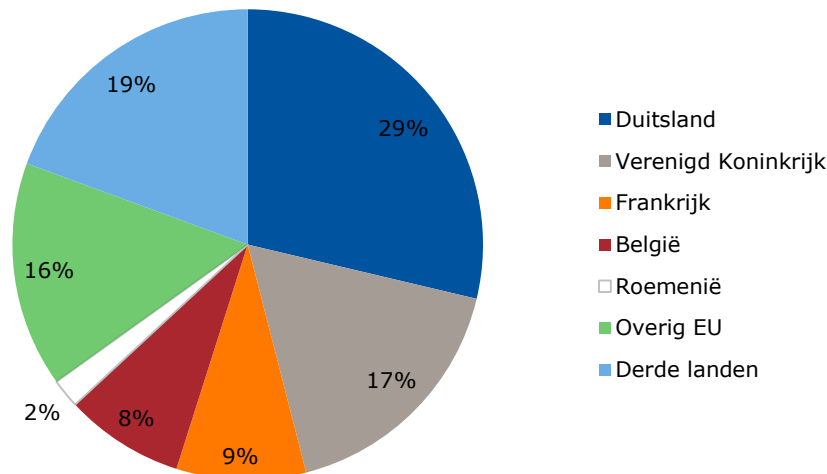


**Figuur 4.17** Stroomdiagram afzet kuikenvlees 2012 (in ton geslachtgewicht)

In 2011 waren er 15 pluimveeslachterijen met een aanvoer van meer dan 10.000 ton (PPE, 2013b). Plukon Food Group en 2 Sisters Storteboom (een divisie van 2 Sisters Food Group Ltd) zijn belangrijke spelers die samen meer dan de helft van deze markt in handen hebben. Beide bedrijven slachten vleeskuikens op meerdere locaties in Nederland en zijn ook actief in andere EU landen. Andere slachterijen met meer dan 50.000 ton geslacht gewicht zijn GPS in Nunspeet en Clazing in Zevenhuizen. Deze grote marktpartijen ontstaan om een constante stroom van uniform en hoogwaardig (kwaliteit vlees, voedselveiligheid, uniformiteit, etc.) pluimveevlees te kunnen leveren aan de vleesverwerkers en supermarktketens.

Voor broedeieren, eendagskuikens en kuikenvlees is Nederland een netto-exporteur. Meer dan de helft van de broedeieren geproduceerd in Nederland worden geëxporteerd. Dit gebeurt direct als broedei of indirect als eendagskuikens na het broedproces in een Nederlandse kuikenbroederij. Voor de Nederlandse slachterijen is de aanvoer van vleeskuikens uit het buitenland belangrijk en Nederland is een netto-importeur. Circa 10 tot 15% van de aanvoer bij de slachterijen komt uit het buitenland en dan vooral uit Duitsland en, in mindere mate, uit België. In totaal produceren de Nederlandse slachterijen ruim 844.000 ton pluimveevlees in 2012. Daarnaast wordt er 405.000 ton bevroren pluimveevlees geïmporteerd uit vooral Brazilië en Thailand. Dit vlees gaat naar vleesverwerkende industrie en wordt gebruikt in verder bewerkte of samengestelde producten. De export van vlees bedraagt 943.000 ton vlees zodat er 306.000 ton beschikbaar is voor de binnenlandse markt ofwel bijna 18,5 kg per hoofd van de bevolking (PPE, 2013b). Het verbruik vertoont al vanaf de jaren 90 een jaarlijkse stijging (in 2000 was de consumptie van kuikenvlees nog 16 kg per hoofd). Er zijn geen cijfers bekend hoe het binnenlandse verbruik verdeeld is over huishoudelijk gebruik, buiten huishoudelijk gebruik ('out of home') en verder verwerkte en samengestelde producten. De afzet van het pluimveevlees is sterk gericht op de vers markt. De afzet van pluimveevlees binnen Nederland verloopt grotendeels via de supermarkten waarbij de consument vooral vraagt naar kipfilet. Kipfilet wordt eveneens op relatief grote schaal geëxporteerd naar landen als Duitsland en het Verenigd Koninkrijk met eindbestemming de supermarkt. De overige delen worden voor een belangrijk deel geëxporteerd of afgezet in de verwerkende industrie. Delen als pootvlees gaan vaak naar landen in Oost Europa (binnen de EU naar Roemenië en Bulgarije) en naar derde landen (o.a. Rusland en enkele Afrikaanse landen). Figuur 4.15 geeft een overzicht van de belangrijkste exportbestemmingen en het aandeel per bestemming. Voor diepgevroren en gekookt pluimveevlees is er sterke

concurrentie op de EU markt van derde landen. Dit vlees gaat vooral naar de verwerkende industrie en de foodservice. Brazilië en Thailand zijn de belangrijkste leveranciers.



**Figuur 4.18** Uitvoerbestemming kuikenvlees 2012 in percentage van het totale volume.

#### Economische situatie

De economische situatie in de vleeskuikenhoudery voor de primaire bedrijven is redelijk stabiel. Het inkomen uit de bedrijfsvoering van vleeskuikenhouderybedrijven varieert in de periode 2006-2012 van 17.000 euro in 2008 tot 66.000 euro per bedrijf in 2009 (van der Meulen et al, 2013). Het gemiddelde inkomen over deze periode was 38.000 euro per arbeidsjaareenheid. De gemiddelde solvabiliteit is de laatste jaren tussen 50 en 60%. Er is geen sprake van een duidelijk dalende of stijgende trend in solvabiliteit.

**Tabel 4.11**

*Kostenopbouw per ketenschakel (in%)*

Kostensoort	Primair *	Slachterij **	Supermarkt***
Arbeid	4	35	13
Gebouwen	7	25	4
Overig	89	40	83
Totaal	100	100	100

\* Voor de vleeskuikenhouder zijn de aankoop van voeders en eendagskuikens belangrijke kostenposten. Bron: BedrijvenInformatieNet LEI

\*\* Voor de slachterij is de aankoop van de dieren de belangrijkste kostenpost. Deze verdeling heeft alleen betrekking op de slachtkosten. Bron: Amadeus

\*\*\* C4 supermarkten op basis van gegevens marktaandeelen van Nielsen via Hoofdbedrijfsschap Detailhandel, op basis van supermarktstructuur per begin 2013 en omzet in 2012. Inclusief franchise filialen. Alle productgroepen inclusief non-food.

Bron: <http://www3.lei.wur.nl/ltc/Classificatie.aspx>, CBS, <http://www.hbd.nl>, Nielsen, IRI, Amadeus (bewerking LEI)

Naar de rendementen van de bedrijven in de andere schakels in de pluimveeketen is nooit onderzoek gedaan. Verwacht kan worden dat deze sterk vergelijkbaar is met de situatie in de varkensvleesketen. De meeste mengvoerbedrijven produceren zowel varkens- als pluimveevoer, de supermarkten verkopen beide vleessoorten. In beide schakels worden positieve winstmarges gerealiseerd (Backus et al, 2011). Het broeden van eendagskuikens en het slachten van pluimvee gebeurt op gespecialiseerde bedrijven. Niet bekend is of deze schakels werken met een gemiddeld positief rendement.

Enkele Nederlandse slachterijen hebben door overnames vestigingen in het buitenland (Duitsland, België en Polen). Daarnaast zijn buitenlandse bedrijven weer eigenaar van Nederlandse slachterijen.

---

De aanvoer van levende kuikens door de Nederlandse slachterijen is internationaal met invoer uit Duitsland en België. Ook de inkoop van Nederlandse supermarkten is internationaal. Een deel van het pluimveevlees komt uit Duitsland en, in mindere mate, uit België.

### **Prijsvorming**

Vleeskuikenhouders leveren 6 tot 8 maal per jaar vleeskuikens aan een slachterij. Bijna alle vleeskuikenhouders hebben voor 'n periode van 1 jaar een leveringscontract. In dit contract is de levering van de kuikens vastgelegd en de voorwaarden en toeslagen of kortingen voor kwaliteit. De uitbetaalde prijs van de vleeskuikens is afhankelijk van de marktprijs op het moment van levering. Veel vleeskuikenhouders maken een afspraak om te leveren voor de basiscontractprijs (BCP-prijs) met een toeslag. De BCP wordt wekelijks gepubliceerd. De BCP is een lage basisprijs (in 2013 gemiddeld circa 82 cent per kg levend gewicht), waarop de laatste jaren toeslagen worden uitbetaald van 10 tot 15 cent per kg. Enkele slachterijen hebben hun eigen prijsnotering die ze uitsluitend naar de eigen leveranciers communiceren (Plukon) of wekelijks publiek maken (GPS en van Ee). Ook op de laatst genoemde noteringen worden relatief hoge toeslagen betaald.

Voor de Nederlandse slachterijen is de afzet naar de Nederlandse supermarkt maar van beperkt belang, meer dan 75% van de invoer en binnenlandse productie wordt geëxporteerd (zie figuur 4.14). Een belangrijk deel van de producten gaat naar de verwerkende industrie en naar QSR (quick service restaurants) en het pootvlees wordt grotendeels geëxporteerd. De prijzen op al deze markten hebben invloed op de uitbetalingsprijs voor de pluimveehouders. Een supermarkt kan meerdere leverende slachterijen hebben (die op hun beurt ook aan meerdere andere klanten leveren). Met de supermarkten worden 1 tot 2-jaar contracten afgesproken. Een leveringscontract komt tot stand via een tendertraject. In het contract worden ook afspraken gemaakt voor de prijs, waarbij het mogelijk is dat de BCP prijs (als inkoopprijs van de pluimveehouder) een onderdeel is. Hiervoor wordt dan periodiek (meestal elke 4 weken) de verkoopprijs gecorrigeerd. Er zijn geen openbare prijsnoteringen van producten af slachterij. De consumentenprijzen worden verzameld door onderzoeksbureaus zoals Gfk. In het verleden werden deze prijzen gepubliceerd door de Productschappen. Zo was in 2012 de gemiddelde consumentenprijs van kipfilet 6,32 euro per kg.

Een vleeskuiken wordt gehouden tot het een levend gewicht bereikt van circa 2.5 kg. Dit kuiken wordt geslacht en vervolgens opgedeeld in filet, poot/dij, vleugels en rest karkas. Het geslachte karkas heeft een gewicht van circa 1750 gram (aanhoudingspercentage is 70%). Dit karkas bevat circa 450 gram kipfilet, 650 gram dij + drum, 170 gram vleugel en ruim 500 gram rest. Prijzen per kg voor kipfilet, dij en drum, vleugels en rest variëren sterk.

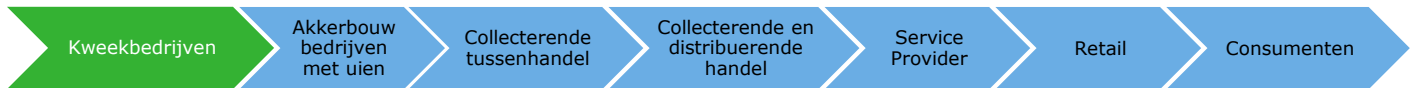
## **4.9 Uien**

### *Ketenstructuur*

In de keten voor verse uien worden een drietal schakels doorlopen: productie, groothandel en detailhandel. In de uienhandel wordt onderscheid gemaakt tussen diverse producten zoals industrie-uien, zilveruitjes, eerstejaars plantuien en consumptie-uien. Consumptie-uien worden wereldwijd geëxporteerd, naar circa 120 landen met een exportwaarde van circa € 300 miljoen (volume: 1 tot 1.3 miljoen ton uien; zie figuur 4.17). De eerstejaars plantuiensector is de toeleverancier voor de consumptie-uien. De eerstejaars plantuien worden vroeg gezaaid en zeer vroeg geoogst, waarna zij deels worden geëxporteerd en deels gebruikt worden voor de teelt van consumptie-uien. Het grootste deel van de consumptie-uien is echter zaai-ui, dat vanaf zaad wordt geteeld en wat later in het seizoen oogstrijp is dan de plant-ui. Naast de zogenaamde gele uien, die het merendeel van deze productgroep uitmaken, zijn er nog rode uien en sjalotten. Uien worden tot de 'kleine akkerbouwgewassen' gerekend, maar opvallend is dat het areaal zaai-uien in de afgelopen decennia van circa 10.000 ha in 1975 naar 26.100 ha in 2013 is gestegen. Ook is het aantal akkerbouwbedrijven gestegen dat uien teelt. Voor een gezonde vruchtwisseling mag een keer per acht jaar uien geteeld worden op dezelfde grond. Het telen van uien gaat met grote prijsrisico's gepaard (zie verderop).

De Nederlandse uiensector heeft een relatief hoge opbrengst per hectare en de laagste teelt-, verwerking- en transportkosten ten opzichte van de rest van de wereld. Er zijn ruim 3.500 telers,

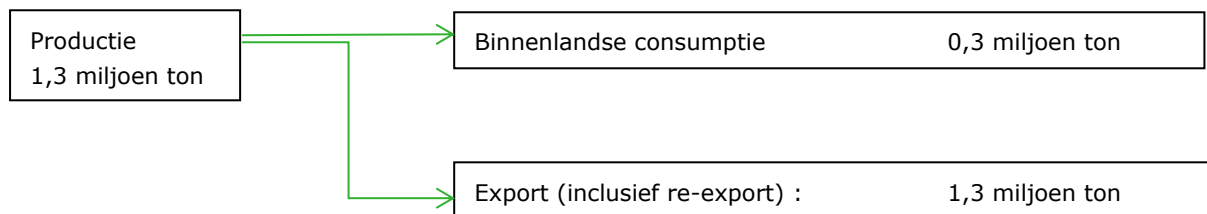
hooguit 50 verpakkers/sorteerders en circa 200 exporteurs. Tussen teler en sorteerder/verpakker of schilbedrijf zit in enkele gevallen nog een commissionair. Sorteerbijbedrijven exporteren zelf of via een exporteur. In figuur 4.16 is de gehele binnenlandse keten geschetst.



	Uien-telers	Tussen-handelaren / Commissionairs	Groothandel en service providers (verpakkers/sorteerders)	Supermarkten en AGF-speciaalzaken 3180 supermarkten, ca. 35 formules, 1150 groentewinkels, 855 markthandel groente en fruit
Aantal	3.500	Niet bekend	< 50	
C4	< 3%	Niet bekend	80-90%	70-80%

**Figuur 4.19** Overzicht van de uienketen (afgeleid van Bunte et al., 2009)

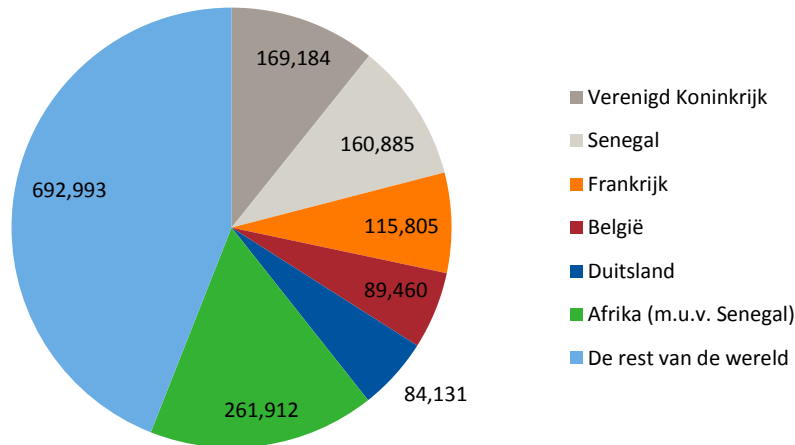
Het grootste gedeelte van de productie (90%) wordt onbewerkt, in balen of los geëxporteerd en een klein deel wordt versneden, voornamelijk voor binnenlands gebruik. Een belangrijk afzetkanaal van gesneden uien (blokjes, ringen) zijn de horeca en de levensmiddelenindustrie. De relatief grote stijging in areaal is te danken aan de goede kwaliteit van het Nederlandse product en de relatief lage prijs. Daarbij zijn de Nederlandse uien goed houdbaar en daarmee ook goed over langere afstanden te transporteren. Door deze combinatie van factoren heeft Nederland een belangrijke exportpositie verkregen in met name Verenigd Koninkrijk, Afrikaanse landen als Senegal, Ivoorkust en Sierra Leone, landen in Azië en Latijns-Amerika en Rusland; overigens heeft de export naar Rusland ook te maken met de door dit land in augustus 2014 ingestelde boycot, wat voor kortere of langere tijd een druk op de prijs kan geven (Bruns en Van den Brink, 2014; Government of the Russian Federation, 2014).



**Figuur 4.20** Distributie van onbewerkte uien



## Nederlands exportvolume van uien en sjalotten in 2013, in ton



**Figuur 4.21** Export van uien en sjalotten in 2013 naar exportland

Ondanks de hoge kg-opbrengsten produceert Nederland met circa 1,3 miljoen ton slechts 2% van de wereldproductie. Nederland valt daarmee net buiten de top-tien van uienproducenten. China (30%) en India voeren deze lijst aan. Nederland heeft een aandeel van 20% in de wereldwijde export en is daarmee na India de grootste uienexporteur van de wereld. Voor gele uien is Nederland al 40 jaar nummer 1. India is Nederland voorbijgestreefd dankzij de sterke positie in rode uien en sjalotten (Bruns en Van den Brink, 2014).

### *Economische situatie*

De economische situatie van de Nederlandse akkerbouwbedrijven is de laatste jaren relatief gunstig. De rentabiliteit in opbrengsten per € 100 kosten bedroeg zowel in 2012 als in 2013 meer dan € 100 (www.Agrimatie.nl). Binnen het palet van geteelde gewassen, waaronder suikerbiet, granen, aardappel, graszaad, koolzaad, akkerbouwmatige groenten en bloembollen, is de bijdrage van uien aan het bedrijfsresultaat per jaar erg verschillend. Dat komt door relatief grote prijsschommelingen bij uien: In 2011, 2012 en 2013 was de opbrengstprijs gemiddeld € 4, € 12 en € 17 per 100 kg.

De uientelers zijn in grote mate afhankelijk van de groothandelaren/sorteerders. Circa 20 van de hooguit 50 bedrijven bepalen de markt. Exporteurs en supermarkten nemen een sterk positie in in de totale keten van uien. De uientelers zijn bovendien sterk afhankelijk van een goede of juist slechte oogst in kwantiteit en kwaliteit. Toch is er een positieve trend voor de uientelers wat betreft opbrengsten en prijzen, zodat van de afgelopen vijf jaren er vier bovengemiddeld goed waren. Ook de exportvooruitzichten zijn goed (Bruns en Van den Brink, 2014).

De opbrengsten voor de uienhandelaren verschillen tijdens het seizoen en tussen jaren door prijsschommelingen. Zij proberen hun risico te spreiden door planning van de inkoop, inkoop tegen verschillende prijzen en bij verschillende sorteringen. Ook wordt momenteel onderzoek gedaan naar de mogelijkheden van een termijnmarkt voor uien (Bruns en Van den Brink, 2014).

### **Prijsvorming**

De prijsvorming van uien staat vanouds bekend als 'cyclisch'. In het verleden wisselden jaren met een hoge, een gemiddelde en een zeer lage prijs elkaar af, globaal in een driejarige cyclus. Het was en is moeilijk te voorspellen in welk jaar de hoge of juist de lage prijs gerealiseerd wordt. Strategische uientelers kozen daarom voor een min of meer vast areaal, met de gedachte dat het gemiddelde saldo over de jaren de moeite waard zou zijn om het gewas een vaste plek in het bouwplan te geven. Met deze strategie dempten zij tevens het 'varkenscyclusseffect'. De laatste jaren lijkt het cyclische karakter van de prijsvorming af te nemen. In 2013 steeg het areaal maar de telersprijzen bleven in het afgelopen jaar hoger dan in het seizoen ervoor (Bruns en Van den Brink, 2014).

---

Voor uien worden wekelijks prijsnoteringen vastgesteld op de beurs van Goes, Emmeloord, Middenmeer en Leeuwarden. Er wordt onderscheid gemaakt in twee sorteringen, te weten: 30% grof en 60% grof. Emmeloord geeft ook een notering voor biologische uien en rode uien. De noteringen worden veelal in de maand juni (einde seizoen) beëindigd en na een onderbreking van 1,5 à 2 maanden weer hervat in de tweede helft van augustus.

---

# 5 Prijsontwikkeling en verband producenten en consumentenprijzen

## 5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk geven wij een grafisch overzicht van de prijsontwikkelingen voor de periode 2011-2013 voor de in deze studie onderzochte producten. Het doel van dit overzicht is om visueel te kunnen nagaan of er sprake is van korte- en langetermijndynamiek in de prijzen en of deze dynamiek op de meerdere niveaus in de keten aan elkaar gerelateerd is (paragraaf 5.2). Daarnaast wordt een globaal overzicht van de waardeopbouw per ketenschakel voor elk consumentenproduct weergegeven: de verdeling van de consumenteneuro over de diverse schakels. Het doel is om voor ieder consumentenproduct vast te stellen wat het belang is van iedere schakel voor de waarde-toevoeging aan dat product (paragraaf 5.3). Voorts zijn de kosten, verlies en winst per ketenschakel zijn weergegeven met het doel inzicht te geven in de gemiddelde margeopbouw van bedrijven waarvan de economische kernactiviteiten gerelateerd zijn aan de waarde-toevoeging aan de voor dit onderzoek gekozen producten (paragraaf 5.4) Ook wordt een formele econometrische analyse uitgevoerd van de relatie tussen de prijzen op de verschillende ketenniveaus (paragraaf 5.5).

### *Verzameling gegevens*

Voor het in kaart brengen van prijsontwikkelingen en brutomarges en het verband tussen producenten- en consumentenprijzen is er gebruik gemaakt van prijsgegevens die verzameld zijn door het LEI en ACM. Het LEI houdt af-boerderij prijsstatistieken bij, waaruit de prijzen af-boerderij voor dit onderzoek zijn verzameld. De ACM heeft zowel de inkoopvolumes en hun waarde verzameld als verkoopvolumes en omzet bij producentenorganisaties in groenten, fruit en coöperaties bij aardappelen en graan, de groothandel, pluimveeslachterijen, de brood- en meelindustrie en de supermarkten (zie tabel 2.1 en bijlage 2). Op basis van deze gegevens zijn in- en verkoopprijzen per volume-eenheid product per week berekend.

Voor het in kaart brengen van ontwikkelingen in de kosten en inkomen uit normale bedrijfsvoering in de primaire sector is gebruik gemaakt van de door het LEI verzamelde gegevens uit het Bedrijveninformatienet. Deze indicator is niet de nettowinst van de onderneming, maar bevat tevens de vergoeding voor de eigen arbeid.

Voor het in kaart brengen van de kosten, verlies en winst per ketenschakel is gebruik gemaakt van kosten, verlies- en winstgegevens van bedrijven. Deze zijn verzameld door de ACM (zie bijlage 2).

Bij verzameling van gegevens door ACM is er uitgegaan van de volumes van producten van Nederlandse bodem en de voorzieningsketen voor deze producten met de in Nederland gevestigde partijen en via de supermarkten tot aan de Nederlandse consument. Vervolgens is er gezocht naar qua volumes grotere aanbieders per schakel. Dit heeft tot gevolg dat er per schakel per product een variabel aantal bedrijven zijn benaderd voor gegevenstoelevering. Voor elk van deze bedrijven is er geen rekening gehouden met hun belang in het totaal van alle bedrijven met alle typen leveranciers en afnemers binnen het segment. Uiteindelijk zijn gegevens van 44 bedrijven gebruikt voor de analyses (zie ook paragraaf 2.1).

Opmerkingen bij prijsgegevensanalyse en econometrische toets:

- Bij het weergeven van de prijsontwikkelingen per schakel in de keten zijn wij in principe uitgegaan van de verzamelde gegevens met betrekking tot producten van Nederlandse bodem. Er zijn echter producten die niet jaar rond beschikbaar zijn: er is sprake van een Nederland- en een buitenlandseizoen (komkommer, paprika, appels, aardappelen, granen en deels voor uien). In het buitenlandseizoen vindt import van deze producten plaats. Bij de econometrische analyses voor deze producten zijn gegevens over zowel buitenlands als Nederlands product gebruikt om tot een

---

complete prijsreeks te komen voor komkommers, paprika en granen. In deze gevallen is het gemiddelde genomen van het binnenlands en buitenlands product gedurende het hele jaar. Voor appels zijn de missende waarden opgevuld door de laatst bekende prijsnotering te gebruiken. Voor aardappelen zijn de inkoopgegevens van de groothandel gebruikt als benadering voor de prijzen van de aardappeltelers. In de weergave van prijsontwikkelingen geven wij de prijsontwikkelingen voor Nederlands product voor primair niveau weer. In de volgende schakels geven we zoveel mogelijk de prijsontwikkelingen in verkopen van het Nederlands product weer (in een aantal gevallen was splitsing niet mogelijk; deze gegevens zijn wel meegenomen).

- Voor appel gaan wij in de econometrische analyse uit dat de prijs in de keten op twee niveaus wordt bepaald: bij de fruitteler en bij de supermarkten. Uit de gegevens die verzameld zijn voor dit onderzoek blijkt dat het overgrote deel van de afzet naar de supermarkten rechtsreeks van de producentenorganisatie komt. Uit dezelfde gegevens blijkt dat de volumes die via een tussenschakel (de groothandel; zie paragraaf 4.6 voor de beschrijving van de appelketen), bij de supermarkten terecht komen relatief klein zijn waardoor hier geen rekening wordt gehouden met de rol van de groothandel in de prijsopbouw in de appelketen. Bij de analyse van prijsontwikkelingen per niveau van de keten kijken we naar het consumentenproduct Elstarappel.
- Bij de weergave van prijsontwikkelingen van pluimveevlees per niveau van de keten kijken we naar producten kipfilet in circa 1 kg verpakking. Voor kipfilet in circa 1 kg verpakking hebben we de verkoopprijzen van slachterijen en supermarkten gebruikt. De prijzen van primaire sector zijn per kilo levend gewicht.
- Bij de analyse van prijsontwikkelingen van brood en tarwegrundstoffen voor brood kijken we naar prijzen van een stuk brood (800 gr) en prijzen van een hoeveelheid tarwegrundstof die voor een stuk brood gebruikt wordt. We gaan hierbij uit dat 1 kg graan gebruikt wordt om 750 gr meel te maken en dat 535 gr meel gebruikt wordt voor een brood van circa 800 gr. We baseren ons hierbij op de gegevens uit de communicatie met bakkerijen voor dit onderzoek en uit openbare informatie op websites.

Opmerkingen bij analyse van brutomarges:

- Bij de analyse van gemiddelde brutomarges van appel voor iedere ketenschakel kijken we naar de hele productgroep appel: appel totaal.
- Bij het berekenen van de brutomarges van pluimveevlees hebben wij ons beperkt tot de weergave van de opbouw van de brutomarges voor ketenschakels voor kipfilet in 1 kg verpakking.

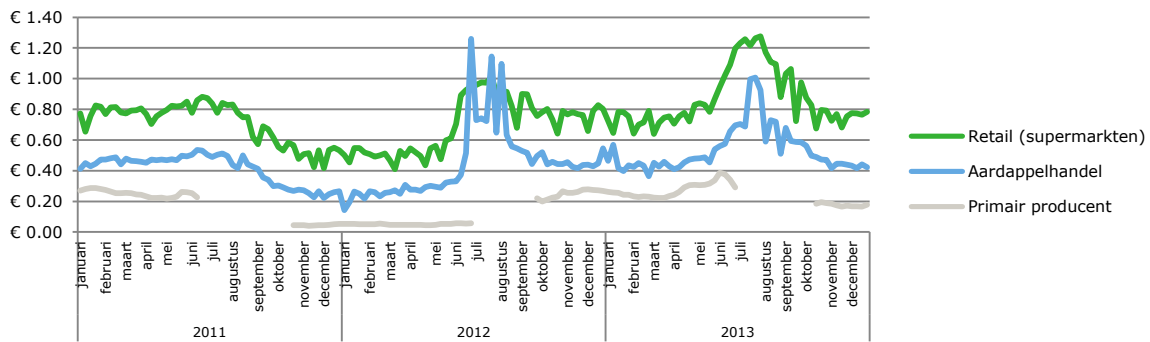
Opmerkingen bij analyse van kosten- en winstverdeling in de ketenschakels:

Voor groothandel graan, pluimveeslachterijen en bakkerijen zullen de verdelingen tussen de kosten en winst niet worden weergegeven indien van minder dan 3 bedrijven bruikbare kosten en winstgegevens zijn aangeleverd. Dit heeft te maken met het risico dat bedrijfsvertrouwelijke gegevens openbaar worden gemaakt.

## 5.2 Prijsontwikkeling

In deze paragraaf zijn prijsontwikkelingen op drie niveaus in kaart gebracht: af-boerderij, af groothandel en af-supermarkt. Het gaat hierbij om de reeksen prijsgegevens die een gemiddelde weekprijs van een product weergeven.

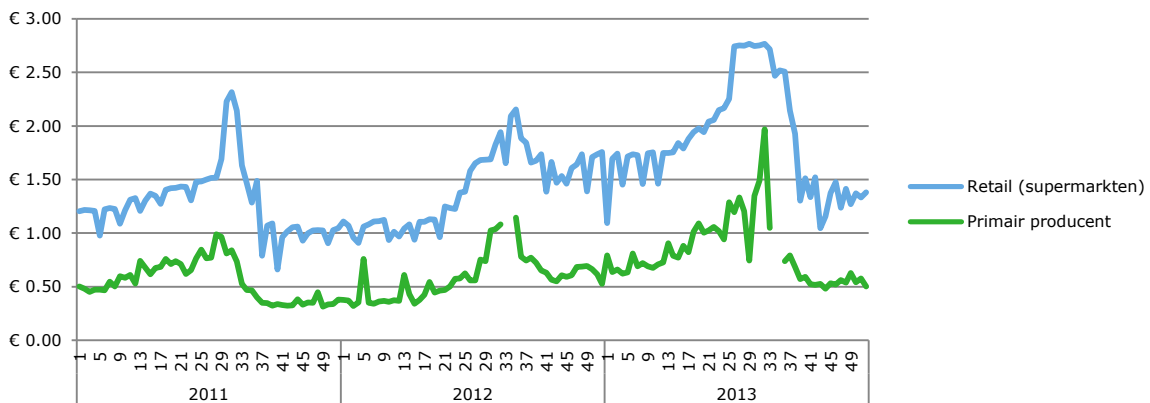
## Aardappel totaal



**Figuur 5.1** Ontwikkeling van de verkoopprijzen van de aardappeltelers (primair producent), de groothandel en de supermarkten voor tafelaardappelen uitgedrukt in euro per kilo.

In figuur 5.1 is een seizoenpatroon van het Nederlandse aanbod van aardappels zichtbaar: in de zomer is er nauwelijks aanbod van aardappels op primair niveau. De gemiddelde weekprijzen in de groothandel volgen de aardappelprijzen op primair niveau gedurende het seizoen. Buiten het Nederlandse aardappelseizoen schiet de prijs van de groothandel omhoog. In deze periode is er sprake van inkoop van duurdere restvoorraden Nederlandse aardappels en aardappelimport. In 2012 is er een aantal scherpe prijsstijgingen geweest buiten het seizoen. Als gevolg van een lagere oogst in 2012 en het feit dat de verwerkende industrie in het begin van het seizoen zeer veel aardappelen heeft verwerkt, liggen de voorraden op een historisch laag niveau. In België liggen ze op het laagste peil sedert 2006-2007. Groot-Brittannië spreekt van voorraden die 18% lager liggen dan vorig jaar en voert grote hoeveelheden aardappelen in uit Noordwest Europa. In de supermarkten zijn deze prijsstijgingen gedempt. De supermarktprijzen volgen het seizoenpatroon. Daarnaast zijn er enkele prijsdalingen zichtbaar als gevolg van actieperiodes.

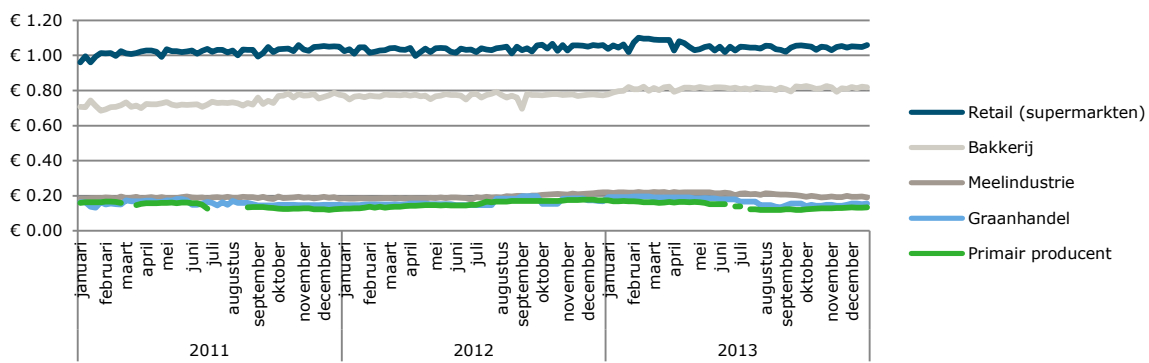
## Elstarappel



**Figuur 5.2** Ontwikkeling van de verkoopprijzen van de appelteilers (primair producent) en de supermarkten voor Elstarappel uitgedrukt in euro's per kilo.

Appels zijn een relatief lang houdbaar fruit. In figuur 5.2 is er een seizoenpatroon van het Nederlandse aanbod appels zichtbaar: na de oogst (zomer) zakken de prijzen. In de periode daarna stijgen ze tot aan de nieuwe oogst. De gemiddelde weekprijzen in de supermarkten volgen de appelprijzen op primair niveau gedurende het seizoen. Daarnaast zijn er enkele prijsdalingen in de supermarkten zichtbaar als gevolg van de actieperiodes, met name vlak na de oogst.

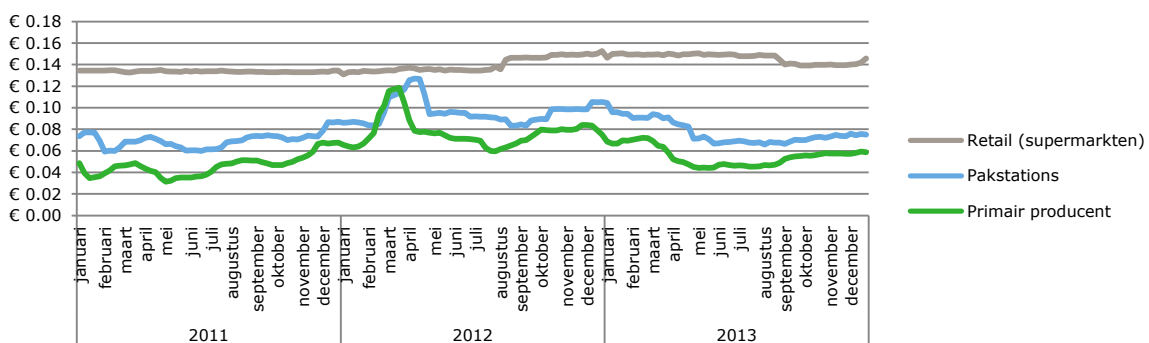
## Brood



**Figuur 5.3** Ontwikkeling van de verkoopprijzen van graanproducenten (primair producent), de graanhandel (groothandel), meelindustrie, bakkerij en supermarkten voor brood en tarwegrondstof uitgedrukt in euro's per stuk brood (800 gr) of in euro's per hoeveelheid tarwegrondstof per stuk brood (800 gr).

Graan is een goed houdbaar product waardoor dat ook buiten het oogstseizoen verhandeld kan worden. Dit is zichtbaar in figuur 5.3 waar gedurende het jaar 2012 op primair niveau continu handel in baktarwe plaatsvindt. De gemiddelde weekprijzen in de primaire sector, graanhandel en meelindustrie volgen elkaar. De verkoopprijzen van de bakkerij evenals de supermarktprijzen stijgen licht in de periode 2011-2013. Deze prijzen hebben een minder vlak verloop dan de gemiddelde prijzen voor tarwegrondstoffen. In deze prijzen worden naast de kosten van de bakkerij c.q. supermarkten ook de kosten van andere broodgrondstoffen (gist, broodverbetermiddel etc.) verdisconteerd.

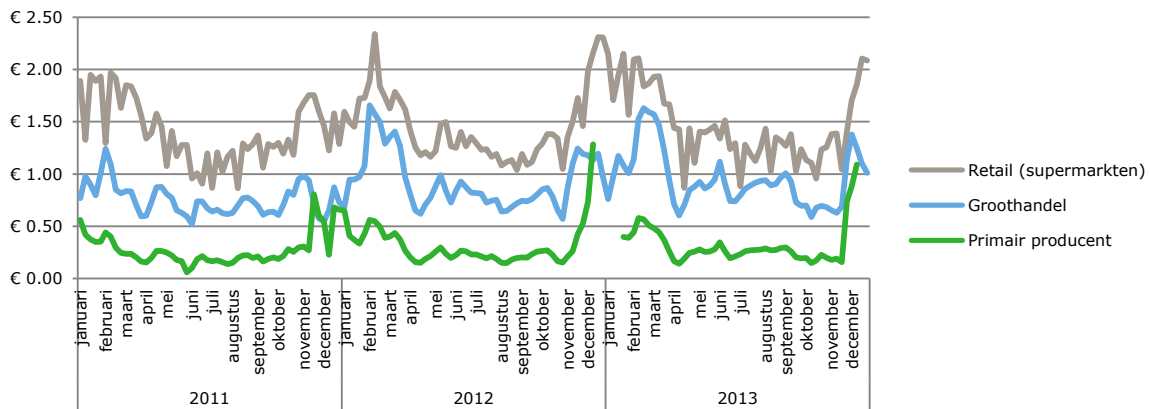
## Eieren



**Figuur 5.4** Ontwikkeling van de verkoopprijzen van de leghennenhouders (primair producent), de pakstations en de supermarkten voor het bruine scharrelei maat M uitgedrukt in euro's per ei

Uit figuur 5.4 blijkt dat de eierprijzen op primair niveau en op het niveau van inpakstation elkaar met een kleine vertraging van 1 of 2 weken volgen. De eiprijzen op het niveau van de supermarkten volgen een veel stabiel patroon en lijken geen direct verband te houden met de eiprijzen in de rest van de keten. Begin 2012 is de prijs van het scharrelei sterk gestegen door het verbod op kooieieren in de Europese Unie en de achterlopende productie van scharreleieren. Deze prijsstijging vindt plaats bij zowel de leghennenhouders als de inpakstations. De supermarkten reageren niet of minimaal een half jaar later op een gedempte wijze : prijsstijging op primair niveau en bij inpakstations met 6 cent per ei en op supermarktniveau met 1 cent per ei. Na een korte periode daalt de verkoopprijs voor leghennenhouders en de inpakstations en stijgt vervolgens tot eind 2012. De prijs in de supermarkten daalt medio 2013 met circa 1 cent per ei. Er zijn geen gebeurtenissen bekend die de prijswijzigingen in de supermarkt verklaren.

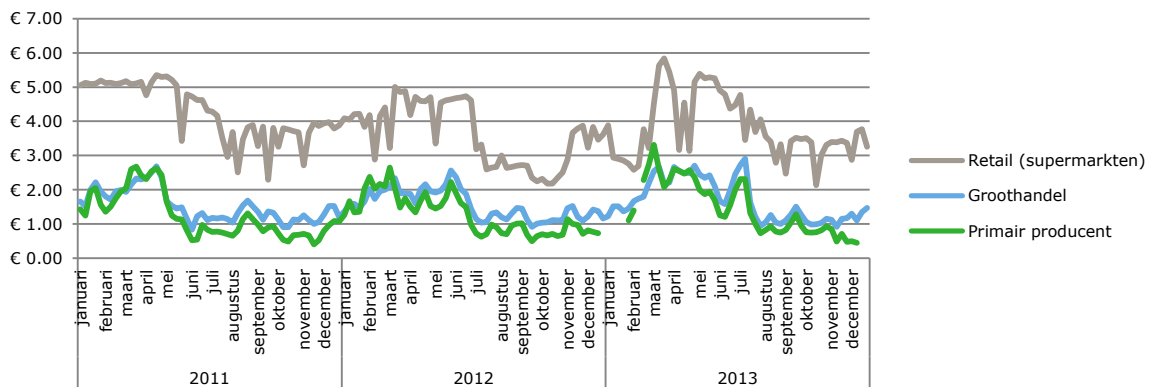
## Komkommer



**Figuur 5.5** Ontwikkeling van de verkoopprijzen van de komkommertelers (primair producent), de groothandel en de supermarkten voor komkommer uitgedrukt in euro's per kilo

In figuur 5.5 is er een duidelijk seizoenpatroon zichtbaar voor de gemiddelde weekprijzen komkommer op primair niveau. Met name in de wintermaanden schieten de prijzen van de Nederlandse komkommers omhoog. In de winterperiodes is er nauwelijks handel. De gemiddelde weekprijzen in de groothandel volgen de prijzen van primair producenten, zij het met enige vertraging. Buiten het seizoen is er in de groothandel sprake van de inkoop van duurdere Nederlandse komkommers en import. De supermarkten volgen de prijzen van de groothandel. Er zijn prijsschommelingen in de actieperiodes van supermarkten zichtbaar.

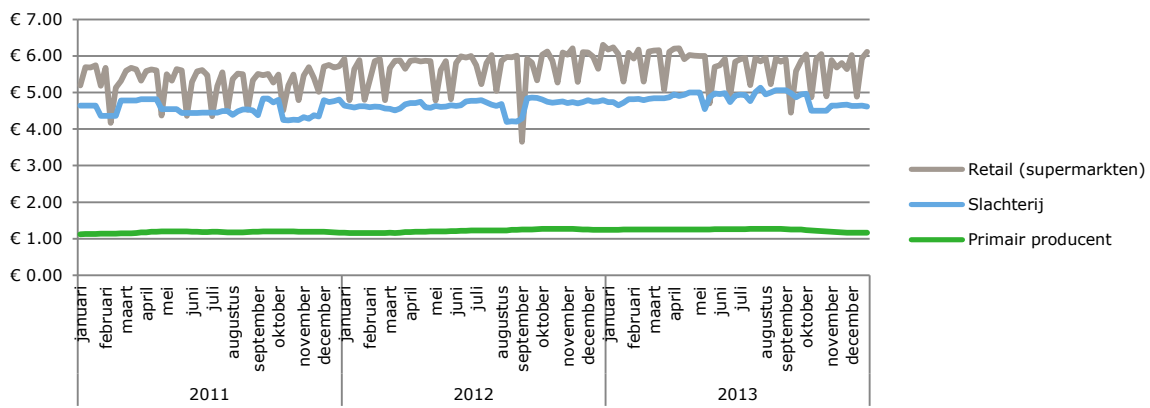
## Paprika



**Figuur 5.6** Ontwikkeling van de verkoopprijzen van de paprikatelers (primair producent), de groothandel en de supermarkten voor paprika uitgedrukt in euro's per kilo

Bij paprika is er een duidelijk seizoenpatroon zichtbaar (figuur 5.6), waarbij de hoogste prijzen voor de Nederlandse paprika op primair niveau buiten het seizoen (winter) het vijfvoudige zijn van de laagste prijzen gedurende het seizoen (zomer) veroorzaakt door het kleine aanbod. In een aantal weken aan het begin van het jaar 2013 vindt er nauwelijks handel plaats. De gemiddelde weekprijzen in de groothandel volgen de prijzen op primair niveau goed. Buiten het seizoen is er in de groothandel sprake van inkoop van dure Nederlandse paprika en duurdere import. De prijzen in de supermarkten hebben eveneens een zichtbaar seizoenpatroon met daarbinnen zichtbare schommelingen door actieperiodes.

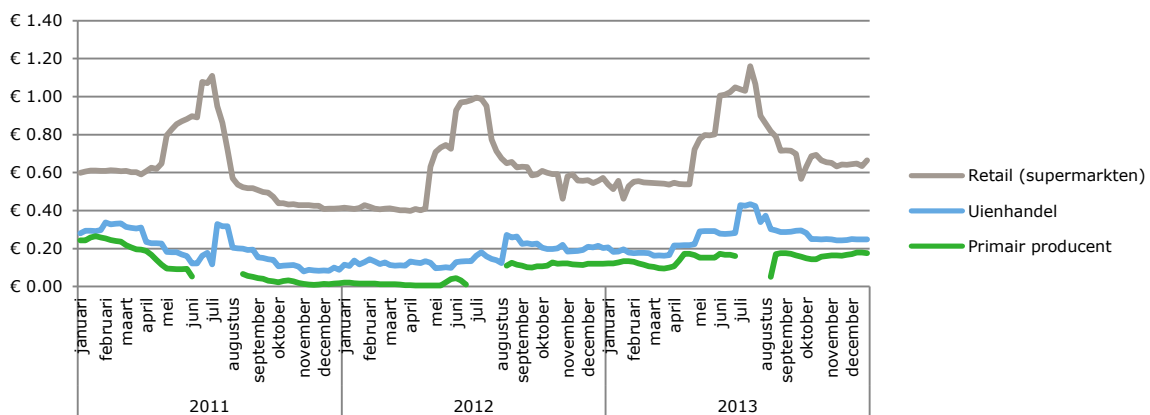
## Kipfilet 1 kg



**Figuur 5.7** Ontwikkeling van de verkoopprijzen van de pluimveehouderij (primair producent), de groothandel en de supermarkten voor kipfilet in circa 1 kg verpakking uitgedrukt in euro's per kilo levend gewicht af pluimveehouder en per kg geslacht gewicht in de rest van de keten.

In figuur 5.7 is zichtbaar dat de gemiddelde weekprijs van de levende kip af-boerderijniveau een relatief vlak verloop heeft. Dit kan verklaard worden door jaarcontracten met slachterijen. Op het niveau van slachterijen is er sprake van schommelingen in verkoopprijzen welke doorgaans ook zichtbaar zijn in het verloop van de winkelprijzen van supermarkten. Hierbij is er is geen sprake van zichtbare seizoensgebonden patronen. Jaarlijks zijn er wel periode te onderscheiden met prijsstijgingen in het voorjaar met een relatief hoog prijsniveau gedurende het BBQ-seizoen waarna de prijs daalt als we de Kerst naderen. Dit verloop is niet zichtbaar in figuur 5.6 In het verloop van de verkoopprijzen van de supermarkten zijn er schommelingen die gerelateerd zijn aan de actieperiodes.

## Uien



**Figuur 5.8** Ontwikkeling van de verkoopprijzen van de uientelers (primair producent), de groothandel en de supermarkten voor uien uitgedrukt in euro's per kilo

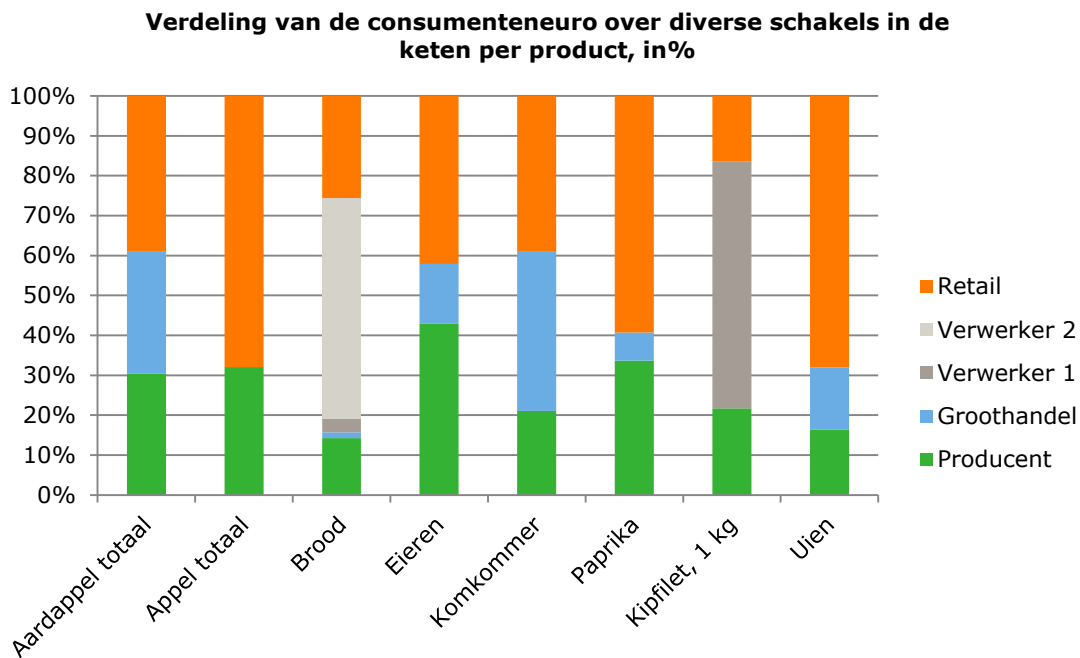
Uit figuur 5.8 blijkt hoe de uienprijzen op primair niveau binnen het jaar zich ontwikkelen en ook dat er in delen van het jaar de handel op primair niveau nagenoeg stilligt. In deze periodes is het aanbod van uien bij primair producenten zeer klein, waardoor de verkoopprijs in uienhandel, weliswaar met enige vertraging, omhoog gaat, en wel met een ruime verdubbeling binnen enkele weken. Buiten het seizoen (mei-augustus) is er in de groothandel sprake van de inkoop van duurdere restvoorraden Nederlandse uien en import. De supermarkten anticiperen op deze prijsverhoging door vooraf hun eigen gemiddelde verkoopprijzen te verhogen. Daarbij is er in de pieken eveneens een verdubbeling zichtbaar ten opzichte van het laagseizoen. De jaarlijkse prijsniveaus lijken elkaar gedurende het



seizoen op alle drie niveaus te volgen. In het seizoen 2011/2012 is de prijs van uien op primair niveau het laagst ten opzichte van andere seizoenen gedurende de periode 2011-2013, waarbij de gemiddelde weekprijzen soms niet boven een halve cent per kilo uitkomen met een seizoen-gemiddelde van 2 cent per kilo. Ter vergelijking: in andere seizoenen in de periode 2011-2013 worden seizoengemiddelden van 12 tot 15 cent per kilo op primair niveau behaald.

### 5.3 Brutomarges per consumentenproduct

In de onderstaande uitwerking is er onderscheid gemaakt tussen bruto- en nettomarges voor een consumentenproduct. Brutomarges kunnen we relatief eenvoudig vaststellen door het verschil in de inkoop- en verkoopprijs te nemen per product. In figuur 5.9 is er per product weergegeven wat de gerealiseerde brutomarges (kosten en winst/-verlies) per ketenschakel zijn. Dit geeft inzicht in het belang van iedere schakel op waarde toevoeging aan het product uitgedrukt in een percentage van de consumentenprijs. Gemiddeld is de brutomarge van alle producten in de supermarkt 41% in de periode 2011-2013.



**Figuur 5.9** Brutomarges per product per ketenschakel in de periode 2011-2013 (marge in percentage van de consumentenprijs voor eieren per stuk, brood per stuk (800 gr), paprika per kilo, komkommer per kilo, uien per kilo, kipfilet circa 1 kg verpakking per kilo, appel totaal per kilo, aardappel totaal per kilo)

Voor *aardappel* geldt dat 39% van de consumenteneuro als brutomarge bij de supermarkten terecht komt, 31% bij de groothandel en 30% bij de akkerbouwer. Tussen 2011 en 2013 is er sprake van verschuivingen van brutomarges tussen de schakels. In de periode 2011-2012 groeit vooral het aandeel van de groothandel (+7%) en in de periode 2012-2013 groeit vooral het aandeel van de akkerbouwer (+6%) en van de supermarkten (+3%) ten koste van de andere schakels.

Voor *appel* geldt dat van de consumenteneuro 68% als brutomarge bij de supermarkten terecht komt en 32% bij de fruittelers. In de periode 2011-2013 zijn de aandelen stabiel, waarbij in 2013 een kleine verschuiving van de brutomarge (3%) van de supermarkten naar de fruitteelt.

---

Voor *brood* geldt dat er in de periode 2011-2013 circa 55% van de consumentenprijs als brutomarge bij de bakkerij terecht komt en 26% bij de supermarkten. De akkerbouwer ontvangt circa 14% van de consumentenprijs, de graanhandel 1% en de maalderijen 3%. Dit is redelijk constant in de periode 2011-2013, het aandeel van de bakkerijen lijkt daarbij iets toe te nemen terwijl het aandeel van de supermarkten iets daalt.

Voor *eieren* geldt dat in de periode 2011-2013 circa 40% van de prijs van het bruine scharrelei maat M bij de primaire producent terecht komt, 20% bij de inpakstations en 40% bij de supermarkten (figuur 5.9). Tussen de jaren is er een grote variatie zichtbaar waarbij vooral de schommeling in de brutomarges van de supermarkten opvallend zijn bijna 50% in 2011 en 2013 en ruim 30% in 2012. Veel van de verkoopprijsschommelingen in eieren bij de leghennenhouders worden door de supermarkten gedempt waardoor de consumentenprijs vrij stabiel blijft.

Voor *komkommer* geldt dat van de consumenteneuro 40% als brutomarge bij de supermarkten terecht komt, 40% bij de groothandel en 20% bij de komkommerteler. In de periode 2011-2013 zijn de aandelen stabiel, waarbij een kleine verschuiving van de brutomarge van de supermarkten naar de groothandel zichtbaar is.

Voor *paprika* geldt van de consumenteneuro bijna 60% bij de supermarkten terecht komt en 34% bij de paprikateler. De groothandel ontvangt circa 7% van de consumentenprijs als brutomarge. In de periode 2011-2013 neemt het aandeel van de supermarkten af van 64 naar 56% en van de primaire producent toe van 29 naar 38%. Het aandeel van de groothandel is stabiel in deze periode.

Voor *kipfilet per circa 1 kilo verpakt* geldt dat de pluimveehouder 22% van de brutomarge naar zich toe trekt, de slachterij (in figuur 5.9: verwerker 1) 62% van de brutomarge en de supermarkten 16% van de brutomarge. In de periode 2011-2013 is dit percentage ongeveer gelijk gebleven voor de pluimveehouder. In 2012 is het aandeel in de brutomarge van de slachterij ruim 2% kleiner geweest dan andere twee jaar.

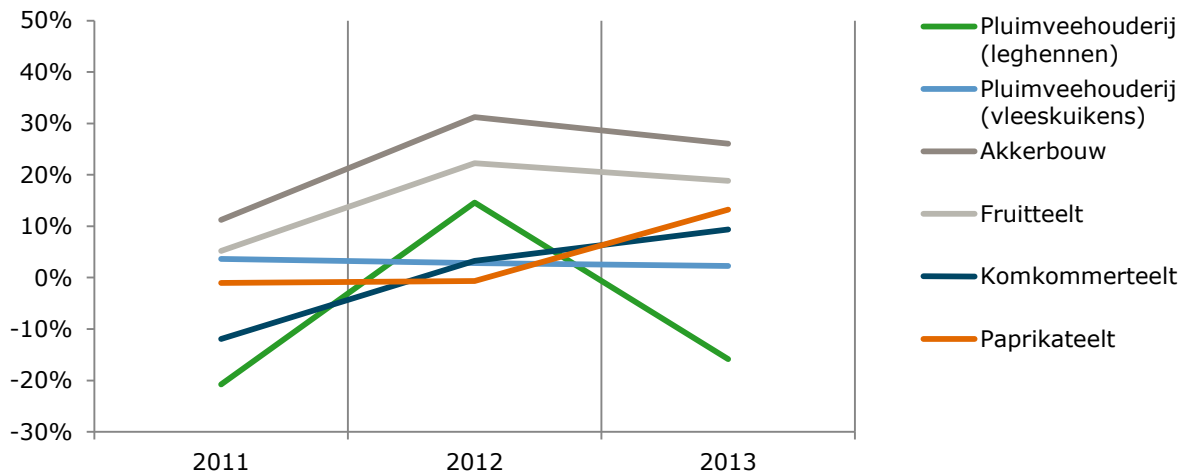
Voor *uien* geldt dat van de consumenteneuro 68% als brutomarge bij de supermarkten terecht komt, 16% bij de groothandel en 16% bij de akkerbouwer. In de periode 2011-2013 schommelen de aandelen sterk. De verkoopprijzen (en dus brutomarges) voor de akkerbouwbedrijven variëren in de periode 2011-2013 van 11 cent per kg in 2011, 6 cent in 2012 tot bijna 15 cent in 2013. De marges in de groothandel in absolute zin stijgen van bijna 9 tot 11 cent per kg. De brutomarges in de supermarkten van 42 tot 45 cent per kg.

## 5.4 Kosten, verlies en winst per ketenschakel

Doordat veel bedrijven niet of nauwelijks in staat zijn de gemaakte kosten (en dus ook eventuele winsten en verliezen) naar producten op te splitsen, worden de nettomarges per schakel in de keten besproken. De verdeling van de brutomarge in toegerekende kosten en nettomarge (= winst of verlies) per product is voor veel schakels in de productketen niet mogelijk omdat de financiële administraties hier niet op ingericht zijn. Dit betekent bijvoorbeeld dat een supermarkt wel weet hoeveel personeelskosten ze maken in het totaal per kostenplaats (winkelmedewerkers, personeel hoofdkantoor) maar niet weet hoeveel personeelskosten per product uien of eieren gemaakt worden. Alle percentages zijn uitgedrukt in de totale omzet van de betreffende schakel. Dit in tegenstelling tot de vorige paragraaf, waar alles uitgedrukt was in consumenteneuro's.

## Primaire sector

**Inkomen uit de normale bedrijfsvoering (2011-2013) voor de primaire sector, % van de omzet**



**Figuur 5.10** Kosten en inkomen uit normale bedrijfsvoering (nettomarge) voor primaire bedrijven per jaar voor de periode 2011-2013 (de producten ui, aardappel en graan worden op akkerbouwbedrijven geproduceerd in een vruchtwisseling).

In figuur 5.10 zijn kosten en inkomen uit normale bedrijfsvoering (nettomarge) voor primaire bedrijven per jaar voor de periode 2011-2013 weergegeven.

De *pluimveehouderij (leghennen)* laat een gemengd beeld zien van de dekking van kosten door omzet. In 2012 bedroegen de kosten 85% van de omzet, waardoor de pluimveehouders gemiddeld 15% van de omzet als inkomen uit bedrijfsvoering naar zich toe konden trekken. In het jaar daarvoor (2011) en daarna (2013) overstegen de kosten de opbrengsten, waardoor er sprake was van een negatief inkomen (-21% en -16%).

De *pluimveehouderij (legkuikens)* laat een stabiel beeld zien in het aandeel van kosten en inkomsten uit normale bedrijfsvoering ten opzichte van de omzet. Deze sector trekt in de periode 2011-2013 jaarlijks 2% tot 4% van de omzet als inkomen uit normale bedrijfsvoering naar zich toe.

In de *akkerbouw* is in de periode 2011-2013 een flink deel van de omzet aan het inkomen uit normale bedrijfsvoering toegerekend: 11% in 2011, 31% in 2012 en 26% in 2013. Van de in dit onderzoek bestudeerde sectoren is de akkerbouw in staat gebleken om in de periode 2011-2013 het grootste aandeel van de omzet als inkomen uit normale bedrijfsvoering naar zich toe te trekken.

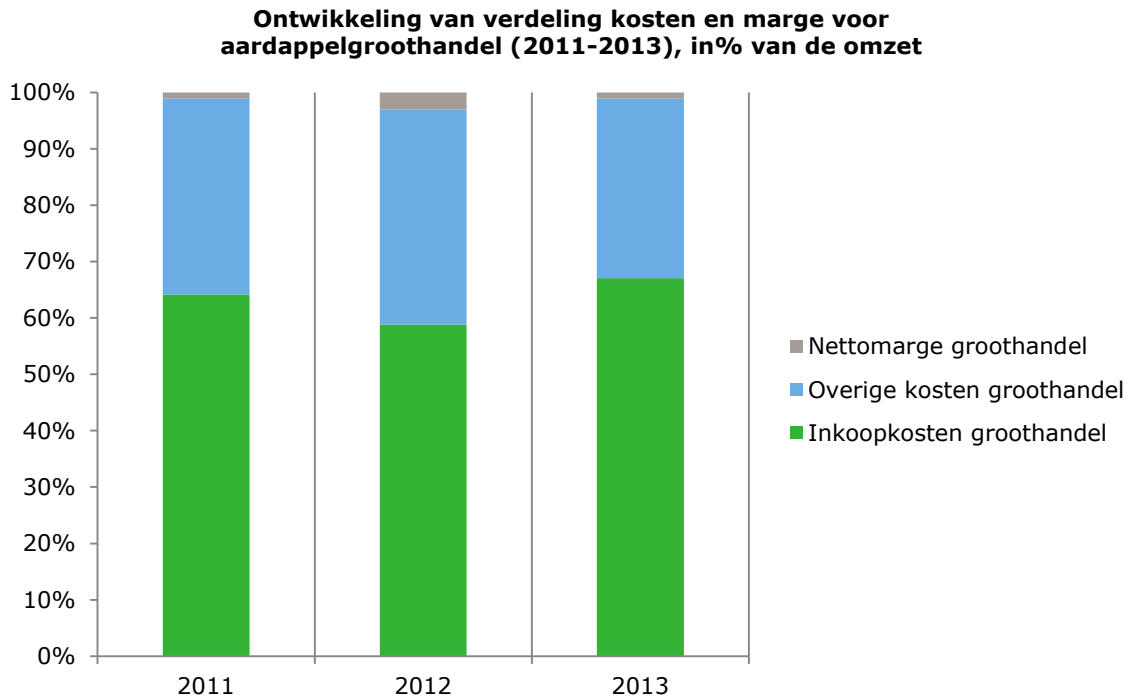
De *fruitteelt* laat in de periode 2011-2013 eveneens een structureel positief inkomen uit normale bedrijfsvoering zien met een groei van 5% van de omzet in 2011 naar 22% van de omzet in 2012 en 19% van de omzet in 2013.

In de *paprikateelt* is er in de eerste twee jaren van de periode 2011-2013 sprake van een negatief inkomen uit bedrijfsvoering: -1% per jaar. In 2013 herstelt de sector zich door 13% van de omzet naar zich toe te trekken als inkomen uit normale bedrijfsvoering.

De *komkommerteelt* laat een gemengd beeld zien van de dekking van de kosten. In 2011 is sprake van een negatief inkomen uit normale bedrijfsvoering: -12%. In het jaar 2012 is het inkomen met 3% positief. In 2013 groeit het inkomen uit normale bedrijfsvoering in de komkommerteelt naar 9% per jaar.

## Groothandel

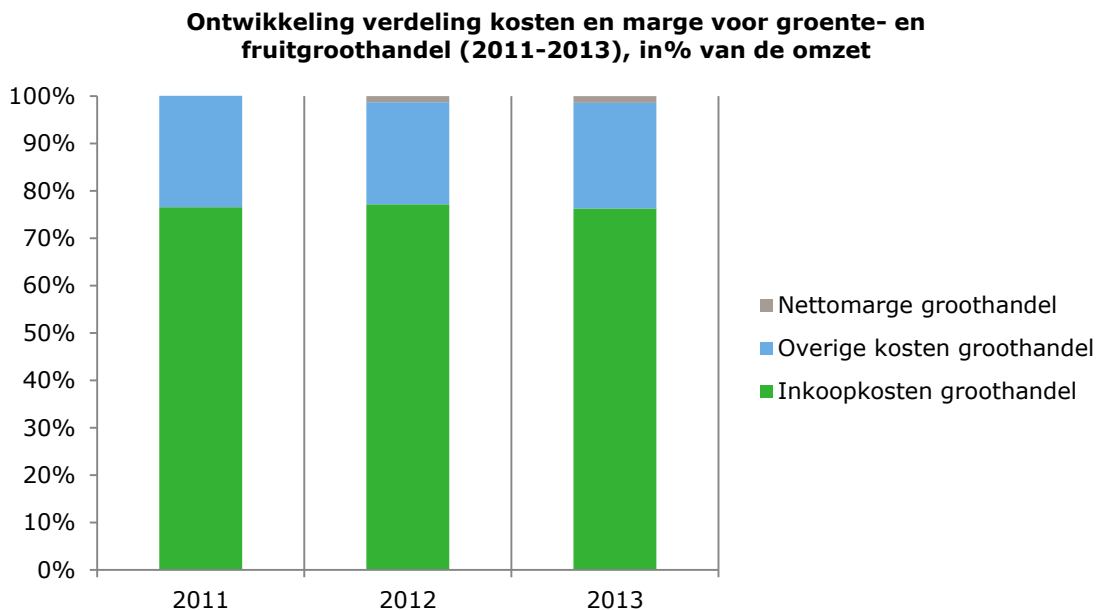
### Groothandel aardappel



**Figuur 5.11** Kosten en nettomarge voor groothandel aardappel per jaar voor de periode 2011-2013.

In de *groothandel aardappelen* wordt in de periode 2011-2013 jaarlijks circa twee derde van de omzet aan de inkoopkosten voor basisproduct (aardappelen) toegerekend (figuur 5.11). De nettomarge varieert in deze periode tussen 1% en 3%. In het jaar 2012 was het aandeel van de kosten in omzet het hoogst: 38%.

## Groothandel groente en fruit

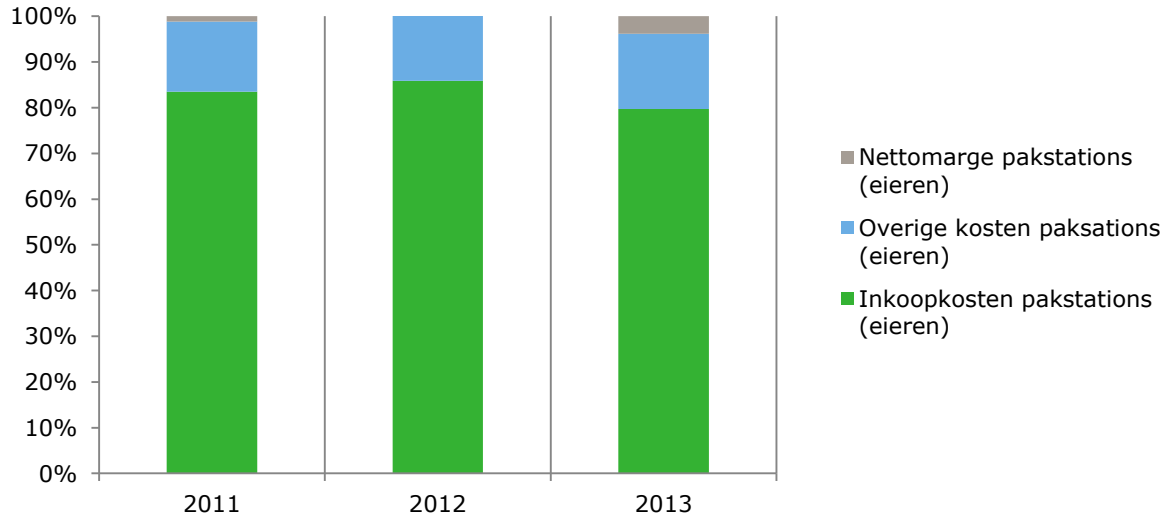


**Figuur 5.12** Kosten en nettomarge voor groothandel groente en fruit per jaar voor de periode 2011-2013.

De *groothandel groente en fruit* laat in de periode 2011-2013 een gemengd beeld van winstgevendheid zien (figuur 5.12). In 2011 was er sprake van een verlies van kleine 1%. In zowel 2012 als 2013 is er sprake van ruim 1% winst in deze sector. Ruim driekwart van de omzet wordt in de groothandel toegerekend aan de inkoopkosten voor basisproducten. De producten paprika, komkommer en appel worden in dit type groothandel verhandeld en maken vaak deel uit van een breder assortiment groente en fruit. De inkoopkosten hebben betrekking op dit brede assortiment groente en fruit.

### Pakstations (eieren)

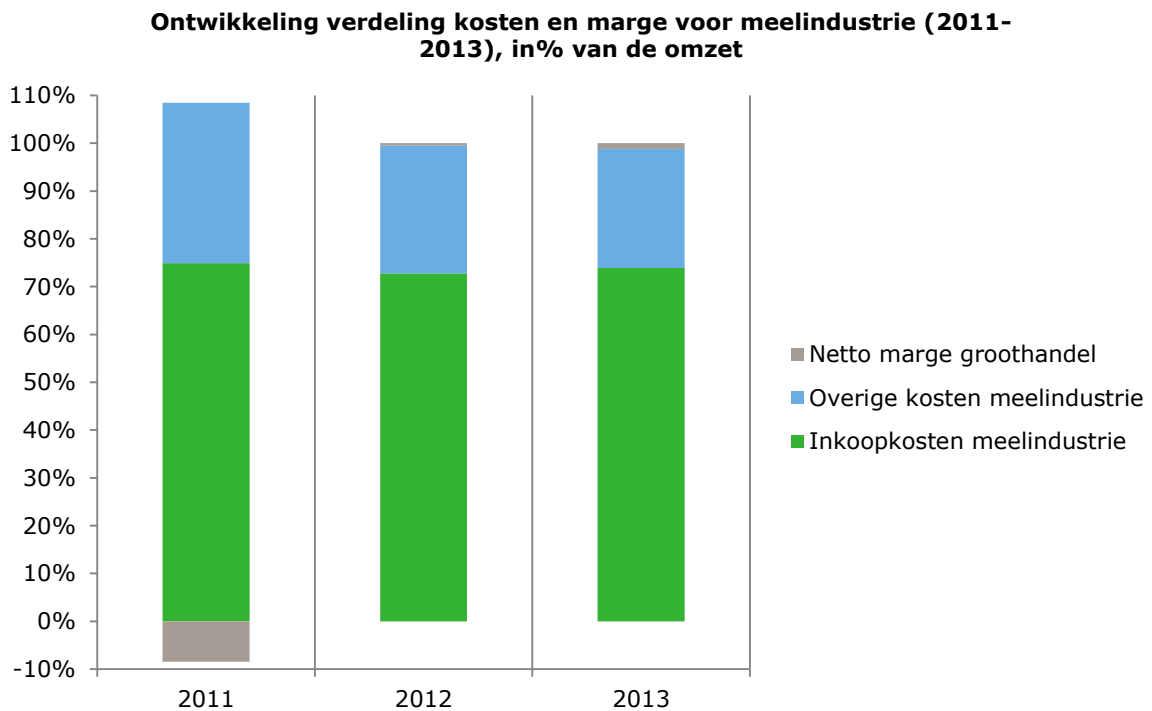
**Ontwikkeling van verdeling kosten en marge voor pakstations (eieren) (2011-2013), in% van de omzet**



**Figuur 5.13** Kosten en nettomarge voor pakstations (eieren) per jaar voor de periode 2011-2013.

De *pakstations eieren* laten een stabiel beeld van het aandeel van de door hen gemaakte overige kosten zien: tussen 14% en 16% (figuur 5.13). De winst was in 2011 1% van de omzet; in 2012 was er sprake van een break-evensituatie; in 2013 was de winst 4% van de omzet. De inkoop van het basisproduct eieren bedraagt 80-86% van de omzet.

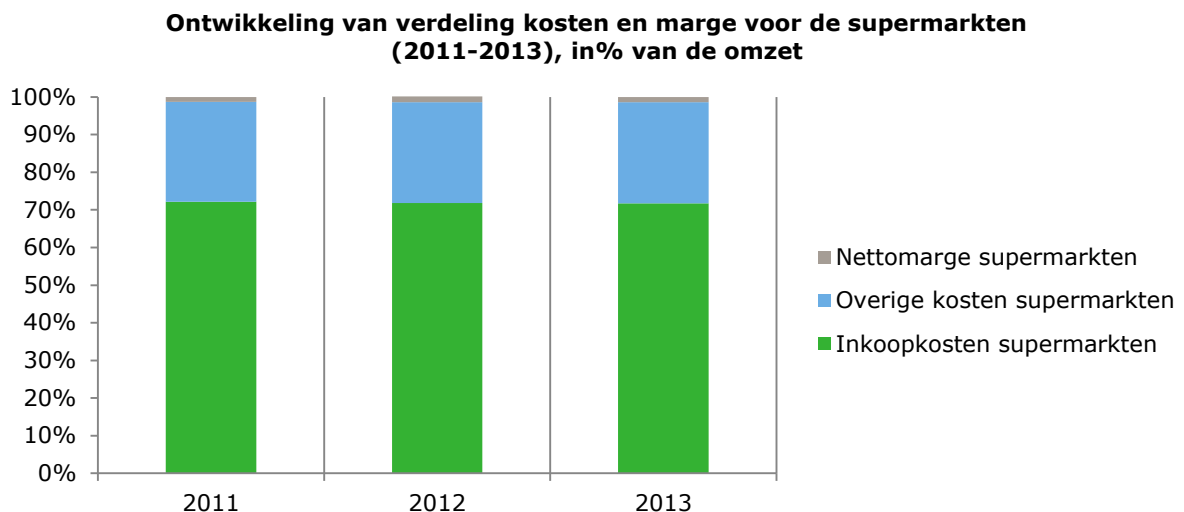
**Verwerkende industrie**  
**Meelindustrie (verwerker 1)**



**Figuur 5.14** Kosten en nettomarge voor de meelindustrie per jaar voor de periode 2011-2013.

In de periode 2011-2013 dekt circa een derde van de omzet in de meelindustrie de inkoopkosten voor graan (figuur 5.14). Het jaar 2011 is verliesgevend: nettomarge in de meelindustrie bedroeg -8%. In de jaren 2012 en 2013 is een winst van 1% behaald.

**Supermarkten**



**Figuur 5.15** Kosten en nettomarge voor de supermarkten per jaar voor de periode 2011-2013.

In de periode 2011-2013 laat de supermarkten een stabiel resultaat van 1-2% winst zien (figuur 5.15). Daarbij is het aandeel van de inkoop- en overige kosten ten opzichte van de omzet eveneens stabiel: 72% voor de inkoopkosten en 27% voor de overige kosten. De supermarkten

verhandelen alle producten die bestudeerd zijn in dit onderzoek. De inkoopkosten hebben hierbij betrekking op alle producten die de supermarkten verhandelen, dus ook overige voedingsmiddelen en non-food.

## 5.5 Verband tussen prijzen in de keten

In deze paragraaf zijn per product een serie econometrische analyses uitgevoerd om bepaalde verbanden te toetsen (zie ook paragraaf 2.2 voor de methodiek). De specifieke econometrische modellen zijn in een aparte bijlage samengebracht en niet aan deze publicatie toegevoegd. Per product zijn maximaal acht stappen uitgevoerd.

### *Tafelaardappelen*

Visueel lijken de verschillende prijsreeksen niet stationair wat betekent dat ze na een prijsschok niet altijd terugkeren op het basisniveau. Daarnaast lijkt de aardappelprijzen af boerderij, in de groothandel en in de supermarkt een sterk onderling verband (lees samenhang ) te vertonen.

De statistische toetsen geven aan dat alle prijsreeksen niet stationair zijn en dat de prijs na een schok niet altijd terugkeert naar het basisniveau. De prijsreeksen hebben statistisch een samenhang.

Tabel 5.1

*Langetermijneffect (in euro's) van de prijsschok in een bepaalde prijsreeks op producenten-, en consumentenprijzen van tafelaardappel en de termijn na de schok waarin het langetermijnevenwicht weer optreedt.*

Reactie van	Producentenprijzen	Groothandelsprijzen	Consumentenprijzen
Schok van 1 euro			
Producentenprijzen	0	0	0
Groothandelsprijzen	0	0	0
Consumentenprijzen	0,20	0,40	0,80
<b>Overgang naar LT effect na .. weken bij schok van</b>			
Producentenprijzen	15 weken	15 weken	15 weken
Groothandelsprijzen	10 weken	10 weken	10 weken
Consumentenprijzen	20-25 weken	20-25 weken	20-25 weken

Een schok in de producenten en groothandelsprijzen heeft op de lange termijn geen enkel prijseffect op de prijs in de keten. Een schok in consumentenprijs van een euro heeft een blijvend langetermijneffect van respectievelijk 80, 40 en 20 eurocent op respectievelijk de consumentenprijs, de groothandelsprijs en de producentenprijs. De langetermijnrelaties in deze ketens zijn:

- $P_w = 0,17 + 1,04 P_p$  ( $P_w$  =prijs aardappel groothandel en  $P_p$  = prijs aardappelteler; beide in euro's per kg)
- $P_r = 0,36 + 0,86 P_w$  ( $P_r$  =prijs aardappel supermarkt en  $P_w$  = prijs aardappel groothandel; beide in euro's per kg)

Voor producenten geldt dat negatieve prijsafwijkingen langer afwijken van de langetermijnevenwichtsprijs dan de positieve prijsafwijking. Dit is een zwak verband dat in het nadeel is van de akkerbouwer en in het voordeel van de groothandel. Voor groothandel en supermarkten geldt dat er geen asymmetrie in de prijsafwijking gevonden is. Supermarkt en de groothandelprijzen hebben een sterke relatie binnen dezelfde week (onmiddellijk effect).

### *Conclusies:*

- De producenten en groothandel hebben een langetermijnprijsrelatie bij tafelaardappelen.
- De groothandel en supermarkten hebben een langetermijnprijsrelatie bij tafelaardappelen.
- De prijsafwijkingen bij de producenten is asymmetrisch en zodanig dat het in het nadeel werkt van de akkerbouwer en in het voordeel van de groothandel.

### Elstarappel

Voor dit onderzoek is gekozen voor de korte keten tussen een producentenorganisatie en de supermarkten. Hiervoor hadden we alleen een doorlopende reeks prijzen voor het ras Elstar. In werkelijkheid wordt ook rechtstreeks door producentenorganisaties aan de supermarkten geleverd. De prijzen van Elstar bij producentenorganisatie en de prijzen in de supermarkten lijken elkaar te volgen waarbij prijsschokken het langetermijnniveau beïnvloeden. De prijzen keren niet altijd terug naar het basisniveau. Beide prijsreeksen van Elstar zijn niet stationair. De prijsreeks van Elstar op producentenniveau en in de supermarkt hangen met elkaar samen.

Tabel 5.2

*Langetermijneffect (in euro's) van de prijsschok in een bepaalde prijsreeks op producenten-, en consumentenprijzen van Elstarappel en de termijn na de schok waarin het langetermijnevenwicht weer optreedt.*

Reactie van	Producentenprijzen		Consumentenprijzen
Schok van 1 euro			
Producentenprijzen	0,65		1,20
Consumentenprijzen	0,25		0,40
<b>Overgang in LT na .. weken bij schok van...</b>			
Producentenprijzen	5 weken	0	5 weken
Groothandelsprijzen	0	0	0
Consumentenprijzen	5 weken	0	5 weken

Een prijsschok van 1 euro op zowel producentenniveau als op supermarktniveau heeft een blijvende prijsverhoging van respectievelijk 0,65 en 0,25 euro tot gevolg op de producentenprijzen en respectievelijk 1,2 en 0,4 op de consumentenprijzen. Het langetermijneffect treedt in alle gevallen na circa 5 weken op.

De relatie tussen de prijs van Elstar op producentenniveau en de prijs in de supermarkt is als volgt:

- $Pr = 0.54 + 1.47 Pp$  ( $Pw$  = prijs Elstarsupermarkt en  $Pp$  = prijs Elstarfruitteler; beide in euro's per kg)

Zowel voor de producenten als voor de supermarkten zijn geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden.

### Conclusies

- De producenten en retailers hebben een langetermijnrelatie voor de Elstarprijzen
- Er is geen empirische bewijslast gevonden voor een asymmetrische prijsaanpassing van de supermarkt en van de producentenorganisatie.

### Brood

Visueel lijken de verschillende prijsreeksen voor graan, graanhandelaren en maalderijen een dynamisch patroon te hebben, wat betekent dat ze na een prijsschok niet altijd terugkeren op het basisniveau. Wel hebben de prijsreeksen een vergelijkbaar patroon. De verkoopprijzen van bakkerijen en supermarkten lijken een eigen patroon te volgen. Er is een uitbijter in de verkoopprijzen af bakkerij waar geen verklaring voor is. De opname van een dummy geeft geen verandering in de uitkomsten.

De uitkomsten van de statistische toetsen geven aan dat alle prijspatronen dynamisch zijn met uitzondering van de prijzen in de supermarkten. Deze worden als stationair betiteld wat betekent dat de prijzen na een prijsschok terugkeren op het basisniveau.

Uit de analyse blijkt verder dat de producentenprijs niets toevoegt aan de verklaring voor de keten van graan tot brood. Omgekeerd geeft de prijs in de graanhandel een verklaring voor de



producentenprijs wat een gevolg kan zijn van het feit dat graan een commodity is waardoor de prijs voor de producent eigenlijk op wereldmarkt tot stand komt.

De volgende relaties tussen prijzen in de graanketen zijn geschat:

- $P_w = 0,07 + 0,89 P_f - 0,22 P_b$  ( $P_w$  =prijs graanhandel;  $P_f$ = prijs maalderij;  $P_b$  = verkoopprijs bakkerij; prijzen graan en meel in euro's per kg ; prijs bakkerij is per brood)
- $P_f = 0,002 + 0,53 P_w + 0,32 P_b$  ( $P_w$  =prijs graanhandel;  $P_f$ = prijs maalderij;  $P_b$  = verkoopprijs bakkerij; meel en graan in euro's per kg)
- $P_b = 0,41 - 0,54 P_w + 1,28 P_f$  ( $P_w$  =prijs graanhandel;  $P_f$ = prijs maalderij;  $P_b$  = verkoopprijs bakkerij; beide in euro's per kg, prijs bakkerij is per brood)
- $P_p = 0,05 + 0,68 P_w$  ( $P_p$  = proxy voor producentenprijs;  $P_w$  =prijs graanhandel; beide in euro's per kg)

De supermarkt vertoont een stationair patroon en is daarom in deze analyse niet meegenomen.

Tabel 5.3

*Langetermijneffect (in eurocenten) van de prijsschok in een bepaalde prijsreeks op producenten-, groothandels-, bakkers- en consumentenprijzen van brood en de termijn na de schok waarin het langetermijnevenwicht weer optreedt.*

Reactie van	Graanhandel prijzen	Maalderijprijzen	Bakkerijprijzen	Consumentenprijzen
Schok van 1 euro				
Graanhandelprijzen	0,40	0,25	0	0
Maalderijprijzen	0	0,40	0	0
Bakkerijprijzen	0	0	0,40	0
Consumentenprijzen	0	0	0	0
Overgang in LT na .. weken bij schok van				
Graanhandelprijzen	7 weken	7 weken	7 weken	7 weken
Maalderijprijzen	10 weken	10 weken	10 weken	10 weken
Bakkerijprijzen	5 weken	5 weken	5 weken	5 weken
Consumentenprijzen	20 weken	25 weken	10 weken	3 weken

Een schok van de verkoopprijzen met een euro op niveau van graanhandel, maalderij en bakkerij hebben een blijvend effect van circa 40 eurocent op de eigen prijzen. De schok in de graanhandelsprijs heeft ook een blijvend effect op de verkoopprijzen in de maalderij van 25 eurocent. Prijsschokken in de supermarkt hebben geen enkel blijvend effect. De kortetermijneffecten zijn tussen de 5 en 10 weken uitgewerkt.

Voor de prijzen van de graanhandel en bakkerij is er geen sprake van prijsasymmetrie. Positieve en negatieve afwijkingen van de langetermijntrend herstellen zich even snel. Bij prijzen op maalderijniveau is een zwak verband (10% significant) qua asymmetrie. Positieve prijzen herstellen sneller dan de negatieve prijzen wat in het nadeel is van de maalderij en in het voordeel van de bakkerij. Bij een voor de producentenprijzen positieve afwijking van de langetermijnevenwichtsprijs duurt het langer voordat de prijzen weer in evenwicht zijn ten opzichte van een negatieve afwijking. Dit is in het voordeel van de producenten en in het nadeel van de graanhandel.

Conclusies:

- De keten van graan tot brood lijkt uit twee ketens te bestaan: een omtrent de relatie tussen producenten en graanhandelaren en een andere tussen graanhandelaren, maalderijen en bakkers;
- De beweging in de prijzen van de supermarkten is als enige stationair op lange termijn.
- Bij een voor de meelprijzen negatieve afwijking van de langetermijnevenwichtsprijs duurt het langer voordat de prijzen weer in evenwicht zijn ten opzichte van een positieve afwijking. Dit is in het nadeel van de maalderij en in het voordeel van de bakkerij.
- Bij een voor de producentenprijzen positieve afwijking van de langetermijnevenwichtsprijs duurt het langer voordat de prijzen weer in evenwicht zijn ten opzichte van een negatieve afwijking. Dit is in het voordeel van de producenten en in het nadeel van de graanhandel.

### Eieren scharrelei maat M

Prijzen in alle niveaus in de keten vertonen een instabiel, niet stationair karakter. Daarnaast lijken de prijzen die de leghennenhouders ontvangen een sterk verband te houden met de verkoopprijzen die eipakstations realiseren. De brutomarges in de supermarkten variëren sterk in de tijd. Het lijkt erop dat de supermarkten een sterk dempende werking hebben op de eiprijzen in de periode 2011-2013. Het is niet geheel duidelijk of er geen verband is tussen de prijzen in de supermarkt en de prijzen van de eipakstations of dat prijzen met een grote vertraging (maanden) aangepast worden.

Voor eieren geldt dat uit de visuele inspectie blijkt dat de prijsreeksen geen stationair karakter hebben.

De prijzen af leghennenhouderij en de prijzen af eipakstation hebben een sterke samenhang met elkaar. Uit tabel 5.4 blijkt dat een prijsschok van 1 cent een langetermijneffect heeft van 1,5 cent op de prijzen van producenten en van de eipakstations, de consumentenprijzen reageren niet. Dit lange termijn evenwicht is na 20 weken bereikt. Schokken in de prijzen in de rest van keten brengen alleen een reactie in de eigen prijsreeks teweeg. Het langetermijneffect van 1 cent prijsschok bij de eipakstations is nihil en bij de consument 1,1 cent. Dit evenwicht is na respectievelijk 3 en 10 weken bereikt.

Tabel 5.4

*Langetermijneffect (in euro's) van de prijsschok in een bepaalde prijsreeks op producenten-, groothandels en consumentenprijzen van eieren en de termijn na de schok waarin het langetermijnevenwicht weer optreedt.*

Reactie van	Producentenprijzen	Groothandelsprijzen	Consumentenprijzen
Schok van 1 euro			
Producentenprijzen	1,5	1,5	0
Groothandelsprijzen	0	0	0
consumentenprijzen	0	0	1,1
Overgang naar LT effect na .. weken bij schok van			
Producentenprijzen	20 weken	20 weken	-
Groothandelsprijzen	-	3 weken	-
consumentenprijzen	-	-	10 weken

Langetermijnverband wat berekend is:

- $P_p = 3,6 \text{ ct} + 0,75 * P_w$  ( $P_p$  = prijs leghennenhouders en  $P_w$  = prijs af inpakstations).

Uit de analyse volgt verder dat prijzen op het niveau van inpakstations en in de supermarkten zich binnen een week aanpassen.

Bij de producenten is volgens de statistische toets geen sprake van asymmetrie: positieve en negatieve prijzen worden even snel gecorrigeerd. Bij de inpakstation worden de positieve afwijkingen sneller gecorrigeerd dan de negatieve prijsafwijkingen. Dit kan veroorzaakt worden door concurrentiekrachten op het niveau van de inpakstations (bijvoorbeeld sterke concurrentie tussen inpakstations of de invloed van import) of de onderhandelingspositie van supermarkten. Deze asymmetrie is in het nadeel van de inpakstations en in het voordeel van de supermarkten.

### Conclusies:

- De supermarkten varen hun eigen langetermijnprijskoers bij eieren
- De leghennenhouders en inpakstations hebben een onderling langetermijnrelatie qua prijzen
- De prijzen van de inpakstations passen zich aan de producentenprijzen aan.
- De inpakstations hebben te maken met een asymmetrisch prijsaanpassing dat in het voordeel werkt van de supermarkten en in het nadeel van de inpakstations.

Toelichting: prijzen op de eimarkt voor leghennenhouders wordt sterk bepaald door Europese vraag en aanbod. De eipakstations hebben veelal afzetcontracten met supermarkten waarin de prijs per ei gelijk is aan de prijs voor de leghennenhouders plus een absolute opslag voor de service die de eipakstations leveren (2 cent per ei). De supermarkten lijken een eigen koers te varen waarbij prijzen/prijsbewegingen bij de concurrent een groter rol lijkt te spelen dan de prijsbeweging in de keten van eieren.

#### *Komkommer*

De prijsontwikkeling op niveau van teler, groothandel en supermarkt vertonen een sterke gelijkenis. De prijzen van producenten zijn berekend uit de prijzen van binnenlandse en buitenlandse komkommers. Daarnaast vertonen deze prijzen in de jaren 2011-2013 een seizoenpatroon. Vooral in de winterperiode is het aandeel buitenlandse komkommers groter en zijn de prijzen hoog. Alle drie de prijsreeksen (teler, groothandel en supermarkt) zijn stationair. Dit betekent dat de prijzen na een onverwachte schok terugkeren naar het niveau van voor de schok. Dit betekent ook dat de marges in de diverse schakels (groothandel en supermarkt) constant zijn.

Uit tabel 5.5 blijkt dat er geen blijvende langetermijneffecten zijn van prijsschokken. Bij een prijsschok in producentenprijzen, groothandelsprijzen en supermarktprijzen keren de prijzen na respectievelijk 6, 5 en 2 weken terug naar het oorspronkelijke niveau. De prijsschok bij de supermarkt heeft geen enkele prijsreactie in de rest van de keten.

**Tabel 5.5**

*Langetermijneffect (in eurocenten) van de prijsschok in een bepaalde prijsreeks op producenten-, groothandels en consumentenprijzen van komkommers en de termijn na de schok waarin het langetermijnevenwicht weer optreedt.*

Reactie van	Producentenprijzen	Groothandelsprijzen	Consumentenprijzen
Schok van			
Producentenprijzen	0	0	0
Groothandelsprijzen	0	0	0
Consumentenprijzen	0	0	0
<b>Overgang naar LT effect na .. weken bij schok van</b>			
Producentenprijzen	6 weken	6 weken	6 weken
Groothandelsprijzen	5 weken	5 weken	5 weken
Consumentenprijzen	Niet significant	Niet significant	2 weken

Er is een hoge correlatie tussen de error termen van de producentenprijs en de groothandelsprijs van komkommers. Dit duidt erop dat schokken in de prijs van de producenten binnen een week verwerkt worden door de groothandel. Dit heeft vooral te maken met korte ketens en een product dat beperkt houdbaar is.

#### *Conclusies*

- De reeksen vertonen hun eigen langetermijngroei-pad waardoor marges in de ketenschakels constant zijn op de lange termijn.
- Op de korte termijn beïnvloeden prijzen elkaar wel → er vindt prijstransmissie plaats.
- De producent en de groothandel vertonen een sterk direct effect. Dit betekent dat ze een sterke onderlinge samenhang hebben dat zich binnen een week afspeelt.

#### *Paprika*

Prijsreeks op producentenniveau vertoont de nodige gaten doordat er gedurende een bepaalde periode per jaar geen of nauwelijks aanbod is van Nederlandse paprika. De prijzen van producenten zijn berekend uit de prijzen van binnenlandse en buitenlandse paprika's. Daarnaast vertonen deze prijzen in de jaren 2011-2013 een seizoenpatroon. Vooral in de winterperiode is het aandeel buitenlandse paprika's groter en zijn de prijzen hoog. De prijzen van producenten en de groothandel lijken eenzelfde ontwikkeling te vertonen. De prijzen van paprika's in de supermarkten lijken sterker te

variëren dan in de beide andere schakels. Verder is er een seizoenpatroon met hoge paprika prijzen in het begin van het jaar met een aanbod van vooral Spaanse paprika's.

Alle prijsreeksen zijn volgens de statische toetsen stationair en keren dus na een schok terug op het niveau voor de schok. Omdat de prijsreeksen een eigen langetermijnpad volgen kan er geen samenhang tussen de prijsreeksen aanwezig zijn. Dit betekent ook dat de marges op de lange termijn in de keten constant zijn.

Tabel 5.6

*Langetermijneffect (in eurocenten) van de prijsschok in een bepaalde prijsreeks op producenten-, groothandels en consumentenprijzen van paprika en de termijn na de schok waarin het langetermijnevenwicht weer optreedt.*

Reactie van	Producentenprijzen	Groothandelsprijzen	Consumentenprijzen
<b>Schok van</b>			
Producentenprijzen	0	0	0
Groothandelsprijzen	0	0	0
Consumentenprijzen	0	0	0
<b>Overgang in LT na .. weken bij schok van</b>			
Producentenprijzen	10 weken	10 weken	15 weken
Groothandelsprijzen	10 weken	9 weken	15 weken
Consumentenprijzen	NS	Ns	8 weken

Het kortetermijneffect van een prijsschok is na 10 a 15 weken uitgewerkt als de schok optreedt bij prijzen af boerderij en de groothandel. Een prijsschok in de supermarkten heeft geen effect op de prijzen in de rest van de keten. De kortetermijneffecten duren bij de supermarkten het langst. Er is een sterke directe relatie tussen de prijzen van de paprikatelers en de prijzen in de groothandel binnen dezelfde week.

#### Conclusies

- De drie onderzochte prijsreeksen volgen hun eigen langetermijnpad.
- De marges in de ketenschakels zijn hierdoor constant.
- De supermarkten vertonen de langste prijsaanpassingsprocessen (namelijk 15 weken) terwijl de prijsaanpassingen na een schok circa 10 weken duurt bij de producenten en groothandel.
- De groothandel en de producenten hebben een sterk onderling verband dat zich binnen dezelfde week manifesteert.

#### Pluimveevlees - Kip 1 kg

Uit de visuele inspectie van de prijzen van vleeskuikens en pluimveevlees in kg verpakking komen geen lineaire trends noch seizoeneffecten naar voren. Wel is er een zogenaamd BBQ-seizoen waarin de prijzen gemiddeld op een iets hoger niveau liggen binnen het jaar en de nadering van de feestdagen waarin de prijzen van pluimveevlees gemiddeld een dalende trend vertonen. Vanaf het begin van het nieuwe jaar stijgt de prijs geleidelijk tot de aanvang van het nieuwe BBQ-seizoen.

De prijs af pluimveehouder is niet stationair. De prijzen af slachterij en de consumentenprijzen zijn stationair. Dit betekent in het laatste geval dat na een prijsschok de prijzen weer naar het oude basisniveau terugkeren. Dit betekent ook dat op de lange termijn de marges tussen beide prijzen constant zijn. Omdat prijzen stationair zijn heeft onderzoek naar samenhang tussen de prijsreeksen weinig zin.

In tabel 5.7 is het langetermijneffect van een schok van een bepaalde tijdreeks op zichzelf en op de andere tijdsreeksen weergegeven. In het onderste deel van de tabel is aangegeven na hoeveel tijd de kortetermijnschommelingen overgaan in het langetermijnevenwicht.

Tabel 5.7

*Langetermijneffect (in euro's) van de prijsschok in een bepaalde prijsreeks op producenten-, groothandels- en consumentenprijzen en de termijn na de schok waarin het langetermijnevenwicht weer optreedt.*

Reactie van	Producentenprijzen	Groothandelsprijzen	Consumentenprijzen
Schok van			
Producentenprijzen	0	0	0
Groothandelsprijzen	0	0	0
Consumentenprijzen	0	0	0
Overgang naar LT effect na .. weken bij schok van			
Producentenprijzen	6 weken	0	0
Groothandelsprijzen	0	6 weken	0
Consumentenprijzen	0	0	1 week

Uit de analyse van de resttermen blijkt een hoge correlatie tussen prijsreeksen van de supermarkt en de pluimveeslachterij. Dit duidt erop dat effecten van prijsschokken bij supermarkt en pluimveeslachterij binnen een week in de prijzen van de ander doorwerken. Onderzoek naar de prijsasymmetrie is niet uitgevoerd omdat de prijsreeksen geen langetermijnverband met elkaar vertonen.

*Conclusies:*

De supermarkten en de slachterij hebben een lange-termijn prijsrelatie. Schokken in de prijs op supermarktniveau en slachterijniveau hangen onderling zwak samen. Een stijging in de ene prijs gaat dus samen met een stijging in andere prijs. Een verandering in de prijs bij de pluimveehouders constateren we niet. Een prijsverandering bij de pluimveehouders vertaalt zich tijdelijk in een hogere prijs voor de kipfilet op slachterijniveau. Op lange termijn blijft de prijs voor de pluimveehouder hoger maar niet op slachterijniveau waardoor de marges kleiner worden.

Toelichting: de 1 kg kipfilet is een zogenaamde traffic generator in de supermarkt. Periodiek wordt dit artikel met sterke kortingen (-25%) voor één week aangeboden, waarna het oude prijsniveau weer gehanteerd wordt. De verkochte hoeveelheden gaan in de actieweken zeer sterk omhoog. Dit betekent dat dergelijk prijsactie met de slachterijen vooraf gepland moeten worden om voldoende aanbod in de winkel te kunnen garanderen. Daarnaast zullen supermarkten kortingen bedingen in geval de hoeveelheid ingekocht pluimveevlees in een week fors hoger is. Vleeskuikenhouders hebben een vast ritme van oplegkuikens een houderij periode van 6 weken en een week leegstand voor ontsmetten en reinigen. Dit ritme staat los van de reclameactie van de supermarkten.

Uien

Prijzen van uien bij akkerbouwers, groothandel en supermarkten zijn niet stationair. Een deel van de onverwachte prijsschok beïnvloedt de langetermijnprijs. Vooral in de prijzen van de supermarkt lijkt een seizoenpatroon te zitten op het eind van het bewaarseizoen in juni. In deze periode stijgt de prijs in de supermarkt gevolgd door de groothandel. Er is dan nauwelijks nog handel in binnenlandse uien af akkerbouw. Wel komen er duurdere buitenlandse uien in de keten. Dit patroon zien we in alle drie de jaren. Omdat geen duidelijke reden bekend is voor het seizoenpatroon is geen seizoendummy opgenomen in de modellen.

Alle gehanteerde prijsreeksen zijn niet stationair wat betekent dat ze na een prijsschok niet terugkeren naar het niveau van voor de schok. Hoewel de samenhangen zwak zijn lijkt er samenhang te zijn tussen de prijsreeks van uien af akkerbouwer en de prijsreeks van uien af groothandel. Er is geen relatie met de prijzen van uien in de supermarkt.

Tabel 5.8

*Langetermijneffect (in euro's) van de prijsschok in een bepaalde prijsreeks op producenten-, groothandels en consumentenprijzen van uien en de termijn na de schok waarin het langetermijnevenwicht weer optreedt.*

Reactie van	Producentenprijzen	Groothandelsprijzen	Consumentenprijzen
Schok van 1 euro			
Producentenprijzen	0	0	0
Groothandelsprijzen	0	0,62	-1
consumentenprijzen	0	0	0,76
Overgang in LT na .. weken bij schok van			
Producentenprijzen	4 weken	0	0
Groothandelsprijzen	0	10 weken	10 weken
consumentenprijzen	10 weken	4 weken	13 weken

Een prijsschok af akkerbouwer heeft geen langetermijneffect op de prijzen in de uienketen. Een prijsschok van 1 euro in groothandelsprijzen heeft een blijvend effect van 62 eurocent in de groothandelsprijzen en een blijvend negatief effect van 1 euro op de consumentenprijzen . Een prijsschok in de supermarktprijzen van 1 euro heeft een blijvend langetermijneffect van 76 eurocent. Het langetermijneffect van de prijsschok is na 4 weken bereikt voor schokken in de producentenprijs , na maximaal 10 weken voor schokken in de groothandelsprijs en na 13 weken voor schokken in de supermarktprijzen.

De geschatte relatie tussen de prijzen van akkerbouwers en de groothandel ziet er als volgt uit:

- $P_w = 8.5 + 0.98 P_p$  ( $P_w$  =prijs ui groothandel en  $P_p$ = prijs ui akkerbouwer; beide in cent per kg)

Zowel bij de producenten als bij de groothandel zijn geen asymmetrisch prijsaanpassingen gevonden. Positieve en negatieve prijsafwijkingen worden in dezelfde tijd hersteld.

#### Conclusies

- De supermarkten verhogen aan het eind van het seizoen de uienprijzen. Dit wordt kort daarop gevolgd door de groothandel, waarbij de prijzen in de supermarkten niet doorstijgt. Het lijkt erop dat supermarkten in de periode dat er weinig aanbod van de Nederlandse uien is, de prijsstijging gedempt doorgeven aan de consument. Hierdoor ontbreekt een directe prijsrelatie met de rest van de keten.
- De akkerbouwer en groothandel hebben een langetermijnrelatie prijsrelatie bij uien.
- De producentenprijzen passen zich aan de groothandelprijzen aan.
- Er is geen empirische bewijslast gevonden voor een asymmetrische prijsaanpassing van de producenten en de groothandel in uien.

---

## 6 Discussie en conclusies

### 6.1 Discussie

#### *Aantal waarnemingen*

Voor prijstransmissie is volume per ketenschakel van belang. Voor marge onderzoek is ook het aantal bedrijven van belang. Door de sterke concentratie is in sommige schakels een beperkt aantal grote bedrijven overgebleven waardoor een goede analyse van de marges niet mogelijk is. Dit wordt nog extra bemoeilijkt omdat bedrijven vaak meerdere activiteiten uitvoeren waarbij uit de administratie geen kostentoerekening kan plaatsvinden en alleen de brutomarges afgeleid kunnen worden. Op basis van de binnen dit onderzoek beschikbare informatie kunnen nettoprijzen niet berekend worden.

Bij de interpretatie van de gegevens is dit ook belangrijk omdat één bedrijf de prijsreeks van een bepaalde schakel en dus de totale analyse kan beïnvloeden. Met gevoeligheidsanalyse zou dit nagegaan kunnen worden. Door de beperkte doorlooptijd van het project zijn deze analyses niet uitgevoerd. Wel zijn gevoeligheidsanalyses uitgevoerd met het al dan niet gebruiken van seizoendummies om prijsschokken uit de dataset te filteren. Het wel of niet gebruiken van deze dummies heeft geen effect op de resultaten.

#### *Periode*

Het onderzoek is uitgevoerd voor de periode 2011 -2013. Dit zijn voor veel gewassen zoals granen, aardappelen, uien en appels drie oogstjaren. De omvang van de oogst in Nederland is voor deze gewassen (m.u.v. granen) bepalend voor prijsvorming af boerderij. Dit kan betekenen dat jaren met hele slechte prijzen, zoals 2014 in de analyse ontbreken. Onbekend is of de prijstransmissie in de keten anders verloopt bij lage dan bij hoge prijzen af boerderij.

De periode 2011-2013 wordt gekenmerkt door een economische laagconjunctuur. Dit kan mogelijk effect hebben op de prijsvorming van basisvoedingsmiddelen omdat consumenten scherper letten op prijsaanbiedingen en ook de supermarkten hun gedrag daar op af stemmen. Om dit te kunnen onderzoeken zou herhaling van dit onderzoek in een periode van economische vooruitgang en stijgende netto-inkomens aan te bevelen zijn.

#### *Van bruto- naar nettomarges*

Een belangrijke vraag voor ketenpartijen, de politiek en ook de toezichthouder ACM is inzicht in de ontwikkeling van nettomarges van bedrijven in de keten. Dit inzicht wil men graag per product hebben. Praktisch gezien is het vrijwel ondoenlijk (arbeidsintensief en duur) om dit per product (bijvoorbeeld paprika) of productgroep (bijvoorbeeld AGF of vlees) uit te zoeken. Dit komt omdat in vrijwel alle ketens bedrijven meerdere producten voeren en soms ook meerdere activiteiten uitvoeren (niet alleen verpakken maar ook groothandel). Enkele uitzonderingen zijn primaire bedrijven zoals in de glastuinbouw en intensieve veehouderij die gespecialiseerd zijn in één product. Maar zelfs pluimveeslachterijen voeren meerdere activiteiten uit waardoor het op basis van de voor ons voor dit onderzoek beschikbare gegevens onmogelijk is om de kosten voor het slachten van vleeskuikens te berekenen. De brutomarges geven geen beeld van de nettomarges : de winsten of verliezen. Een groot aandeel van de consumentenprijs is geen garantie voor een winstgevende activiteit in de voedingsketen.

#### *Resultaten vergeleken ACM onderzoek uit 2009*

*'Allereerst is het zo dat de prijzen in de agr-foodsector in de periode 2005 - 2008 voor alle schakels in de bedrijfskolom sterk gestegen zijn. Deze prijsontwikkeling is het sterkst op producentenniveau.'*

In dit onderzoek geldt dat in de periode 2011 -2013 de producten voor consumenten geen stijgende trend vertonen. Voor appels geldt wel dat de prijs in 2013 hoger is dan 2011 maar zeer waarschijnlijk

---

is dit geen trend. De broodprijs stijgt van circa 1 euro per brood in 2011 naar 1,06 euro in 2013. Dit lijkt een stijgende trend te zijn. Als dit een trend is dan vertaalt deze zich niet naar de prijs van graan.

*'Ten tweede wijst het onderzoek uit dat er geen indicaties zijn dat de supermarkt dominant is in de prijsvorming in de agrifoodsector. Supermarkten kunnen over het algemeen hun marge niet blijvend verbeteren aangezien prijsverhogingen op consumentenniveau samengaan met prijsverhogingen bij de groothandel.'*

Uit dit onderzoek kan bovengenoemde conclusie niet herhaald worden. Zeker voor ui, kipfilet en eieren vertoont de prijsontwikkeling van de supermarkten weinig samenhang met de prijsontwikkeling in de rest van de keten en is de prijs zeker niet volgend. Dit kan verklaard worden uit het gedrag van supermarkten dat ze sterker op elkaars prijzen letten dan op de (kost-)prijs in de keten. Voor de consument is dit zeker niet altijd nadelig zoals de eiprijsstijging in de keten in 2012 laat zien. De prijzen af pakstation stijgen met bijna 6 cent per ei terwijl de consumentenprijs vertraagd met 1 cent per ei stijgt. Voor andere producten zoals komkommer, paprika, appels en tafelaardappelen volgt de supermarkt de jaarlijks cyclische prijsontwikkelingen in de rest van de keten. De conclusie ten aanzien van brood is ingewikkeld. Het primaire product meel/bloem maakt maar maximaal 15 tot 20% van de kosten van brood uit waardoor prijschommelingen in graanprijzen nauwelijks effect hebben op de kostprijs van brood. Daarnaast zijn er supermarkten die hun eigen grondstoffen voor brood inkopen en aan bakkers vragen om via een bepaald receptuur brood te produceren. Niet de bakkers maar de supermarkten kopen dan het meel en broodmixen in.

Het is goed te vermelden dat 'de supermarkt' of 'de groothandel' niet bestaat maar uit meerdere onderling sterk concurrerende ondernemingen bestaat.

*'Wel blijkt dat de prijs in de supermarkt een veelvoud is van de prijs op producentenniveau. Dit wordt grotendeels veroorzaakt door de kosten die gemaakt worden door de groothandel. Daarnaast betekent dit grote prijsverschil tussen producent en supermarkt niet altijd dat de supermarkt de hoogste marge in percentage van de verkoopprijs behaalt ten opzichte van de producent en de groothandel.'*

De consumentenprijs is inderdaad altijd minimaal 2.5 keer de prijs af boerderij. Ofwel de pluimveehouderij, tuinder of akkerbouwer krijgt hooguit 40% van de consumenteneuro. Het aandeel van de supermarkten is voor alle relevante producten (voor kip, brood en appel is geen groothandel meegenomen) groter of gelijk aan het aandeel van de groothandel. Deze aandelen zeggen overigens weinig tot niets of gerealiseerde winsten of verliezen per product.

*'Ook internationaal gezien zijn de prijzen in de agrifoodsector sterk gestegen. In vergelijking met het Europees gemiddelde zijn de Nederlandse consumentenprijzen voor voedingsproducten echter minder sterk gestegen dan elders in Europa. Deze Nederlandse prijsstijgingen hebben niet altijd geleid tot een verbetering van de marge bij de verschillende schakels.'*

Over deze conclusie uit het vorige onderzoek kan geen uitspraak gedaan worden omdat de Europese context in deze studie niet meegenomen is.

## 6.2 Conclusies

### *Prijsnoteringen*

Ten aanzien van de prijsnoteringen zijn de volgende basisvragen beantwoord:

- Welke typen prijsnoteringen zijn er en welk effect hebben ze (in algemene zin) op de prijsvorming en de concurrentie(verhoudingen) op een markt?
- Welke (type) prijsnoteringen komen voor in de agrarische sector en in welk deel van de bedrijfskolom?
- Hoe komt een bepaalde prijsnotering tot stand?
- Hoe gebruiken marktpartijen prijsnotering(en) in hun prijsbeleid?

Voor het diepteonderzoek zijn nationale prijsnoteringen in de ketens van varkensvlees, aardappelen en paprika in het onderzoek betrokken.

Uit het literatuuronderzoek blijft dat de volgende aspecten belangrijk zijn bij prijsnoteringen:

- De marktstructuur : veel aanbieders of oligopolie; stabiele of schommelende prijzen.
- De maker van de prijsnotering : bedrijf, brancheorganisatie, derde partij, overheid.



- 
- Periode waarop prijsnotering betrekking heeft: verleden, heden of toekomst.
  - Wijze waarop prijsnotering tot stand komt (via commissies, transactie, andere noteringen).
  - Gebruik van de prijsnotering (in contract, verplicht opgelegd of vrijwillig).

In de landbouwsector, zo blijkt uit het empirisch onderzoek bij aardappels, paprika en varkensvlees, zijn er verschillende typen prijsnoteringen:

- a. Individuele prijsnoteringen die betrekking hebben op verwachtingen, gebaseerd op daadwerkelijke verkopen, ten aanzien van de komende week.
- b. Notering via commissies die eveneens verwachtingen betreffen, soms mede op basis van enkele transacties (of noteringen in het buitenland), soms op basis van verwachtingen van de commissieleden.
- c. Prijsnoteringen door derde partijen - meer of minder onafhankelijk van de marktpartijen. Deze prijsnoteringen betreffen verwachtingen van de komende tijd of juist historische geaggregeerde gegevens.

Kortom: per sector zijn er verschillende typen noteringen, vaak naast elkaar bestaand, en verschillende wijzen van totstandkoming.

Vanuit mededingingsrechtelijk oogpunt kan op basis van de quick scan geconstateerd worden dat de risico's op ongeoorloofde praktijken zeer klein zijn. We konden niet in alle gevallen de precieze totstandkoming van prijsnoteringen kunnen achterhalen. Echter de risico's worden sterk beperkt gezien het feit dat er vele verschillende noteringen zijn die sterk met elkaar samenhangen, er grote prijschommelingen zijn en de prijsnotering niet verplicht wordt opgelegd. Tussen de sectoren zijn geen grote verschillen waargenomen behalve dat er voor paprika's alleen nog beperkt openbare veilingprijzen beschikbaar zijn, waarbij via de veiling minder dan 10% omgezet wordt. Bij varkens(vlees) en aardappelen zijn er wekelijks meerdere noteringen. Voor de onderzochte sectoren hebben de prijsnoteringen uitsluitend betrekking op de markt af boerderij en de volgende schakel (groothandelaar, exporteur, slachterij etc.).

#### *Prijsontwikkeling*

De centrale in deze paragraaf luidt: Hoe hoog zijn de verkoopprijzen in de verschillende schakels van de bedrijfskolom en hoe hebben de verkoopprijzen zich ontwikkeld in de periode 2011-2013?

Per product zijn de belangrijkste conclusies vermeld.

De prijzen van aardappelen vertonen een cyclisch patroon met hoge prijzen tijdens de periode vlak voor de nieuwe oogst in augustus als er vrijwel geen handel meer is tussen primaire producenten en de groothandel. De prijsstijging lijkt te beginnen bij de groothandel en te worden overgenomen door de supermarkten. Het niveau van de prijzen wordt sterk bepaald door de omvang van de oogst. De prijzen af akkerbouwer, groothandel en supermarkt volgen elkaar te volgen. Supermarkten lijken de prijsstijgingen te dempen omdat periodiek de groothandelsprijzen boven de consumentenprijzen stijgen.

De prijzen van appels en specifiek voor Elstar (circa een derde van de Nederlandse appels) vertonen een jaarlijks cyclisch verloop met hoge prijzen in de periode vlak voor de nieuwe oogst (zie ook de uien). In tegenstelling tot de uien gaat de prijs bij Elstarappels eerst omhoog bij de primaire producent waarna de supermarkten volgen met een prijsstijging. Prijzen kunnen, net als bij uien, in de piekperiode wel twee keer de basisprijs bedragen.

De prijs van *brood* is stabiel in de periode 2011-2013 met een prijs van 1 euro tot 1,06 euro voor een bruin brood van 800 gram. De producentenprijs varieert meer en lijkt geen relatie met de broodketen te hebben.

De prijzen van *eieren* in de supermarkten lijken een eigen ritme te volgen ten opzichte van de rest van de keten (inpakstations en legpluimveehouders). Supermarkten lijken meer naar elkaar te kijken dan naar de ontwikkeling in de keten. Het gevolg is dat er zeer stabiele consumentenprijzen zijn in de periode 2011-2013. De prijs van een ei bedraagt in de supermarkt 13,5 tot 15 cent. De prijs van een ei voor de leghennenhouders schommelde in deze periode van ruim 3 cent tot 11,5 cent.

---

De prijzen van *paprika's en komkommers* vertonen een duidelijk seizoenpatroon met hoge prijzen tijdens de winterperiode als het aanbod uit Nederland laag of afwezig is. De prijzen voor komkommertelers, paprikatelers, groothandel en supermarkten volgen elkaar in de tijd. Bij supermarkten zijn voor beide producten actieperioden zichtbaar (lage prijzen ten opzichte van groothandel). Consumentenprijzen variëren van 2 tot 6 euro per kg paprika's en van 0,90 tot 2,40 euro per kg komkommer in de periode 2011-2013.

De prijzen van *vleeskuikens* vertonen een vlak verloop met hoegenaamd geen schommelingen binnen het jaar. De prijs van kipfilet in een kg verpakking in de supermarkt en af slachterij is in de basis ook constant maar bevat vele actieperioden met prijsdalingen tot 25% binnen één supermarkt (omdat niet alle supermarkten tegelijk prijsactie voeren zijn de effecten voor alle supermarkten samen kleiner). De prijzen af slachterij van de kg kipfilet bewegen met de supermarktprijzen mee op een gedempte wijze. Invloed van stijgend prijzen voor kipfilet tijdens het BBQ-seizoen en dalend prijzen voor de feestdagen komen niet tot uiting in de prijzen in 2011-2013.

De prijzen van *uien* vertonen een jaarlijks cyclisch patroon met hoge prijzen aan het begin van de zomer. Opvallend is dat de prijsstijging het eerst en het sterkst plaatsvindt in de supermarkt en gevolgd wordt door de groothandel. Op dergelijke momenten ligt de handel tussen primaire bedrijven en de groothandel zo goed als stil. Na de nieuwe oogst dalen de prijzen in de gehele keten en start een nieuwe cyclus. Het prijsniveau hangt sterk van de omvang van de oogst af. Tijdens de prijsspieken (1-1,20 euro per kg) is de prijs vaak meer dan twee zo hoog als in de basis (circa 60 eurocent per kg).

#### *Bruto- en nettomarges*

*De centrale vraag is :*

*Hoe hoog zijn de marges in de verschillende schakels van de bedrijfskolom en hoe hebben de marges zich ontwikkeld in de periode 2011--2013?*

De brutomarges ((verkoop minus inkoop prijs) gedeeld door de consumentenprijs) per product variëren sterk. In de supermarkt varieert dit percentage van 16% bij kipfilet in 1 kg verpakking tot 68% bij uien en appels. Bij de overige producten varieert dit percentage van 36% bij brood tot 60% bij paprika. Indien producten bewerkt worden (brood, kipfilet) blijft een groter deel bij de bewerking achter (62% bij pluimveeslachterij en 55% bij de bakkerij) en dus minder bij de supermarkt. De primaire producenten krijgt 14 tot 40% van de consumenten euro. Een relatief laag deel (minder dan 25%) komt terecht bij de akkerbouwer (graan en uien) en komkommerteler en vleeskuikenhouder. Relatief veel (meer dan 25%) komt terecht bij de aardappelteler, fruitteler, paprikateler en leghennenhouder.

Het aandeel van de groothandel varieert van vrijwel niets bij graan tot 40% bij komkommers. Brutomarges op zich zeggen weinig zolang niet duidelijk is of er ook daadwerkelijk waarde toegevoegd wordt aan het product c.q. kosten gemaakt worden. Kijkende naar de kosten en winst/verlies marges in de keten dan valt op dat de gemiddelde winsten per schakel van de keten kleiner zijn dan 3% ten opzichte van de gerealiseerde omzet. Op primaire bedrijven, waar gekeken is naar het inkomen uit de normale bedrijfsvoering als indicator voor de winstgevendheid, wisselen jaren met negatieve en lage inkomens zich af met jaren met soms hoge inkomens.

Doordat het onderzoek op drie jaar gebaseerd is het onmogelijk om de ontwikkelingen van de (netto)marges in perspectief te zetten. Daarbij speelt ook mee dat het aantal waarnemingen per product en schakel laag is omdat nettomarges op bedrijfsniveau zijn vastgesteld. De ontwikkelingen in brutomarges zijn beschreven maar of dit eenmalige veranderingen of trendmatige veranderingen zijn kan niet nagegaan worden.

---

### *Prijstransmissie*

De centrale vraag is :

Op welke manier worden de verkoopprijzen in een bepaalde schakel in de bedrijfskolom beïnvloed door de verkoopprijzen van andere schakels in de bedrijfskolom (prijsstransmissie)?

De producenten en groothandel hebben een langetermijnprijsrelatie bij *tafelaardappelen*. Dit geldt ook voor de groothandel en supermarkten. In de periodes met prijsspieken dempt de supermarkt de prijsstijgingen in de groothandel. In 2012 is *tijdelijk* de prijs af groothandel hoger geweest dan de consumentenprijs. Er is een asymmetrisch prijsaanpassing bij de producenten van tafelaardappelen wat in het nadeel is van de producenten en in het voordeel van de groothandel in tafelaardappelen.

De producenten en retailers hebben een langetermijnprijsrelatie voor de *Elstarappels*. De prijsaanpassing van de supermarkt en van de producentenorganisatie zijn symmetrisch.

In de *broodketen* lijken twee ketens te bestaan: van akkerbouwer naar graanhandelaar en van graanhandelaar naar de supermarkten. Dit kan verklaard worden uit het feit dat graan een product is waarvan de prijs op de wereldmarkt bepaald wordt en niet door de binnenlandse vraag en aanbod. De prijsreeks van brood in de supermarkt is stabiel. Voor de maalderijen geldt dat afwijkingen van de langetermijnsevenwichtsprijs in het nadeel van de maalderij uitvalt en in het voordeel van de bakkers. Voor de akkerbouwers vallen deze afwijkingen in het voordeel van de akkerbouw uit en in het nadeel van de graanhandel. In de overige schakels van de keten is prijsaanpassing symmetrisch.

Voor *eieren* varen de supermarkten hun eigen langetermijnprijskoers. De leghennenhouders en inpakstations hebben een langetermijnrelatie qua prijzen. Hierbij passen de inpakstations hun prijzen aan aan de producentenprijzen. Er is sprake van een asymmetrische prijsaanpassing van de prijzen af pakstation en wel zodanig dat die in het voordeel van de supermarkten is en in het nadeel van de inpakstations. Bij producenten is de prijsaanpassing symmetrisch.

Bij *komkommers en paprika* volgt de supermarkt de rest van de keten. Omgekeerd volgt de rest van de keten niet de supermarkt. Alle prijsreeksen vertonen hun eigen langetermijnontwikkeling. Dit betekent ook dat de marges tussen de ketenschakels op de lange termijn stabiel zijn. De prijzen beïnvloeden elkaar wel op de korte termijn: er vindt volledige prijsstransmissie plaats. De paprika- en komkommerteler enerzijds en de groothandel anderzijds beïnvloeden elkaars prijzen binnen een week.

De supermarkten en de slachterij hebben een lange-termijn prijsrelatie. Schokken in de prijs op supermarktniveau en slachterijniveau hangen onderling zwak samen. Een stijging in de ene prijs gaat dus samen met een stijging in andere prijs. Een verandering in de prijs bij de pluimveehouders constateren we niet. Wel lijken de marges tussen supermarkt en slachterij op de lange termijn stabiel. Deze prijsstransmissie geldt voor de kipfilet 1 kg waar supermarkten regelmatig prijsacties voeren. Dergelijke prijsacties gebeuren zelden met andere kipproducten zoals kipfilet in 450 gr of 225 gr verpakking, drumsticks en dijen/poten. Prijsschokken op een punt in de keten hebben geen effect op de prijzen in andere schakels van de keten.

Bij *uien* is de prijsontwikkeling bij de supermarkten niet direct gekoppeld aan de prijsontwikkeling in de rest van de keten. De akkerbouwer en groothandel hebben een langetermijnprijsrelatie bij uien, waarbij de producentenprijzen zich aanpassen aan de groothandelprijzen. De prijsaanpassing van de producenten en de groothandel in uien zijn symmetrisch wat betekent dat positieve en negatieve prijsafwijkingen van de geschatte prijsrelaties even lang duren.

### *Slotbeschouwing: eenvoudig noch eenduidig*

Doel van deze studie is nader inzicht te krijgen in de prijsvorming in de gehele bedrijfskolom. Meer in het bijzonder met betrekking tot acht consumentenproducten: aardappel, appel, brood, eieren, komkommer, paprika, pluimveevlees en ui in Nederland. Het algemene beeld dat oprijst uit dit onderzoek is dat prijsvorming in voedsel niet gekarakteriseerd wordt door eenvoud en eenduidigheid. Ook wanneer de aandacht uitgaat naar een betrekkelijk klein aantal consumentenproducten en hun bijbehorende productieketens, wordt al duidelijk dat er grote verschillen bestaan. De ene keten is de andere niet. Zo zijn er korte ketens van appels en lange ketens voor de productie van brood. Ook

---

tussen producten zijn de verschillen groot van bewaarproducten als graan, aardappel, appel en ui tot versproducten zoals ei, vlees, paprika en komkommer. Ieder met zijn eigen kenmerken. Het inzicht in de ene bedrijfskolom biedt dus niet eenvoudig inzicht in een andere. Grote verschillen zijn eveneens aangetroffen als het gaat om de brutomarge (het verschil in verkoop- en inkoopprijs van een product) per ketenpartij in de bestudeerde productieketens. De grote lijn die hier is te trekken is dat bij bewerkte producten, zoals kipfilet en brood, het aandeel van de verwerker (slachterij, bakker) meer dan de helft is, terwijl bij onbewerkte producten, zoals uien en appels, het aandeel in de consumenteneuro voor de supermarkten op kan lopen tot 68%. Grote aandelen in de brutomarges zeggen echter niets over de winstgevendheid per product.

Dat we op basis van deze studie bescheiden moeten zijn met het trekken van eenduidige en eenvoudige conclusies, heeft ook te maken met de beschikbare data en informatie. Dit betreft bijvoorbeeld de vraag hoe nettomarges zich binnen ketens hebben ontwikkeld, die vanwege de beschikbaarheid van gegevens, onbeantwoord moet blijven. Definitieve conclusies laten zich met name ook lastig trekken als het gaat om mededingingsrechtelijke analyse. De informatie die we in onze quick scan ten aanzien van de prijsnoteringen hebben kunnen betrekken geeft niet direct aanleiding tot zorg of aanvullend onderzoek.

Deze studie onderschrijft niet eenvoudig of eenduidig het vaak geuite idee dat het zwaartepunt van agrifoodketens naar de supermarkt verschuift. De casussen paprika, komkommer, aardappel en appel geven immers weinig reden de supermarkt een bijzonder plek in de prijsrelaties tussen ketenpartijen te geven. Toch geeft het onderzoek zeker ook aanleiding bijzondere aandacht te hebben voor de supermarktschakel. De casussen ei, ui en kipfilet suggereren namelijk dat supermarkten meer een eigenstandige koers varen, waarbij ze meer op elkaars prijzen letten dan op prijsbewegingen in de desbetreffende productieketen. Er kunnen diverse redenen zijn waarom supermarkten vooral naar elkaar en minder naar de voortbrengingsketen kijken. Supermarkten richten zich bijvoorbeeld meer op consumenten en hun behoeften.

Constateringen als deze bieden al met al ondersteuning aan een stellingname zoals die onlangs ook door de WRR (2014) is betrokken en waarin naar voren wordt gebracht dat hedendaags landbouw- en voedselbeleid niet alleen productie maar evenzeer supermarkten en consumptie omvat. Constateringen als deze bevestigen bovendien het nut en het belang van politieke aandacht van de zijde van Tweede Kamerleden en bewindvoerders voor ontwikkelingen in de prijsvorming van voedsel. Want hoe alledaags en overvloedig aanwezig voedsel ook mag zijn in het Nederland van nu, het is en blijft een primaire levensbehoefte voor iedereen en een primaire bron van inkomsten voor velen.

---

# Literatuur en websites

- Backus, Gé, Eric ten Pierick, Michiel van Galen en Jakob Jager (2011) Actualisatie ketenrendementen in de Nederlandse agribusiness: 2000-2009 Varkensvlees, zuivel, groente en fruit. LEI Wageningen UR, Den Haag, mei 2011.
- Bruns, C, en H. van den Brink (2014), Teelt uien in opmars; Akkerbouwers vertrouwen op verdere exportgroei. Amsterdam, ING Economisch Bureau, 5 pp.
- Bunte, F.H.J., W.E. Kuiper, M.A. van Galen en S. T. Goddijn (2003), Macht en prijsvorming in agrofoodketens. Den Haag, LEI Rapport 5.03.01, 73 pp.
- Bunte, F., Prijsvorming glastuinbouw (2009), LEI Wageningen UR, Den Haag, LEI Nota 09 02.
- Bunte, F., J. Bolhuis, C. de Bont, G. Jukema en E. Kuiper (2009), Prijsvorming van voedingsproducten, Den Haag, LEI Wageningen UR, Nota 09-074.
- Bunte, F.H.J., Meulen, B.M.J. van der, Logatcheva, K., Georgiev, E.S. (2011), Mededinging en transparantie; randvoorwaarden voor concurrentie en duurzaamheid. LEI Wageningen UR, Rapport 2011-050. November 2011.
- Dickey, D.A., and W.A. Fuller (1981), Likelihood ratio statistics for autoregressive time series with a unit root, *Econometrica*, 49, 1057-1072.
- EC, Communication from the Commission — Guidelines on the applicability of Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union to horizontal co-operation agreements Text with EEA relevance. 2011/C, 11/01. ('HorizontalGuidelines')
- EViews8 (2013), User's guide, IHS Global Inc., Irvine, California.
- Government of the Russian Federation, Resolution of 20 August 2014 No.830, Moscow, On the introduction of changes in the Resolution of the Government of the Russian Federation of 7 August 2014 No.778.
- Horne, P van, A. Wisman (2014), Leghennenhouderschap is diep dal. Agri-monitor. LEI Den Haag. Juni 2014.
- Janssens, S.R.M., A. Netjes en C.N. Verdouw (2006), Visie op de aardappelkolom, Den Haag, LEI Wageningen UR, Rapport 228, in samenwerking met Wetenschapswinkel Wageningen UR.
- Johansen, S. (1988), Statistical analysis of cointegration vectors, *Journal of Economic Dynamics and Control*, 2, 329-352.
- Kornelis, M., M.G. Dekimpe, P.S.H. Leeflang (2008), Does competitive entry structurally change key marketing metrics?, *International Journal of Research in Marketing* 25(3), 173-182.
- Meulen, H. van, C de, W.H van Everdingen, B. Smit en H. Silvis (2013). Actuele ontwikkeling land- en tuinbouw in 2013. LEI rapport 2013-060. Den Haag. December 2013.
- Meyer, Jochen and Stephan von Cramon-Taubadel (2004), Asymmetric Price Transmission: A Survey. *Journal of Agricultural Economics* — Volume 55, Number 3 — November 2004 — Pages 581-611.
- Møllgaard, H.P. & P.B. Overgaard (2001) "Market transparency and competition policy," *Rivista di*

- 
- Politica Economica 91: 11-58 (reprinted in M. Baldassarri & L. Lambertini (eds.), *Antitrust, Regulation and Competition*, Palgrave Macmillan, Basingstoke: UK, 2003).
- NAO (Nederlandse Aardappel Organisatie) (2013), *Feiten en cijfers 2012*, Den Haag, NAO Omroep Zeeland, 2013. Dalende kwaliteit grootste bedreiging uiensector.
- NMa (Nederlandse Mededingingsautoriteit), 2 december 2009, *Prijsvorming in de agrifoodsector*
- OECD (2001) *Price transparency*, Document DAF/CLP(2001)22, Paris: France.
- Pesaran, H.H., and Y. Shin (1998), *Generalized impulse response analysis in linear multivariate models*, *Economic Letters*, 58, 17-29.
- Powers, K., D.M. Hanssens, Y-I. Hser, and M.D. Anglin (1991), *Measuring the long-term effects of public policy: the case of narcotics use and property crime*, *Management Science*, 37, 627-644.
- PPE (2013a). *Statistisch jaarrapport pluimveevlees en eieren 2012*. Productschap Pluimvee en Eieren. Zoetermeer. Februari 2013.
- PPE (2013b). *Vee, Vlees en Eieren in Nederland. Kengetallen 2012*. Productschap Pluimvee en Eieren. Zoetermeer. Juli 2013.
- Stefanski, M., T. de Vries en J. van der Waarden (2002), *Glashelder: Meer inzicht in transparantie*, Den Haag, Ministerie van Economische Zaken.
- Stiglitz, J. (1989), "Imperfect information in the product market", ch. 13 in R. Schmalensee & R. Willig (eds.), *Handbook of Industrial Organization*, New York: North Holland.
- Verreth, D. M. (2013), *Economic analyses of the Dutch greenhouse chain in a changing environment*. Wageningen University. 2013.

## Websites

- [http://detailhandel.info/pages/15/Omzet-en-exploitatie/Detailhandel-totaal/Exploitatiebeeld.html?subonderwerp\\_id=19](http://detailhandel.info/pages/15/Omzet-en-exploitatie/Detailhandel-totaal/Exploitatiebeeld.html?subonderwerp_id=19) (bezocht 31-10-2014)
- <http://www.agfprimeur.nl/04-2014/pr4-telers.pdf>
- <http://www.agrimatie.nl>
- <http://www.boerderij.nl>
- <http://www.boerderij.nl>
- [http://www.boerenbusiness.nl/uienmarkt/artikel/item/10854065/Betalingszekerheid-het-probleem-in-de-uienexport d.d. 11-07-2014](http://www.boerenbusiness.nl/uienmarkt/artikel/item/10854065/Betalingszekerheid-het-probleem-in-de-uienexport-d.d.-11-07-2014)
- <http://www.distrifood.nl/Service/Marktaandeelen/>
- <http://www.gfactueel.nl>
- <http://www.hbd.nl>
- <http://www.jmulti.de>
- <http://www.kwin.nl>

---

<http://www.producentenorganisatievarkenshouderij.nl/vraag-en-antwoord-pov/>

<http://www.wageningenur.nl/nl/Expertises-Dienstverlening/Onderzoeksinstituten/LEI/Data-1.htm>

<http://www.wageningenur.nl/nl/show/KWIN-Fruit-2009-2010.htm>

<http://www3.lei.wur.nl/ltc/Classificatie.aspx>

---

# Bijlage 1 Econometrische analyse

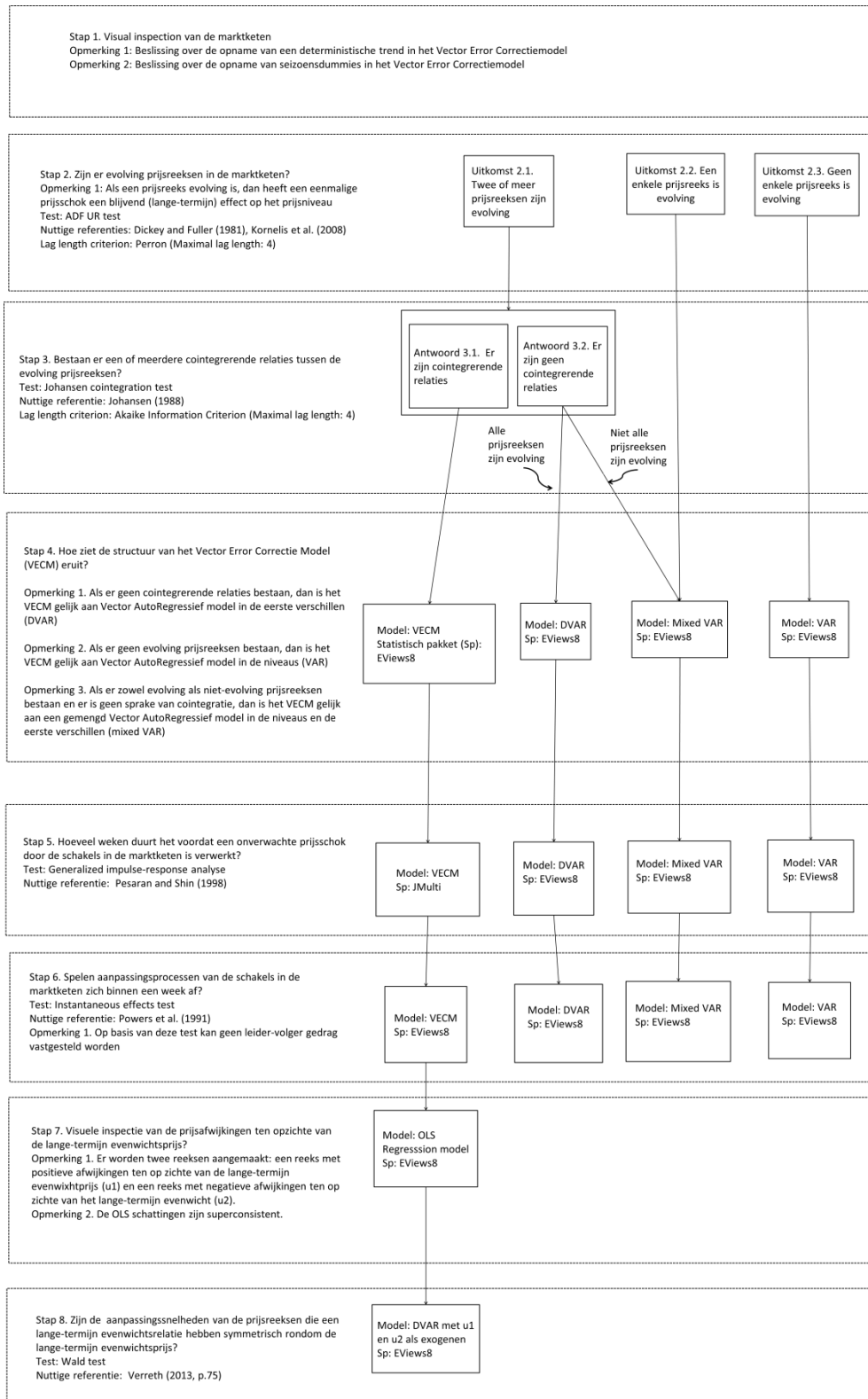
In deze bijlage staan de uitkomsten van de stappen van de gehanteerde modelbouwproces in detail beschreven.

Algemene opmerkingen over de analyses

1. In een aantal gevallen hadden de prijsreeksen die betrekking hebben op de primaire sector (de afvoerrijprijzen, de producentenprijzen) missende waarden. In die gevallen zijn proxy's gebruikt. In de paragraaf 5.1 is beschreven hoe die proxy's tot stand zijn gekomen.
2. Om na te gaan of tijdreeksen 'evolving' (niet stabiel) zijn wordt gebruik gemaakt van de zogeheten Augmented Dickey Fuller test. Hierbij maken we gebruik van de lag lengte bepaling volgens Perron, wat een standaardpraktijk is (zie bijvoorbeeld Kornelis *et al.* 2008). Deze toetsen worden op individuele tijdreeksen toegepast. Wanneer we vanaf stap 4 vector error correctie modellen toepassen beschouwen we ook de samenhang tussen individuele reeksen. Om dan een goede afweging te vinden tussen het aantal parameters (dat bij een vector model heel snel kan toenemen) en de beschrijving van de data, stellen we opnieuw de laglengte vast, en wel volgens het Akaike Informatie Criterium, wat eveneens een standaard praktijk is. In alle gevallen stellen we het maximum aantal lags vast op 4 weken wat een verdedigbaar aantal is gegeven het aantal te schatten parameters in de modellen en de grootte van de dataset. (Vier lags is ook in overeenstemming is met veel literatuur, maar dat heeft er ook mee te maken dat heel veel studies met kwartaal of maandcijfers werken).
3. Bij het bepalen van de lengte van de zogeheten 'dust settling period' (of transitieperiode) van de impuls-respons analyse kunnen we in het geval van DVAR, Mixed VAR en VAR modellen gebruik maken van de bandbreedtes rond nul. Dit komt omdat de afhankelijke variabelen stabiel zijn, of stabiel gemaakt zijn (door de eerste verschillen te nemen), bijgevolg keren de respons patronen naar het nulniveau terug en geeft de bandbreedte aan wanneer de respons niet meer significant van nul verschilt. In het geval van de VECM modellen is dit echter niet altijd mogelijk, omdat in deze impuls-respons analyse (uitgevoerd in het pakket JMulti), het respons effect niet naar nul hoeft te tenderen, maar naar een constante waarde. In dit laatste geval is de transitieperiode middels visuele inspectie vastgesteld.
4. In de impuls respons analyse zijn alle responsperiodes op 50 weken gesteld. Gebleken is dat deze lengte voldoende lang is om de convergentie effecten te traceren.
5. Bij de productgroepen komkommers en paprika's zijn seizoendummies in het VECM meegenomen als exogene variabele. In de paragraaf 4.5 en 4.6 staat voor respectievelijk komkommer en paprika vermeld welke seizoendummies gebruikt zijn.
6. Pas wanneer er heel duidelijk in de visuele inspectie van de data een suggestie voor een lineaire tijdstrend was, en hiervoor een sterke onderbouwing kan worden gegeven, is deze in de analyse opgenomen. Er zijn geen lineaire trends in de modellen gehanteerd (zie bijlage 1).
7. De asymmetrische prijsaanpassingen hebben in de analyses betrekking op de aanpassingen van de reeksen die een langetermijnevenwichtsrelatie hebben (een zogeheten co-integrerende relatie). Uit deze uitkomsten kunnen vervolgens de gevolgen voor de gehele marktketen afgeleid worden.
8. Bij de visuele inspectie (stap 1) worden de prijzen van de verschillende schakels in de keten in een grafiek weergegeven, zodat we inzicht krijgen in de mogelijke samenhang in de dynamiek. In aantal gevallen bleek het echter wenselijk om de prijsreeksen in afzonderlijke grafieken weer te geven, zodat de individuele dynamiek beter tot uitdrukking kwam.



9. Bij de grafische weergave van de impuls-responsanalyse wordt in JMulti de initiële schok op een eenheid gesteld (dus als de prijzen in euro's per kilo zijn, is de initiële schok 1 euro per kilo). In het pakket EViews8 wordt als initiële schok de standaarddeviatie van de modelresiduen genomen. Voor het dynamische karakter van de prijsreeks geeft dit geen verschil, maar wel voor de interpretatie van het langetermijneffect. Hier is in de beschrijvingen rekening mee gehouden.
10. Figuur 1 geeft het gevolgde modelbouwproces weer.



**Figuur B1.1** De uitgewerkte stappen in de analyse, modelspecificaties en de gehanteerde toetsen per stap.

# Een overzicht van de belangrijkste resultaten

Overzichtstabel (Deel 1)

Productgroep	Schakel	Stap 1 Visuele inspectie	Stap 2 zijn de reeksen evolving?	Stap 3 Bestaan er cointegreerende relaties?
Kip kg	Producer	Geen lineaire trend Wel seizoensdummies	Ja	Nvt
	Wholesaler	Geen lineaire trend Wel seizoensdummies	Nee	
	Retailer	Geen lineaire trend Wel seizoensdummies	Nee	
Eieren	Producer	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	Ja, tussen producer en wholesaler
	Wholesaler	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	
	Retailer	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	ja	
Komkommers	Producer	Geen lineaire trend Wel seizoensdummies	Nee	Nvt
	Wholesaler	Geen lineaire trend Wel seizoensdummies	Nee	
	Retailer	Geen lineaire trend Wel seizoensdummies	Nee	
Paprika's	Producer	Geen lineaire trend Wel seizoensdummies	Nee	Nvt
	Wholesaler	Geen lineaire trend Wel seizoensdummies	Nee	
	Retailer	Geen lineaire trend Wel seizoensdummies	Nee	
Uien	Producer	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	Ja, tussen producer en wholesaler
	Wholesaler	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	
	Retailer	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	
Elstar appels	Producer	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	Ja, tussen producer en retailer
	Retailer	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	
Tafelaardappelen	Producer	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	Ja, tussen producer en wholesaler en tussen wholesaler en retailer
	Wholesaler	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	
	Retailer	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	
Brood	Producer	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	Ja, tussen producer en grain en tussen grain, flour en bread
	Grain	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	
	Flour	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	
	Bread	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Ja	
	Retailer	Geen lineaire trend Geen seizoensdummies	Nee	

Overzichtstabel (Deel 2)

Productgroep	Schakel	Stap 4 Hoe ziet de structuur van het VECM eruit?	Stap 5. Hoeveel weken duurt het voordat een prijsschok is verwerkt?	Stap 6 Zijn er instantaneous effects? (vuistregelwaarde is 0.16)
Kip kg	Producer	Mixed VAR met producer in eerste verschillen en wholesaler en retailer in levels.	--> producer:6 weken --> wholesaler:ns --> retailer:ns	Het sterkste verband gevonden tussen retail en wholesaler (0.13)
	Wholesaler		--> producer:ns --> wholesaler:6 weken --> retailer:ns	
	Retailer		--> producer:3 weken --> wholesaler:ns --> retailer:ns	
Eieren	Producer	VECM model met 1 cointegrerende relatie	--> producer:20 weken --> wholesaler:20 weken --> retailer:ns	Nee
	Wholesaler		--> producer:ns --> wholesaler:3 weken --> retailer:ns	
	Retailer		--> producer:ns --> wholesaler:ns --> retailer:10	
Komkommers	Producer	VAR model in levels	--> producer:6 weken --> wholesaler:6 weken --> retailer:6 weken	Ja, tussen producer en wholesaler (0.87)
	Wholesaler		--> producer:5 weken --> wholesaler:5 weken --> retailer:5 weken	
	Retailer		--> producer: ns --> wholesaler:ns --> retailer:2 weken	
Paprika's	Producer	VAR model met wholesaler en retailer in levels	--> producer:10 --> wholesaler:15 --> retailer:10	Ja, tussen producer en retailer (0.88)
	Wholesaler		--> producer:ns --> wholesaler:8 --> retailer:ns	
	Retailer		--> producer:10 --> wholesaler:15 --> retailer:9	
Uien	Producer	VECM	--> producer:10 --> wholesaler:0 --> retailer:0	Ja, tussen producer en wholesaler (0.29)
	Wholesaler		--> producer:n.s. --> wholesaler:10 --> retailer:10	
	Retailer		--> producer:n.s --> wholesaler:n.s. --> retailer:10	
Elstarappel	Producer	VECM	--> producer:5 --> retailer:10	Ja, tussen producer en wholesaler (0.25)
	Retailer		--> producer:7 --> retailer:7	
Tafelaardappelen	Producer	VECM	--> producer:8 --> wholesaler:n.s. --> retailer:n.s.	Ja, tussen wholesaler en retailer (0.30)
	Wholesaler		--> producer:5 --> wholesaler:2 --> retailer:n.s.	
	Retailer		--> producer:15 --> wholesaler:15 --> retailer:15	
Brood	Producer	VECM (met Producer en Grain)	--> producer:10 weken --> grain: 10 weken	Nee
	Grain	VECM (met Grain, Flour, Bread en Retailer)	--> grain: 7 weken --> Flour: 7 weken --> bread:n.s. --> retailer:n.s.	

Productgroep	Schakel	Stap 4 Hoe ziet de structuur van het VECM eruit?	Stap 5. Hoeveel weken duurt het voordat een prijsschok is verwerkt?
Flour		--> grain: n.s. --> Flour: 10 weken --> bread:n.s. --> retailer:n.s.	
Bread		--> grain: n.s. --> Flour:n.s. --> bread:5 weken --> retailer:n.s.	
Retailer		--> grain: n.s. --> Flour: n.s. --> bread:n.s. --> retailer:3 weken	

### Overzichtstabel (Deel 3)

Productgroep	Schakel	Stap 7 visuele inspectie van de prijsafwijkingen ten opzichte van de lange-termijnevenwichtsprijs	Stap 8 Zijn de aanpassingssnelheden symmetrisch?
Kip kg	Producer	Nvt	Nvt
	Wholesaler		
	Retailer		
Eieren	Producer	Uitgevoerd	symmetrisch asymmetrisch: positieve afwijkingen sneller gecorrigeerd dan negatieve afwijkingen Ns
	Wholesaler		
	Retailer		
Komkommers	Producer	Nvt	Nvt
	Wholesaler		
	Retailer		
Paprika's	Producer	Nvt	Nvt
	Wholesaler		
	Retailer		
Uien	Producer	Uitgevoerd	Geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden Geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden Geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden
	Wholesaler		
	Retailer		
Elstarappel	Producer	Uitgevoerd	Geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden Geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden
	Retailer		
Tafelaardappelen	Producer	Uitgevoerd	asymmetrische prijsaanpassingen gevonden: positieve afwijkingen worden sneller gecorrigeerd dan negatieve Geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden Geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden
	Wholesaler		
	Retailer		
Brood	Producer	Uitgevoerd	asymmetrische prijsaanpassingen gevonden: negatieve afwijkingen worden sneller gecorrigeerd dan positieve Geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden asymmetrische prijsaanpassingen gevonden: positieve afwijkingen worden sneller gecorrigeerd dan negatieve Geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden Geen asymmetrische prijsaanpassingen gevonden
	Grain		
	Flour		
	Bread		
	Retailer		

## Bijlage 2 De verzameling van de kwantitatieve gegevens

Binnen het onderzoek naar de prijsvorming van basisvoedingsmiddelen zijn bij diverse bedrijven in diverse schakels van de keten de volgende informatie opgevraagd:

- Inkoop van het basisproduct (omzet en volume per week) naar herkomst van basisproduct en naar type markt (contract of spotmarkt).
- Verkoop van het basisproduct (omzet en volume per week) naar bestemming van basisproduct en naar type markt (contract of spotmarkt)

In figuur B2.1 is een voorbeeld voor broodgraan opgenomen.

**Figuur B2.1** Gebruikte Excelformat om per bedrijf de inkoop- en verkoopprijzen per product te verzamelen. (Voor sommige producten zoals paprika, komkommer, appel, uien en aardappel is ook gevraagd op welke markt de producten ingekocht zijn contract of spotmarkt.).

### INKOOP:

Jaar (2011 t/m 2013)	week	vanaf	Broodgraan						
			Binnenlands product			Buitenlands product			
			Inkoop waarde in euro's, totaal per week	Volume in kilo's, totaal per week	Gemiddelde prijs (berekend)	Inkoopwaarde in euro's, totaal per week	Volume in kilo's, totaal per week	Gemiddelde prijs (berekend)	
2011	1	3-1-2011							
2011	2	10-1-2011							
2013	52	23-12-2013							

### VERKOOP

Jaar (2011 t/m 2013)	week	vanaf	Broodgraan						
			Verkoop aan de Nederlandse meelindustrie			Verkoop aan de overige kanalen, incl. buitenlandse			
			Omzet in euro's, totaal per week	Verkochte volume in kilo's, totaal per week	Gemiddelde prijs (berekend)	Omzet in euro's, totaal per week	Verkochte volume in kilo's, totaal per week	Gemiddelde prijs (berekend)	
2011	1	3-1-2011							
2011	2	10-1-2011							
2013	52	23-12-2013							

Naast de in- en verkoopprijzen per product per week is aan de bedrijven gevraagd om een overzicht te geven op *jaarbasis* van de gerealiseerde opbrengsten, kosten en winst/verlies (zie figuur B2.2). Aan de bedrijven is ook verzocht per basisproduct de omzet, inkoopwaarde, kosten en winst/verlies in te vullen. Praktisch is het voor bedrijven wel mogelijk om de omzet en inkoopwaarde van het basisproduct te berekenen maar vrijwel geen enkel bedrijf heeft een administratie die het mogelijk maakt om de kosten per basisproduct te specificeren. Dit geldt ook voor de verdeling van winst/verlies.

**Figuur B2.2** Gerealiseerde omzet, inkoopwaarde basisproduct, overige kosten en winst/verlies op jaarbasis (in euro's)

	Bedrijf totaal					
	2011	2012	2013			
Inkoopwaarde verkochte goederen, in euro's:						
Omzet totaal, in euro's:						
	Bedrijf totaal					
	2011	2012	2013			
	in	in	in	in%	in%	in%
	euro's	euro's	euro's	van	van	van
				totale	kostenca	kostenca
				kosten	tegorie	tegorie
<b>Totale kosten, waarvan:</b>	€ -	€ -	€ -			
personeelskosten						
huisvestingskosten (grond, gebouwen, inventaris, inclusief afschrijvingen)						
energie, water						
kosten verpakking, fust, colli						
kosten transport						
derving						
product recall						
overige en niet nader uitgesplitste kosten						
<b>Nettowinst/verlies vóór belasting:</b> <sup>1)</sup>						
<sup>1)</sup>	Bedrijfsresultaat uit gewone bedrijfsvoering					

De beschreven Excelsheets zijn specifiek gemaakt per product en per schakel in de keten. Bij broodgraan is op de sheet toegespitst op graan, meel/bloem, broodmixen en brood. Bij de retail is informatie gevraagd van alle acht basisproducten: brood, aardappel, uien, komkommer, paprika, appel, eieren en pluimveevlees.

---

## Bijlage 3 Basisinterviewprotocol

Voor de interviews is een basisprotocol opgezet zodat de gespreksonderwerpen per interview hetzelfde zijn geweest. Het basisprotocol was nadrukkelijk niet bedoeld om als invulformulier te gebruiken voor de bedrijven. De kwantitatieve informatie is met Excel-formulieren opgevraagd zoals beschreven in bijlage 2. Het basisprotocol is wel vooraf gedeeld met bedrijven om de geïnterviewde een indruk te geven van de gespreksonderwerpen.

Het basisprotocol bevatte de volgende informatie:

1. Aanleiding voor het interview: context onderzoek, doel interview, wie en wanneer worden interviews gehouden, wie kan aanvullende informatie verstrekken.
2. Vragen
  - 2.1 inkoop basisproducten; aantal leveranciers basisproduct, inkoopprogramma's en contracten, inkoopprijs, aanpassingen in inkoopcontractvoorwaarden en meningsverschillen.
  - 2.2 prijsnoteringen; bekend met (totstandkoming) prijsnoteringen, gebruik prijsnoteringen bij inkoop door bedrijf, mening over prijsnoteringen.
  - 2.3 verkoop basisproducten: aantal afleverkanalen basisproduct, verkoopcontracten, verkoopprijs, aanpassingen in verkoopcontractvoorwaarden en meningsverschillen.
  - Mededingingsrechtelijke analyse van prijsnoteringen

Zie meegestuurd rapport.

---

# Bijlage 4 Mededingingsrechtelijke analyse van prijsnoteringen

Door Prof.mr. Anna Gerbrandy, Dr.mr. Bas van Bockel & Mai-Ly Pham LL.M.

Hoofdstuk 1 - Inleiding

Hoofdstuk 2 - Algemeen mededingingsrechtelijke kader

Hoofdstuk 3 - Mededingingsrechtelijke aspecten van prijsnoteringen

Hoofdstuk 4 - De relatie tussen het Landbouwbeleid en het Mededingingsrecht

Hoofdstuk 5 - Conclusie

Annex I -Hoe het mis kan gaan: Bananenzaak

Annex II - Bibliografie



---

# Hoofdstuk 1 - Inleiding

## 1.1 Aanleiding onderzoek

Aan LEI Wageningen UR is verzocht een onderzoek te doen naar prijsnoteringen in de agrarische sectoren in algemene zin en drie agrarische sectoren in het bijzonder. De drie sectoren zijn aardappelen, paprika's en varkensvlees. De Universiteit Utrecht is verzocht een bijdrage te leveren aan dit rapport en wel ten aanzien van het volgende onderdeel:

'Daarnaast zal bij deze analyse een uitwerking worden gemaakt van juridische implicaties en risico's waartoe bepaalde type prijsnoteringen binnen het mededingingsrecht kunnen leiden ongeacht de markt waarop zij voorkomen'.<sup>31</sup>

De verwachting was dat het onderzoek op twee A4'tjes zou kunnen worden opgesteld. Een korte beschouwing is te vinden in paragraaf 3.4. Deze bijlage bevat de juridische onderbouwing daarvoor.

Van belang op te merken is dat het onderzoeksteam van de UU op een laat moment bij het onderzoek werd betrokken (midden oktober 2014). Dit heeft noodzakelijkerwijs weerslag op wat dit onderzoek beoogt. Hoewel een analyse van het mededingingsrechtelijke kader wordt gegeven, behelst dit noodgedwongen slechts een *quick scan* van de toepassing van dat mededingingsrechtelijke kader op drie sectoren neergelegd in paragraaf 3.5 van het onderzoeksrapport. De - ook empirische - gegevens waarop wij de *quick scan* hebben gebaseerd zijn afkomstig van het onderzoek dat ten grondslag ligt aan dit mededingingsrechtelijke deel: het onderzoek van LEI Wageningen UR. Wij hebben geen aanvullend feitenonderzoek verricht.

## 1.2 Onderzoeksvragen

De onderzoeksvraag die in dit deel van het onderzoek naar prijsnoteringen centraal staat is tweeledig:

- Een theoretische beschouwing naar de mededingingsrechtelijke stand van zaken ten aanzien van prijsnoteringen en;
- Een eerste toepassing (een *quick scan*) van die regels op het prijsnoteringsmechanisme op drie nader genoemde markten.

Dit rapport beoogt geen uitputtend overzicht te geven van alle aspecten van het mededingingsrecht die voor de onderhavige problematiek relevant kunnen zijn, maar richt zich specifiek op de problematiek rond prijsnoteringen voor (landbouw)producten. In dat kader wordt enerzijds ingegaan op de (mogelijke) eisen die het mededingingsrecht in het algemeen stelt aan prijsnoteringen, met name in verband met de mogelijkheid van informatie-uitwisseling tussen concurrenten, en anderzijds aan de specifieke regels die gelden voor landbouwproducten in het kader van de GMO.

---

<sup>31</sup> Appendix A Project Plan Subcontract Lei Wageningen UR en Universiteit Utrecht.

---

# Hoofdstuk 2 - Mededingingsrecht

## 2.1 Inleiding

Voor dit onderzoek zijn zowel de regels die behoren tot het algemene mededingingsrecht (de Mededingingswet, de artt. 101 en 102 VWEU, het relevante secundaire recht evenals richtsnoeren en rechtspraak) als de specifieke economische spelregels die van toepassing zijn op de productie en verkoop van landbouwproducten (GMO), van belang. De mededingingsregels zijn neergelegd in het Europees recht (zowel het Verdrag betreffende de Werking van de Europese Unie ('VWEU') als secundaire regelgeving en richtsnoeren van de Commissie) en het nationale recht (Mededingingswet). Toezicht op- en handhaving van deze regels is zowel in handen van de Europese Commissie als van de Autoriteit Consument en Markt ('ACM'). Naast deze publiekrechtelijke toepassing van de mededingingsregels (waarbij een onderneming te maken krijgt met een handhavende overheid) kunnen de mededingingsregels ook aan de orde zijn in nationale civielrechtelijke procedures. De hoofdregels van mededingingsrecht zijn in de nationale context en EU-context vrijwel gelijk, en de artt. 6 en 24 Mw volgen de bewoordingen van de artt. 101 en 102 VWEU. Artikel 101 VWEU/artikel 6 Mw bevat het verbod op het maken van mededingingsbeperkende afspraken (ook wel: kartelverbod); artikel 102 VWEU/artikel 24 Mw bevat het verbod op het maken van misbruik van machtspositie.

Voor dit onderzoek is met name het kartelverbod van artikel 101 VWEU/artikel 6 Mw relevant. De overige bepalingen blijven daarom buiten beschouwing.

## 2.2 Het kartelverbod

### 2.2.1 Definitie

Het kartelverbod is neergelegd in artikel 101 VWEU en - bijna gelijklopend - in artikel 6 van de Mededingingswet (hierna: Mw):

'alle overeenkomsten tussen ondernemingen, alle besluiten van ondernemersverenigingen en alle onderling afgestemde feitelijke gedragingen welke de handel tussen lidstaten ongunstig kunnen beïnvloeden en ertoe strekken of ten gevolge hebben dat de mededinging binnen de gemeenschappelijke markt wordt verhinderd, beperkt of vervalst.'

Artikel 6 Mw stelt (uiteraard) niet de eis dat er sprake moet zijn van invloed op de handel tussen de lidstaten.

Het begrip 'onderling afgestemde feitelijke gedragingen' houdt in dat ook als er geen sprake is van een 'overeenkomst', er nog steeds sprake kan zijn van verboden afstemming van gedrag. Dit begrip wordt weliswaar ruim uitgelegd, maar het is niet verboden als een onderneming haar strategisch marktgedrag aanpast aan de marktomstandigheden, op een wijze die van een onderneming verwacht mag worden. Dit laatste is vooral van belang in oligopolistische markten. Het begrip 'ondernemersvereniging' omvat zowel formele verenigingen als meer informele verbanden. Een 'besluit' van een ondernemersvereniging is elke handeling waarvan een zekere binding uitgaat.

### 2.2.2 Mededingingsbeperking, merkbaarheid

Het gaat bij het kartelverbod om afspraken die de *mededinging* beperken. Daarbij kan het gaan om horizontale afspraken (tussen concurrenten opererend op hetzelfde niveau van de markt), maar ook om verticale afspraken (tussen bijvoorbeeld producent en leverancier). Met name problematisch zijn

afspraken<sup>32</sup> die beogen toekomstige prijzen of productiehoeveelheden vast te stellen of markten te verdelen.<sup>33</sup> Dit zijn afspraken met een mededingingsbeperkende strekking, ook wel doelbeperkingen genoemd, omdat zij naar hun aard de mededinging beperken. Indien een afspraak tot doel heeft de mededinging te beperken, is de beperking voor de mededinging over het algemeen per definitie merkbaar,<sup>34</sup> en hoeft het bewijs dat deze de mededinging ook daadwerkelijk heeft beperkt niet te worden geleverd.<sup>35</sup> Indien een afspraak niet tot doel heeft de mededinging te beperken maar mogelijkwijze wel dat effect heeft, dient daarvan wel het bewijs te worden geleverd. Artikel 101 VWEU geeft een aantal voorbeelden van mededingingsbeperkende afspraken: zo zijn prijsafspraken, quoteringsafspraken, en marktverdelingsafspraken verboden. Met name buiten de categorie doelbeperkingen wordt een 'economische benadering' van overeenkomsten voorgestaan waarbij een beoordeling van de economische gevolgen van de gemaakte afspraak vooropstaat.<sup>36</sup> Hierbij wordt door de Commissie in het bijzonder gekeken naar het effect op consumentenwelvaart. Zoals hiervoor aangegeven geldt bij beide typen beperkingen het *merkbaarheidsvereiste*, wat in essentie betekent dat de mededingingsregels buiten toepassing blijven als de impact van de afspraak op de mededinging in de betreffende markt vermoedelijk klein is omdat de betrokken ondernemingen slechts een klein marktaandeel hebben (de *De Minimis-bekendmaking*).<sup>37</sup> Onder de *De Minimis-bekendmaking* geldt voor horizontale overeenkomsten (overeenkomsten tussen concurrenten) dat hun gezamenlijk marktaandeel op de relevante markt<sup>38</sup> niet groter mag zijn dan 10%. Voor verticale overeenkomsten (afspraken tussen niet-concurrenten) geldt een marktaandeeldrempel van 15%. Indien er sprake is van parallelle (netwerken van) dezelfde of vergelijkbare overeenkomsten tussen diverse leveranciers en distributeurs die een netwerkeffect ('cumulatief marktafsluitingseffect') kunnen hebben, worden de genoemde drempels verlaagd tot 5% voor zowel overeenkomsten tussen concurrenten als tussen niet-concurrenten.<sup>39</sup> Indien de parallelle overeenkomsten tussen de diverse leveranciers en distributeurs waarvan het gezamenlijke marktaandeel de drempel van 30% op de relevante markt niet overschrijdt, acht de Commissie het niet waarschijnlijk dat een cumulatief marktafsluitingseffect optreedt.<sup>40</sup> De *De Minimis-bekendmaking* is niet van toepassing op prijsafspraken, quoteringsafspraken, of afspraken waarbij markten verdeeld worden.<sup>41</sup>

### 2.2.3. Uitzondering op het kartelverbod

Een uitzondering op het kartelverbod die relevant voor dit onderzoek naar prijsnoteringen is, is te vinden in lid 3 van artikel 101 VWEU.<sup>42</sup> Het derde lid van dit artikel, dat bijna gelijk is aan artikel 6 lid 3 Mw, luidt:

---

<sup>32</sup> Hieronder vallen alle type afspraken uit artikel 101 VWEU en 6 Mw, in de vorm van: overeenkomsten van ondernemingen, besluiten van ondernemersverenigingen en onderlinge afgestemde feitelijke gedragingen.

<sup>33</sup> Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), *PbEU* 2011, C 11/01, punt 3, 24 en 25.

<sup>34</sup> Hoewel over de uitleg van het Expedia-arrest (zaak C-266/11, HvJ E 13 december 2012) wel verschil van mening bestaat (zie onder andere H.M. Cornelissen, Het Expedia-arrest: een merkbare koerswijziging? NTER juni 2013, nr. 5).

<sup>35</sup> Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), *PbEU* 2011, C 11, punten 24-25. Hierbij is het vaste rechtspraak van het Hof van Justitie van de EU (HvJ) dat bij de beoordeling van overeenkomsten met mededingingsbeperkende strekking ook rekening wordt gehouden met de economische en juridische context daarvan.

<sup>36</sup> Maar zie over de doel - effect dichotomie ook de arresten van het Hof in de zaken Allianz (zaak C-32/11, 14 maart 2013, en daarover: G. Oosterhuis, Allianz: een beetje vaag en heel ongelukkig, NTER januari 2013, nr. 1) en in zaak Cartes Bancaires (zaak C-67/13 P, 11 september 2014), die tot een debat leiden - nog niet uitgewoed - over zowel de reikwijdte van het doelbeperkingsbegrip als de wijze waarop een doelbeperking door de toezichhouder kan worden vastgesteld.

<sup>37</sup> Mededeling betreffende overeenkomsten van geringe betekenis die de mededinging niet merkbaar beperken in de zin van artikel 101, lid 1, van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie, zie *De Minimis-bekendmaking*, *PbEU* 2014, C 291/01.

<sup>38</sup> De relevante markt wordt bepaald op basis van een relevante productenmarkt en relevante geografische markt, zie *De Minimis-bekendmaking*, punt 10. Zie ook HvJ EG 14 februari 1978, 27/76 (United Brands/Commissie).

<sup>39</sup> Individuele leveranciers of distributeurs met een marktaandeel dat onder de drempel van 5% ligt, worden niet geacht bij te dragen tot een merkbaar cumulatief marktafsluitingseffect. Zie *De Minimis-bekendmaking*, punt 8.

<sup>40</sup> Ibidem.

<sup>41</sup> Het gaat hier om afspraken tussen concurrenten die beogen direct of indirect: a. de prijzen vast te stellen; b. de productie of verkoop te beperken, of c. markten of klanten toe te wijzen. Zie *De Minimis*, punt 11.

<sup>42</sup> Artikel 106 lid 2 VWEU is een andere uitzondering voor ondernemingen belast met een dienst van algemeen economisch belang (DAEB). Hier zal niet verder op in worden gegaan in dit onderzoek.

---

'De bepalingen van lid 1 van dit artikel kunnen echter buiten toepassing worden verklaard voor elke overeenkomst of groep van overeenkomsten tussen ondernemingen, voor elk besluit of groep van besluiten van ondernemersverenigingen, en voor elke onderling afgestemde feitelijke gedraging of groep van gedragingen die

(1) bijdragen tot verbetering van de productie of van de verdeling der producten of tot verbetering van de technische of economische vooruitgang,

(2) mits een billijk aandeel in de daaruit voortvloeiende voordelen de gebruikers ten goede komt, en zonder nochtans aan de betrokken ondernemingen

(3) a) beperkingen op te leggen welke voor het bereiken van deze doelstellingen niet onmisbaar zijn,

(4) b) de mogelijkheid te geven, voor een wezenlijk deel van de betrokken producten de mededinging uit te schakelen.'

Dit betekent dat als aan de bovenstaande vier voorwaarden cumulatief is voldaan, het verbod van Artikel 101 (1) VWEU<sup>43</sup> niet van toepassing is. Bij een overeenkomst dat onder lid 3 valt, wegen de positieve voordelen zwaarder op tegen de negatieve voordelen en versterkt de overeenkomst de concurrentie op de relevante markt.<sup>44</sup> De Commissie heeft de vier voorwaarden uitgewerkt in haar richtsnoeren.<sup>45</sup>

## 2.3. Landbouwrecht en Mededingingsrecht

Het Gemeenschappelijk landbouwbeleid van de EU bevat marktregels die specifiek van toepassing zijn op de landbouwsector. Vanwege het specifieke belang van landbouw als economische sector, en de historische ontwikkelingen is in die sector lange tijd geen sprake geweest van volledige marktwerking. Dat betekent ook dat het mededingingsrecht en het landbouwrecht soms op gespannen voet staan. De nieuwe integrale gemeenschappelijke marktordeningsverordening bevat een bepaling die de verhouding verduidelijkt: het mededingingsrecht is ook in de landbouwsector van toepassing, maar bevat een uitzondering - onder voorwaarden - voor samenwerking in deze sector. Op deze specifieke uitzondering zal hierna worden ingegaan.

---

<sup>43</sup> Of onder het Nederlandse Mededingingsrecht: Artikel 6 (1) Mw.

<sup>44</sup> Richtsnoeren betreffende de toepassing van artikel 81, lid 3, van het Verdrag, *PbEU* 2004, C 101, punten 11 en 34.

<sup>45</sup> Richtsnoeren betreffende de toepassing van artikel 81, lid 3, van het Verdrag, *PbEU* 2004, C 101/97-118.

---

# Hoofdstuk 3 - Mededingingsrechtelijke aspecten van prijsnotering

## 3.1. Inleiding

In dit hoofdstuk zal nader worden ingegaan op de mededingingsrechtelijke problematiek rond prijsnoteringen. Voor zover prijsnoteringen mededingingsrechtelijke vragen oproepen, kunnen deze worden gezien als een species van informatie-uitwisselingen.<sup>46</sup> In dit hoofdstuk wordt allereerst ingegaan op prijsnoteringen (paragraaf 3.2). Kort wordt stilgestaan bij het begrip consumentenwelvaart (paragraaf 3.3). Van belang bij de mededingingsrechtelijke beoordeling is in ieder geval: de wijze totstandkoming van de prijsnotering en de daarbij uitgewisselde informatie (paragraaf 3.3), de marktstructuur van de markt waarop de prijsnotering plaatsvindt (paragraaf 3.4), de daadwerkelijke functie van de prijsnotering (paragraaf 3.5). Vervolgens wordt kort ingegaan op toepassing van de uitzondering van het derde lid van het kartelverbod (paragraaf 3.6) en wordt een voorbeeld behandeld van hoe het fout kan gaan (paragraaf 3.7). Het hoofdstuk sluit af met een korte conclusie.

## 3.2. Mededingingsrechtelijke kader voor prijsnoteringen

'Prijsnotering' is geen eenduidig begrip. Zoals wordt opgemerkt in het LEI-rapport:

*'Het begrip 'prijsnotering' is in de economische literatuur niet vast omschreven. (...) Prijsnoteringen kunnen opgevat worden als alle openbare noteringen van vraag- of biedprijzen in een markt, zowel prijzen van individuele bedrijven als geaggregeerde prijsinformatie die door derde organisaties worden gepubliceerd.'*

Prijsnoteringen zijn dus openbare noteringen van prijzen in een markt. Aangenomen zou moeten worden dat in veel markten openbare prijsnoteringen geen mededingingsrechtelijke problemen opleveren. Zoals in het LEI-rapport wordt opgemerkt, hebben prijsnoteringen in veel markten de functie om transactiekosten te verlagen doordat zij transparantie geven. In dat geval zijn prijsnoteringen efficiëntie-verhogend, en daarom over het algemeen niet mededingingsbeperkend. Dat zal met name het geval zijn indien sprake is van individuele prijsnoteringen, die zelfstandig worden bepaald.

De marktomstandigheden en de wijze van totstandkoming van de prijsnotering kan aan dat positieve oordeel verandering brengen. Voor de analyse van daadwerkelijke prijsnoteringen lijken in ieder geval de volgende factoren relevant:

- a. De wijze van totstandkoming van prijsnoteringen (door individuele producenten, via overleg of via een derde partij) en of daarbij sprake is van informatie-uitwisseling.,
- b. De marktomstandigheden.
- c. De daadwerkelijke functie van de prijsnotering in de specifieke markt (transparantie-verhogend of prijsbindend).

Deze factoren dienen per geval (*case-by-case*) onderzocht te worden, met inbegrip van de specifieke factoren en marktomstandigheden (ofwel de juridische en economische context ervan) en - indien geen sprake is van een doelbeperking - met inbegrip van de effecten op de markt. Op deze factoren wordt hieronder nader ingegaan.

---

<sup>46</sup> C.E. Schillemans, 'Informatie uitwisseling en het mededingingsrecht', *Markt en Mededinging* 2010, nr. 5, p. 177.

---

### 3.3. Consumentenwelvaart?

In algemene zin is sprake van een mededingingsbeperking indien de afspraak een negatief effect op de consumentenwelvaart heeft; althans dat is de belangrijkste graadmeter in de systematiek van de Europese Commissie.<sup>47</sup> Bij een doelbeperking dient het daadwerkelijk effect op consumentenwelvaart niet te worden vastgesteld; bij een effectbeperking is dat juist kern van het onderzoek. Het is echter van belang op te merken dat ook sprake kan zijn van een doelbeperking indien er geen rechtstreeks verband is met de verbruikersprijzen (dat wil zeggen de prijs die de eindgebruiker betaalt).<sup>48</sup> Dat is natuurlijk relevant voor het onderhavig rapport, aangezien mogelijke prijsnoteringen in de primaire productie niet rechtstreeks van invloed zullen zijn op de consumentenprijs.<sup>49</sup> Indien blijkt dat de producenten belang hadden om bijvoorbeeld referentieprijzen onderling af te stemmen en een systeem optuigen met als doel de prijzen op de markt op te drijven,<sup>50</sup> kan sprake zijn van een mededingingsbeperkende strekking.<sup>51</sup> Het feit dat de afspraak (de prijsnotering en de samenhangende afspraken) geen rechtstreeks verband met de consumentenprijzen hoeven te hebben om toch mededingingsbeperkend te zijn is ook van belang voor situaties waarin door de betreffende marktstructuur een referentieprijs wordt opgevat als vaste prijs waardoor, doordat de positie van afnemers - zoals de retail - sterker zou zijn dan die van de producenten juist een *lage* prijs tot stand komt. Een lage prijs is geen negatieve uitkomst voor consumentenwelvaart, maar het begrip consumentenwelvaart omvat ook in de minst omstreden interpretatie van dat begrip, in ieder geval ook productdifferentiatie, kwaliteit en innovatie.

### 3.4. De totstandkoming van prijsnoteringen en de uitwisseling van informatie tussen concurrenten

Een individuele 'zuivere' prijsnotering, dat wil zeggen: een prijsnotering die door een producent wordt gepubliceerd ten aanzien van zijn eigen producten en die tot stand komt zonder overleg of afstemming met andere producenten, zal niet snel mededingingsbeperkend zijn (integendeel), tenzij de marktomstandigheden dusdanig zijn dat zelfs een dergelijke prijsnotering met argwaan dient te worden gezien (zie hierna). De totstandkoming van *gezamenlijke* prijsnoteringen echter ligt mededingingsrechtelijk gezien ingewikkelder.

De beoordeling van dit type prijsnoteringen hangt nauw samen met de beoordeling van *informatie-uitwisseling* tussen aanbieders. Uitwisseling van informatie kan voor- en nadelen bieden voor de mededinging. Maar ook informatie-uitwisseling kent varianten. We laten de informatie-uitwisseling als onderdeel van een kartel hierna grotendeels buiten beschouwing en concentreren ons op informatie-uitwisseling die los staat van een bijbehorend kartel. Informatie-uitwisseling kan in een markt met veel aanbieders en vragers zorgen voor voldoende transparantie op de markt waardoor de consument in staat gesteld wordt om betere keuzes te maken. Met name (maar niet uitsluitend) op oligopolistische markten (markten die gekenmerkt worden door een relatief klein aantal marktspelers) kan informatie-uitwisseling problematisch zijn omdat uitwisselen van *commercieel gevoelige*

---

<sup>47</sup> Wij laten het doelstellingen debat en de relatie met bijvoorbeeld duurzaamheidsdoelstellingen die met name ook in de landbouwsector een rol kunnen spelen, hier verder buiten beschouwing. Zie daarover met name A. Gerbrandy, 'Duurzaamheidsbelangen in het mededingingsrecht. De positie van ACM ten opzichte van het Hof van Justitie en de Europese Commissie', *Nederlands Tijdschrift voor Europees recht* 2013, nummer 9, p. 326-331.

<sup>48</sup> Gerecht verwijst naar T-Mobile (HvJ EG 4 juni 2009, C-8/08, waaruit volgt dat uit artikel 101(1)(a) VWEU blijkt dat *oafg's* een mededingingsbeperkend doel kunnen hebben indien zij bestaan in „het rechtstreeks of zijdelings bepalen van de aan- of verkoopprijzen of van andere contractuele voorwaarden”.

<sup>49</sup> HvJ EG 4 juni 2009, C-8/08 (*T-Mobile Nederland*).

<sup>50</sup> HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 554-555.

<sup>51</sup> Dat de tot stand gekomen reële prijs uiteindelijk niet nauw samenhangt met de referentieprijs, doet volgens het Gerecht geen afbreuk aan de bewijskracht van de door de Commissie aangedragen bewijzen. Er kan immers niet worden uitgesloten dat de aangekondigde referentieprijzen geen invloed hebben gehad op de hoogte van de transactieprijzen. Verder wordt in dit arrest bevestigd 'dat de mededingingsregels van het Verdrag niet uitsluitend bedoeld zijn om de belangen van de concurrenten of van de consumenten te beschermen, maar om de structuur van de markt en daarmee de mededinging als zodanig veilig te stellen' (Zie Zaak HvJ T-587/08, r.o. 585.)

---

*informatie*, over bijvoorbeeld de hoeveelheid of prijs van een product tot collusie kan leiden.<sup>52</sup> Met name uitwisseling van informatie tussen concurrenten die tot doel hebben of er toe leiden dat (toekomstige) prijzen of productiehoeveelheden worden afgestemd vormen een ernstige inbreuk op de mededingingsregels.<sup>53</sup> Dit type informatie-uitwisseling wordt onder de categorie 'doelbeperkingen' geschaard.<sup>54</sup> Indien de uitwisseling van informatie niet tot doel heeft om de mededinging te beperken maar wel nadelige gevolgen daarvoor kan hebben dient daarmee in het onderzoek rekening gehouden te worden.

Zoals hiervoor opgemerkt kan zelfs eenzijdige informatie-uitwisseling ('zuivere') informatie-uitwisseling in bepaalde omstandigheden als beperking van de mededinging worden aangemerkt. Dat kan bij eenzijdige prijsnoteringen dus het geval zijn.

De mededingingsrechtelijke literatuur ten aanzien van informatie-uitwisseling is omvangrijk - en de lengte van deze paragraaf is daar een weerslag van. Toch laat een recent voorbeeld uit de jurisprudentie van het Hof (in de Bananenzaak) zien dat prijsnoteringen en prijsinformatie-uitwisseling nauw samen hangen. Deze zaak wordt in de analyse hieronder betrokken. In Annex II is een nadere bespreking van het arrest toegevoegd.

### 3.4.1. Uitwisseling van informatie als doelbeperking

De richtsnoeren van de Commissie inzake de toepasselijkheid van artikel 101 VWEU op horizontale samenwerkingsovereenkomsten<sup>55</sup> hebben betrekking op afspraken tussen ondernemingen die daadwerkelijke of potentiële concurrenten van elkaar zijn. Zij zijn echter ook van toepassing bij afspraken tussen niet-concurrenten.<sup>56</sup> De richtsnoeren zijn beleidsregels van de Europese Commissie en zijn door de ACM ook als eigen beleidsregels aangemerkt.<sup>57</sup> De richtsnoeren bieden dus handvaten voor de *self-assessment* die ondernemingen moeten doen ten aanzien van hun marktgedrag;<sup>58</sup> zij bevatten bovendien grotendeels een weergave van jurisprudentie van het Hof.

De Horizontale richtsnoeren stellen dat een informatie-uitwisseling een mededingingsbeperkende onderling afgestemde feitelijke gedraging kan opleveren wanneer er strategische gegevens worden uitgewisseld, die de strategische onzekerheid op de markt reduceren en dit leidt tot collusie (d.w.z. overeenstemming over de coördinatie van het marktgedrag). Het uitwisselen van strategische gegevens tussen concurrenten komt neer op een onderlinge afstemming, omdat het de onafhankelijkheid van het marktgedrag van concurrerende ondernemingen beperkt en de prikkel om te concurreren vermindert.<sup>59</sup> Dit kan zelfs het geval zijn indien slechts één onderneming eenzijdig

---

52 Dit mechanisme kan als een controle mechanisme dienen, doordat nagegaan kan worden of alle karteldeelneemers de overeenkomst of de onderling afgestemde feitelijke gedraging dan wel naleven of "cheaten". Dit mechanisme stelt de kartelleden in staat om afwijkend gedrag te straffen.

53 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11/01, punt 3, 24 en 25.

54 Zie Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11/01, punten 24-25, en meer recent het arrest van het Hof in *Cartes Bancaires* (HvJ EU 11 september 2014, C-67/13 P). Hierbij is het vaste rechtspraak van het Hof dat bij de beoordeling van overeenkomsten met mededingingsbeperkende strekking ook rekening wordt gehouden met de economische en juridische context daarvan.

55 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11.

56 Richtsnoeren, punt 1. Hieruit blijkt ook dat de richtsnoeren van toepassing zijn op horizontale samenwerkingsovereenkomsten tussen niet-concurrenten, deze situatie doet zich bijvoorbeeld voor wanneer twee ondernemingen wel actief zijn op dezelfde productmarkt, maar niet op dezelfde geografische markt.

57 Zie Richtsnoeren ACM samenwerking ondernemingen van 7 april 2005, Stcrt. 2005, 67; laatst gewijzigd bij besluit van 28 maart 2013, Stcrt. 2013, 8686.

58 Op sommige punten bevatten de richtsnoeren een overzicht van de jurisprudentie van het Europees Hof van Justitie. Hoofdstuk 2 van de richtsnoeren biedt een analytisch kader voor de beoordeling van informatie-uitwisselingen vanuit het oogpunt van de mededinging en een onderscheid wordt gemaakt tussen enerzijds informatie-uitwisseling als doelbeperking en anderzijds informatie-uitwisseling met mededingingsbeperkende gevolgen.

59 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op [horizontale samenwerkingsovereenkomsten](#) (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 61.

---

strategische informatie verstrekt aan haar concurrenten over haar commerciële beleidsvoornemens, en de andere ondernemingen hier geen publiek afstand van doen.<sup>60</sup>

Ook kunnen informatie-uitwisselingen van zowel *actuele als van historische gegevens* de interne of externe stabiliteit van een 'collusive outcome' (stilzwijgende coördinatie) versterken.<sup>61</sup> Door toegenomen transparantie wordt de interne stabiliteit van de 'collusive outcome' versterkt, waardoor deelnemers van een kartel in staat zijn om controle uit te oefenen op het afwijkende gedrag op de kartelafpraak door leden binnen de groep, en om vergeldingsmaatregelen te treffen.<sup>62</sup> Er is sprake van een doelbeperking indien de uitwisseling plaatsvindt tussen concurrenten, in de vorm van *geïndividualiseerde gegevens* over hun voorgenomen gedrag ten aanzien van *toekomstige prijszettingen of hoeveelheden*.<sup>63</sup> Deze stellen de concurrenten namelijk in staat om tot een gemeenschappelijk hoger prijsniveau te komen, zonder het risico te lopen marktaandeel te verliezen of een prijsoorlog te ontketenen.<sup>64</sup> Deze afspraken voldoen over het algemeen aan de voorwaarden van de uitzondering van artikel 101 lid 3 VWEU (en dus: artikel 6 lid 3 Mw).<sup>65</sup>

### 3.4.2. Uitwisseling van informatie als effect-beperking

Indien het om andere typen van informatie-uitwisselingen gaat, dus uitwisseling die niet als doelbeperking kunnen worden aangemerkt, dan hangt de beoordeling van de (vermoedelijk) mededingingsbeperkende gevolgen af van de effecten op de markt. Ook hier geldt dat dit afhangt van de marktstructuur en de kenmerken van de uitgewisselde informatie.<sup>66</sup> Het hier weergegeven beoordelingskader is daarom van toepassing op uitwisseling van informatie in algemene zin, maar speelt een rol bij de beoordeling van de totstandkoming van prijsnoteringen. Indien immers bij de totstandkoming van prijsnoteringen, op markten die aan de 'gevaarlijke' kenmerken voldoen, 'gevaarlijk' informatie wordt uitgewisseld tussen concurrenten onderling, dan is de prijsnotering hoogstwaarschijnlijk mededingingsbeperkend. Zelfs bij een eenzijdige prijsnotering kan dat het geval zijn.

#### 1. Kenmerken van de markt

Om het effect van de informatie-uitwisseling op de mededinging van de markt waarin zij plaatsvindt te bepalen, dient er niet alleen rekening te worden gehouden met de oorspronkelijke kenmerken van de markt, maar ook met de wijze waarop het uitgewisselde informatie deze kenmerken kan veranderen.<sup>67</sup> De richtsnoeren vermelden een aantal kenmerken (niet-uitputtend!): transparantie, concentratiegraad, complexiteit, stabiliteit en symmetrie.<sup>68</sup>

---

60 A. Jones & B. Sufrin, *EU Competition Law. Text, cases, and materials*, p.165, 822. Zie Conclusie AG Kokott in zaak C-8/08, *T-Mobile Nederland*, overweging 54. Zie ook overweging 63: Dit is niet het geval indien de onderneming eenzijdig een publieke aankondiging doet, bijvoorbeeld via een krant.

61 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punten 67-68.

62 De versterkte externe stabiliteit, als gevolg van een vergrote markttransparantie, biedt de mogelijkheid voor de leden van het kartel om toetreding tot de markt van nieuwkomers te detecteren en daarop gerichte acties te ondernemen. Dit kan een concurrentieverstorende afscherming tot gevolg hebben. Zie ook: C.E. Schillemans, 'Informatie uitwisseling en het mededingingsrecht', *Markt en Mededinging* 2010, nr. 5, p. 178.

63 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 74.

64 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 73.

65 *Ibidem*.

66 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 75.

67 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 77.

68 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punten 78-82.



a) *Weinig transparante markt*

Hoe lager het transparantieniveau op de markt, des te groter de bijdrage van een informatie-uitwisseling wordt voor het bereiken van een 'collusive outcome' en het aannemelijker zal zijn dat zij mededingingsbeperkende gevolgen zal hebben. Het transparantieniveau hangt samen met het aantal marktdeelnemers en de aard van de transacties.

b) *Hecht oligopolie/hoge concentratiegraad*

Hoe hechter een oligopolie (hoe beperkter het aantal marktdeelnemers en hoe hoger de concentratiegraad), hoe groter de kans dat informatie-uitwisseling mededingingsbeperkende gevolgen zal hebben. Met een gering aantal marktdeelnemers is een stilzwijgende coördinatie namelijk gemakkelijker te handhaven. Deze effecten zullen minder waarschijnlijk zijn op een markt met een minder hechte oligopolie, en zelfs onwaarschijnlijk op een zeer gefragmenteerde markt.

c) *Complexe marktomgeving*

De mate van complexiteit van een marktomgeving bepaalt ook de mate waarin informatie-uitwisselingen kunnen bijdragen aan het in stand houden van een 'collusive outcome'. Op een al complexe marktomgeving, kan een informatie-uitwisseling de markt tot op zekere hoogte minder complex maken. Er zijn echter op een dergelijke markt meerdere informatie-uitwisselingen nodig om overeenstemming te bereiken over coördinatievoorwaarden of om afwijkend gedrag te straffen.<sup>69</sup> Een complexe marktomgeving wordt gekenmerkt door een groot aantal gedifferentieerde (heterogene) producten met verschillende prijzen.

d) *Instabiele markt*

De elementen van een instabiele markt zijn: een volatiele vraag, sterke groei van ondernemingen op de markt en lage toetredingsdrempels voor nieuwkomers op deze markt. Daarnaast zorgt innovatie voor snelle verschuivingen in het aanbod en de positie van ondernemingen, wat bijdraagt aan de instabiliteit van de markt. Door middel van informatie-uitwisseling op een instabiele markt kan het aantrekkelijk zijn om een stabielere markt te creëren, echter de lage toetredingsdrempels en de rol van innovatie maken het moeilijk om tot een 'collusive outcome' te komen, dan wel die te handhaven. Daarentegen is het in een markt met stabiele vraag- en aanbodsituaties aannemelijker dat informatie-uitwisseling een grote bijdrage hieraan kan leveren.

e) *Symmetrische marktstructuren*

Bij symmetrische marktstructuren zijn ondernemingen homogeen wat betreft hun kosten, vraag, marktaandeel, productassortiment, capaciteiten. Omdat hun motivaties meer gelijk aan elkaar zijn, is het makkelijker om op deze homogene markt overeenstemming te bereiken. Het uitwisselen van informatie zal dan ook eerder een coördinatie doen ontstaan. Dit betekent echter niet dat in meer heterogene (dus asymmetrische) marktstructuren geen heimelijke verstandhouding kan ontstaan door een informatie-uitwisseling.

## 2. Kenmerken van uitgewisselde informatie

Naast de marktstructuur moet er ook gekeken worden naar de kenmerken van de uitgewisselde informatie. Een eerste onderscheid wordt gemaakt tussen strategische en niet-strategische informatie, vervolgens dient er te worden gekeken naar de dekking van de markt.<sup>70</sup>

a) *Strategische informatie: prijzen en hoeveelheden*

De richtsnoeren maken duidelijk dat het uitwisselen van strategische informatie eerder onder het kartelverbod zal vallen dan de uitwisseling van andere soorten informatie. Het uitwisselen van strategische informatie neemt namelijk de prikkels weg tussen ondernemingen om te concurreren en hebben een negatief invloed op de besluitvormingsautonomie van de ondernemingen. Informatie inzake prijzen, ook *actuele* prijzen, en hoeveelheden zijn

<sup>69</sup> Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 80.

<sup>70</sup> Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 86.

---

strategisch het belangrijkste, gevolgd door informatie over kosten en vraag.<sup>71</sup> Daarnaast hangt het strategisch nut van de gegevens ook nog af van een aantal andere factoren (zoals onder andere de dekking, frequentie en soorten informatie), die hieronder worden toegelicht.

*b) Dekking van 'een voldoende groot deel van de markt'*

De uitgewisselde informatie zal slechts mededingingsbeperkende effecten hebben als de aan de uitwisseling deelnemende ondernemingen een groot deel van de relevante markt bestrijken.<sup>72</sup> De ratio hierachter is dat de concurrenten die niet deelnemen aan de uitwisseling nog tegenwicht kunnen bieden aan het concurrentieverstorende gedrag van de betrokken ondernemingen. Zodoende kunnen de niet-deelnemers de externe stabiliteit van het gecoördineerde gedrag aantasten.<sup>73</sup> De richtsnoeren zijn onduidelijk over wat 'een voldoende groot deel van de markt' inhoudt. Dit hangt af van de specifieke omstandigheden van elk geval en van het type informatie-uitwisseling. Wel wordt er voor een uitwisseling in het kader van horizontale samenwerking verwezen naar de De Minimis-bekendmaking, waarbij een informatie-uitwisseling tussen ondernemers waarvan de marktdekking de hierin vermelde marktaandeeldrempels niet overschrijden, ook niet wordt geacht mededingingsbeperkende gevolgen te hebben.

*c) Geaggregeerde vs. geïndividualiseerde gegevens*

Waarbij het verzamelen en publiceren van geaggregeerde marktgegevens<sup>74</sup> door een derde partij (handelsorganisatie of marktonderzoekbureau) zowel leveranciers als consumenten ten goede kan komen, is dit bij de uitwisseling van geïndividualiseerde informatie niet het geval.<sup>75</sup> Geïndividualiseerde gegevens vergemakkelijken namelijk de mogelijkheid om tot een stilzwijgende coördinatie te komen en afwijkend gedrag af te straffen of nieuwe toetreders tot de markt te identificeren. Echter, kunnen ook geaggregeerde gegevens het gecoördineerde gedrag vergemakkelijken in markten met bijzondere kenmerken, zoals in een zeer hecht en stabiele oligopolie, waarin het al voldoende is om te weten dat één van de marktdeelnemers hiervan is afgeweken.<sup>76</sup> Kortom, dit dient in samenhang met de hiervoor besproken marktstructuur te worden beoordeeld.

*d) Historisch of actuele gegevens*

De uitwisseling van historische gegevens zal niet snel leiden tot mededingingsbeperkende gevolgen, aangezien het onwaarschijnlijk is dat het toekomstige gedrag van de concurrenten hieruit kan worden afgeleid of dat deze aanleiding kan geven tot het bereiken van overeenstemming op de markt. Hoe ouder de gegevens, hoe minder geschikt zij zijn voor het opsporen van afwijkend gedrag. Echter, het is niet duidelijk vanaf welk moment gegevens als historisch beschouwd worden en geen mededingingsrisico's meer inhouden.<sup>77</sup> De richtsnoeren vermelden dat gegevens als historisch kunnen worden beschouwd, indien zij ouder zijn dan de gemiddelde looptijd van contracten in de betreffende sector. De grens tussen historische en actuele gegevens hangt onder andere af van de bijzondere kenmerken van de relevante markt, de frequentie van prijsonderhandelingen in de sector en de aard van de uitgewisselde informatie.

*e) Frequentie van de informatie-uitwisseling*

De frequentie van informatie-uitwisselingen moet gerelateerd worden aan de kenmerken van de marktomgeving waarin ze plaatsvinden. In een instabiele markt (dat wil zeggen een markt met kortlopende contracten en dus frequente prijsonderhandelingen) zullen informatie-uitwisselingen vaker plaats moeten vinden om tot coördinatie te komen dat

---

71 Ibidem, punt 86. Voorbeelden van strategische informatie met betrekking tot prijzen zijn: actuele prijzen, kortingen, prijsverhogingen en - verlagingen en rabatten. Onder overige voorbeelden van strategische informatie vallen: klantenbestanden, productiekosten, hoeveelheden, omzet, verkopen, capaciteit, kwaliteit, marketingplannen, risico's, programma's, investeringen, technologieën, evenals O&O-programma's en de resultaten daarvan.

72 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punten 87-88.

73 Ibidem.

74 Uit geaggregeerde gegevens is het zeer moeilijk om gedetailleerde individuele gegevens van een onderneming af te leiden.

75 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 89.

76 Ibidem.

77 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 90.

---

mededingingsbeperkende gevolgen met zich meebrengt. Daarentegen, zou een minder frequente uitwisseling van informatie eerder volstaan om een heimelijke verstandhouding te bereiken, op een meer stabiele markt (met langlopende contracten en waarin prijsonderhandelingen minder vaak voorkomen).<sup>78</sup> Overigens dient opgemerkt te worden, dat in de *T-Mobile* zaak een eenmalige informatie-uitwisseling al voldoende was om een *oafg* vast te stellen.<sup>79</sup>

f) *Openbare vs. vertrouwelijke gegevens*

Echte openbare informatie is volgens de richtsnoeren informatie dat voor iedereen even gemakkelijk toegankelijk is en waarvan de uitwisseling niet snel in strijd is met artikel 101 VWEU. Het houdt in dat de kosten voor deelnemers die niet bij het uitwisselingsstelsel zijn aangesloten, gelijk moeten zijn aan de kosten voor de ondernemingen die er wel aan deelnemen.<sup>80</sup> Indien de kosten zo hoog zijn dat zij andere ondernemingen en kopers ervan weerhouden deze gegevens te verkrijgen, kan er niet gesproken worden van openbare informatie dat voor alle concurrenten en afnemers vrij toegankelijk is. Wanneer informatie al openbaar verkrijgbaar is, bijvoorbeeld door toezichthouders gepubliceerde informatie, dient men toch op te passen. Een extra informatie-uitwisseling tussen concurrenten die de strategische onzekerheid op de markt verder reduceert, kan in zo'n geval doorslaggevend zijn en mededingingsbeperkende gevolgen hebben.

g) *Openbare vs. niet-openbare informatie-uitwisseling*

Een informatie-uitwisseling wordt als echt openbaar beschouwd als de uitwisseling voor alle concurrenten en kopers onder dezelfde voorwaarden (in termen van kosten) toegankelijk is. Een openbare informatie-uitwisseling zal niet gauw leiden tot negatieve effecten voor de mededinging indien de overige concurrenten en afnemers in staat zijn om de potentieel mededingingsbeperkende gevolgen te onderdrukken. Desalniettemin sluit de Commissie niet uit dat openbare informatie-uitwisseling een heimelijke verstandhouding op de markt in de hand kan werken.<sup>81</sup>

### 3.5. Marktstructuur

In de richtsnoeren horizontalen is ten aanzien van informatie-uitwisseling al aangegeven in welke marktomstandigheden eerder sprake zou kunnen zijn van een mededingingsbeperking (zie hiervoor, paragraaf 3.3).<sup>82</sup> Het ligt voor de hand diezelfde structuurkenmerken in ogenschouw te nemen bij de beoordeling van prijsnoteringen *zonder* marktinformatie-uitwisseling, dus daar waar het gaat om individuele prijsnoteringen. Indien sprake is van oligopolistische markten met een hoge concentratiegraad, die gekenmerkt worden door stabiliteit en symmetrie, is er eerder het gevaar van collusie doordat de transparantie van de markt vergroot wordt door prijsnotering(en). Voor de mededinging op de markt is het immers van belang dat ondernemingen steeds autonome beslissingen maken over hun (toekomstige) marktgedrag. Indien de onzekerheid over de werking van de markt weg wordt genomen voor concurrerende ondernemingen dan zou, onder omstandigheden, de prijsnotering als mededingingsbeperkend kunnen worden aangemerkt.

Indien sprake is van een dergelijke marktstructuur is een *verhoging van de transparantie*, waardoor de risico's van het zelfstandig bepalen van het ondernemersgedrag verkleind worden, al snel een doelbeperking. In *UK Tractors*<sup>83</sup> ging het om een dergelijke marktstructuur die reeds transparant en oligopolistisch was. Daarbij ging het niet om een eenzijdige informatieverstrekking, maar het Gerecht oordeelde dat het uitwisselingsstelsel tussen de individuele ondernemers over de (historische)

---

78 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 91.

79 HvJ EG 4 juni 2009, C-8/08 (*T-Mobile* Nederland).

80 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punten 92-93.

81 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punt 94.

82 Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), PbEU 2011, C 11, punten 78-82.

83 HvJ EG 27 oktober 1994, ECLI:EU:T:1994:259, T-35/92 (*John Deere / Commissie*), r.o. 80-84.

---

omzetgegevens van de concurrenten en de omzetgegevens en de invoer van de dealers, de ondernemers in staat stelde om het gedrag van de concurrent te voorspellen en de onzekerheid in de markt weg te verminderen of weg te nemen.<sup>84</sup>

Maar benadrukt dient te worden dat ook in markten die niet oligopolistische van aard zijn, een prijsnotering tot mededingingsbeperkende effecten kan leiden. Zo is door de Commissie wel opmerkt dat juist in markten die al in hoge mate transparant zijn en bestaan uit vele aanbieders, een prijsnotering negatieve effecten kan hebben: indien de individuele notering gaat functioneren als referentieprijs - als richtprijs, en met name als minimum- & maximumprijs voor alle transacties op die markt - kan zij de onderhandelings- en concurrentieruimte van de aanbieders verminderen. Dit kan vooral voorkomen op markten waarbij aan de vraagzijde, bijvoorbeeld door de retail, meer concentratie voordoet dan bij de aanbieders. Op die wijze kan de prijsnotering leiden tot minder ruimte voor productdifferentiatie bij de producenten.<sup>85</sup>

### 3.6. De werking of het effect van een prijsnotering en een systeem van meerdere prijsnoteringen

Een prijsnotering die het effect van prijsbinding heeft kan een mededingingsbeperking opleveren. Daarvan kan sprake zijn indien van de prijsnotering in de praktijk een bindende werking uitgaat die de individuele vrijheid van de producenten vermindert.<sup>86</sup>

Een individuele prijsnotering hoeft, zoals hiervoor bleek, geenszins mededingingsbeperkend te zijn, en ook gezamenlijke prijsnoteringen, indien deze door een derde partij worden vastgesteld en niet door onderlinge uitwisseling van informatie, hoeven dat effect niet te hebben (integendeel, zij kunnen zeer wel transparantie-verhogend en transactiekosten verminderend werken). Voor een systeem van *verschillende* naast elkaar bestaande prijsnoteringen geldt hetzelfde. De prijsnoteringen dienen onafhankelijk van elkaar te worden vastgesteld, zonder uitwisseling van gevoelige informatie tussen concurrenten. Ons inziens is het echter van belang op te merken dat het effect van een systeem van verschillende prijsnoteringen kan lijken op effecten in een oligopolistische markt: het hoeft niet direct zo te zijn dat indien één van de prijsnoteringen als meest gezaghebbend wordt beschouwd er sprake is van een onderling afgestemde feitelijke gedraging, maar daartoe dient wel deze marktstructuur en de werking van de prijsnoteringen in aanmerking te worden genomen.

### 3.7. Het toepassen van artikel 6 lid 3 Mw en/of artikel 101 lid 3 TFEU

In het bovenstaande kader is de toepassing van het verbod op het maken van mededingingsbeperkende afspraken niet nader uitgesplitst in toepassing van het verbod of toepassing van de uitzondering. Het moge uit het voorgaande duidelijk zijn dat indien sprake is van een prijsnotering die gepaard gaat met het uitwisselen van actuele en strategische prijs-informatie, op een niet-versnipperde markt er sprake kan zijn van een doelbeperking. Een doelbeperking komt niet gemakkelijk in aanmerking voor toepassing van de uitzondering van het derde lid van artikel 101 VWEU en/of artikel 6 Mw. Een 'pure' prijsnotering zal echter, zo verwachten wij, niet snel als een doelbeperking worden aangemerkt. Dat is anders bij een prijsnotering, al dan niet gepaard gaande met uitwisseling van informatie, die mogelijk een mededingingsbeperkend effect heeft. Een dergelijke afspraak is, indien aan de voorwaarden van de uitzondering wordt voldaan, desalniettemin toegestaan.

---

<sup>84</sup> HvJ EG 27 oktober 1994, ECLI:EU:T:1994:259, T-35/92 (*John Deere / Commissie*), r.o. 81.

<sup>85</sup> Rapport van de Vlaamse overheid, Departement Landbouw en Visserij, 'Mededinging' en de *Integrale Gemeenschappelijke Marktordening (Integrale-GMO). Producenten- en brancheorganisaties*, 20 augustus 2012, p. 20.

<sup>86</sup> Verticale prijsbinding - ofwel Resale Price Maintenance (RPM) worden in het mededingingsrecht gezien als mededingingsbeperkend. Zie: A. Jones & B. Sufrin, *EU Competition Law*, p. 657.

---

Een voorbeeld dat gaat over uitwisseling van productinformatie en niet over prijzen maar desalniettemin relevant is, uit de richtsnoeren kan verduidelijken hoe dit werkt. In dit geval heeft de uitwisseling van informatie een efficiëntieverbetering tot gevolg.

Vijf producenten van vers wortelsap<sup>87</sup>

Vraag naar product is onstabiel en wisselt in de loop van tijd en van plaats tot plaats. Sap moet binnen een dag na productie verkocht en geconsumeerd worden.

Producenten richten een onafhankelijk bureau voor marktonderzoek op om dagelijks actuele informatie te verzamelen over onverkocht sap in elk verkooppunt, die het de week nadien op zijn website plaats in een per verkooppunt geaggregeerde vorm. Dankzij de statistieken kunnen producenten en afnemers de vraag beter voorspellen en het product beter positioneren. Dankzij het info-uitwisselingssysteem, waardoor te grote dan wel te geringe leveringen beter kunnen worden voorspeld, komt het nu minder vaak voor dat niet in de vraag van de consumenten wordt voorzien en neemt de op de hele markt verkochte hoeveelheid sap toe.

Analyse: sterk geconcentreerde markt en ondanks recente uitgewisselde gegevens en van strategisch belang, is het niet zeer waarschijnlijk dat deze uitwisseling een heimelijke verstandhouding in de hand zou werken omdat de markt zo onstabiel is. Er zijn wel risico's voor de mededingingsbeperkende gevolgen, maar deze worden gecompenseerd door efficiëntieverbeteringen als gevolg van een toename van de levering op plaatsen met een grote vraag en *vice versa*. De informatie wordt in openbare, geaggregeerde vorm uitgewisseld wat minder risico's meebrengt dan als de gegevens niet-openbaar en geïndividualiseerd zouden worden uitgewisseld. De uitwisseling gaat in dit geval niet verder dan noodzakelijk is om het marktfalen op te heffen. Vermoedelijk voldoet dit aan de criteria van artikel 101 lid 3.

### 3.8. Ten slotte: hoe het fout kan gaan

Duidelijk is dat prijsnoteringen gerelateerd zijn aan informatie-uitwisselingen die betrekking hebben op prijzen en dus strategische informatie kunnen bevatten. Afhankelijke van de marktstructuur, en afhankelijk van de werking van de prijsnotering kan zij in dat geval als doelbeperking kunnen worden aangemerkt. Dat was het geval in de bananenzaak (arrest van het Gerecht van de EU van 14 maart 2013), die hier kort zal worden besproken.<sup>88</sup> In deze zaak blijkt dat de uitwisseling van informatie voor de totstandkoming van prijsnoteringen op een oligopolistische markt de mededinging beperkt. De marktstructuur was niet versnipperd, met contacten tussen drie grote spelers (40-50% marktaandeel gezamenlijk). Zij overlegden - onderling - wekelijkse of tweewekelijkse in bilaterale telefonische overleggen. Daarbij werd gesproken over de relevante factoren voor prijszetting, zoals het vaststellen van de prijsnoteringen - referentieprijzen - voor de *komende* week, algemene prijstrends en indicaties voor volgende weken. De drie grote spelers publiceerden vervolgens hun eigen referentieprijzen. In deze zaak had de uitgewisselde-informatie *betrekking* op prijsnoteringen, in de vorm van geïndividualiseerde gegevens; die niet vrij toegankelijk waren voor alle concurrenten en afnemers (dus niet openbaar); daarnaast was het strategisch belangrijke informatie vanwege het feit dat het om gegevens met betrekking tot prijzen gaat; en vanwege de frequente uitwisseling op de onstabiele markt (onstabiel omdat er wekelijks prijsonderhandelingen plaatsvonden), en ging het om de uitwisseling van actuele en toekomstige gegevens en niet om historische gegevens. Daarnaast was er sprake van een vrij geconcentreerde markt (geen oligopolie maar ook geen gefragmenteerde markt), met al een kunstmatige mate van transparantie wat betreft het aanbod vanwege het regelgevingskader dat van toepassing was op de bananensector. Waardoor de informatie met

---

<sup>87</sup> Dit voorbeeld volgt uit de Horizontale Richtsnoeren van de Commissie, p. 25.

<sup>88</sup> Beschikking Commissie van 15 oktober 2008, COMP/39.188 (*Bananen*). Zie ook: Gerecht EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*).

---

betrekking tot de prijs van grote relevantie was. De combinatie van bovenstaande factoren, en de uitwisseling van informatie met betrekking tot de prijs, hebben ertoe bijgedragen dat de resterende onzekerheid in de markt over het toekomstige prijsbeleid van de concurrenten werd verminderd en de mededinging werd verzwakt.

Om een *oafg* vast te stellen dient sprake zijn van een causaal verband tussen de afstemming en het marktgedrag. Het Gerecht oordeelt dat via het voorafgaande prijsoverleg de referentieprijzen onderling werden afgestemd in plaats van dat deze onafhankelijk werden bepaald. Daarnaast werd tijdens deze overleggen de gedragslijn van de betrokken ondernemingen onthuld, waardoor het mogelijk werd gemaakt dat het toekomstige gedrag van de concurrenten bij de vaststelling van de prijsnoteringen kon worden geëvalueerd. De gesprekken hebben zodoende de onzekerheid over de toekomstige beslissingen van de concurrenten betreffende de referentieprijzen gereduceerd en daardoor de mededinging tussen de ondernemingen beperkt. Daarmee is het causaal verband aangetoond.<sup>89</sup>

Zoals hiervoor aangegeven kan een *oafg* ook een mededingingsbeperkende strekking hebben als er geen rechtstreeks verband hebben met de verbruikersprijzen (dat wil zeggen, de prijs die de eindgebruiker betaalt).<sup>90</sup> In dit geval is dat zo, aangezien uit het bewijs blijkt dat de invoerders er belang bij hadden om de referentieprijzen onderling af te stemmen en het systeem tot doel had om de prijzen op de markt op te drijven.<sup>91</sup> Daarom stelt het Gerecht vast dat er sprake is van een *oafg* met een mededingingsbeperkende strekking.<sup>92</sup>

Onder zulke omstandigheden leidt het uitwisselen van toekomstige prijsnoteringen voorafgaand aan het daadwerkelijk vaststellen van de referentieprijzen tot een *oafg* met mededingingsbeperkende strekking en valt het onder het kartelverbod van artikel 101 VWEU.

### 3.9. Conclusie

Uit het bovenstaand blijkt dat het afhankelijk is van de omstandigheden of prijsnoteringen als mededingingsbeperkend moeten worden aangemerkt. Prijsnoteringen over actuele prijzen van individuele producenten lijken slechts in bijzondere omstandigheden als mededingingsbeperkend te moeten worden beschouwd, terwijl zelfs gezamenlijke prijsnoteringen waarbij informatie wordt uitgewisseld niet steeds mededingingsbeperkend zijn. Het uitwisselen tussen concurrenten onderling van informatie over *toekomstige* prijzen, waaruit een prijsnotering volgt, zal vrijwel steeds als doelbeperking worden aangemerkt, hoewel over ook voor de vaststelling dat sprake is van een doelbeperking de marktstructuur en de mededingingsrechtelijke relevantie van de uitgewisselde informatie van belang is. Prijsnoteringen waarbij geen informatie over voorgenomen prijzen worden uitgewisseld *tussen* concurrenten hoeven geen mededingingsbeperkende strekking te hebben. Of er een mededingingsbeperkend effect is, hangt eveneens zeer af van de omstandigheden, zoals uit het voorgaande overzicht blijkt.

In paragraaf 3.5 van het onderzoeksrapport zullen de prijsnoteringen in de markten voor aardappelen, varkensvlees en paprika's onderworpen worden aan een quick scan waarbij het hier geschetste kader als toetsingskader dienen. In het volgende hoofdstuk volgt eerst een overzicht van de algemene verhouding tussen het landbouwbeleid en het mededingingsrecht, wat eveneens van belang is voor de analyse in paragraaf 3.5 van het onderzoeksrapport.

---

<sup>89</sup> HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 583-585.

<sup>90</sup> Gerecht verwijst naar T-Mobile (HvJ EG 4 juni 2009, C-8/08, waaruit volgt dat uit artikel 101(1)(a) VWEU blijkt dat *oafg*'s een mededingingsbeperkend doel kunnen hebben indien zij bestaan in 'het rechtstreeks of zijdelings bepalen van de aan- of verkoopprijzen of van andere contractuele voorwaarden'

<sup>91</sup> HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 554-555.

<sup>92</sup> Dat de tot stand gekomen reële prijs uiteindelijk niet nauw samenhangt met de referentieprijzen, doet volgens het Gerecht geen afbreuk aan de bewijskracht van de door de Commissie aangedragen bewijzen. Er kan immers niet worden uitgesloten dat de aangekondigde referentieprijzen geen invloed hebben gehad op de hoogte van de transactieprijs. Verder wordt in dit arrest bevestigd 'dat de mededingingsregels van het Verdrag niet uitsluitend bedoeld zijn om de belangen van de concurrenten of van de consumenten te beschermen, maar om de structuur van de markt en daarmee de mededinging als zodanig veilig te stellen' (Zaak T-587/08, r.o. 585.)

---

# Hoofdstuk 4 - Landbouwnrecht en Mededingingsrecht

## 4.1. Inleiding

Het onderzoek van LEI Wageningen UR waar dit mededingingsrechtelijk onderzoek deel van uitmaakt, richt zich op prijsnoteringen in de landbouwsector. Meer specifiek richt het onderzoek zich op de markt voor *aardappelen*, *paprika's* en *varkensvlees*. Voor de landbouwsector gelden ingevolge het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid (GLB) Europeesrechtelijke regels (en de daarop gebaseerde implementerende nationale regels). Bezien dient te worden hoe de landbouwregels zich verhouden tot het mededingingsrecht. Van belang is te bezien of er uitzonderingen gelden voor de landbouw, en voor welke sectoren daarbinnen, op het algemene mededingingsrecht. Het uitgangspunt dat dit rapport uiteindelijk gaat om de drie nader te onderzoeken markten is leidend bij dit deel van het onderzoek. In dit hoofdstuk zal daarom niet een uitputtend overzicht worden gegeven van de verhouding tussen mededingingsrecht en landbouwnrecht, maar slechts in zoverre dat relevant is voor de beantwoording van de onderzoeksvragen.

## 4.2. Landbouwregels en mededingingsrecht

De EU-mededingingsbepalingen zijn net als op elke andere economische sector, in beginsel ook van toepassing op de landbouwsector.<sup>93</sup> Dat betekent dat het mededingingsrecht van toepassing is, *tenzij* uit de specifieke landbouwregels blijkt dat dat niet zo is. Die verhouding tussen beide stelsels van regelgeving was lange tijd onduidelijk, maar is met nieuwe regelgeving helder(der) geworden. Toch is het van belang om op te merken, hoewel uit het navolgende zal blijken dat er voor deze sector aparte uitzonderingen op het mededingingsregime gelden, over het algemeen ook voor de producenten van landbouwproducten verboden is om onderlinge prijsafspraken te maken. Tegelijkertijd geeft het herziene Gemeenschappelijk Landbouwbeleid meer ruimte voor samenwerking tussen producenten van primaire producten en binnen (keten-georganiseerde) brancheorganisaties, ook ten aanzien van het mededingingsrecht. Daarbij moet worden opgemerkt dat het (nog) aan de Commissie is om met richtsnoeren te komen 'ten behoeve van de nationale mededingingsautoriteiten en de ondernemingen',<sup>94</sup> die deze verhouding nader zou moeten verduidelijken.

## 4.3. De nieuwe integrale marktordeningsverordening met mededingingsuitzondering

De nieuwe integrale gemeenschappelijke marktordeningsverordening, Verordening 1308/2013 (hierna: de nieuwe Verordening) kent specifieke bepalingen ten aanzien van het mededingingsrecht (artikel 209 en 210 van de Verordening). Dat is een verheldering van de nevenschikking die tussen het landbouwnrecht en het mededingingsrecht lange tijd bestond: indien de uitzondering van toepassing is, dan is het mededingingsrecht dat niet. De uitzondering is daarom van toepassing op alle landbouwproducten.

---

<sup>93</sup>Zie hierover nader: A. Gerbrandy & S. de Vries, *Landbouwbeleid en EU-mededingingsrecht. Mogelijkheden en grenzen voor zelfregulering in de melksector*, Den Haag: Boom Uitgevers, 2011, p. 27. Zie ook artikel 206 van de verordening (EU) Nr. 1308/2013 van het Europees Parlement en de Raad van 17 december 2013 tot vaststelling van een gemeenschappelijke ordening van de markten voor landbouwproducten en tot intrekking van de Verordeningen (EEG) nr. 922/72, (EEG) nr. 234/79, (EG) nr. 1037/2001 en (EG) nr. 1234/2007 van de Raad, *PbEU* L 347/671.

<sup>94</sup>Ibidem.

Artikel 209 bevat een rechtstreeks werkende uitzondering voor overeenkomsten (enzovoort) tussen landbouwers of erkende producentenorganisaties,<sup>95</sup> mits aan de voorwaarden is voldaan. Belangrijke voorwaarde is dat er geen verplichting mag worden opgelegd tot het toepassen van identieke prijzen, en de mededinging niet mag worden uitgesloten.<sup>96</sup>

Artikel 209 bevat twee algemene uitzonderingen op het mededingingsrecht voor mededingingsbeperkende overeenkomsten:

- allereerst een uitzondering voor overeenkomsten, oafg's, en besluiten 'die vereist zijn voor de verwezenlijking van de in artikel 39 VWEU omschreven doelstellingen';
- en ten tweede een uitzondering voor overeenkomsten (enzovoort) tussen 'landbouwers, verenigingen van landbouwers of unies van deze verenigingen, erkende producentenorganisaties of erkende unies van producentenorganisaties' voor zover betrekking hebbend op 'de productie of de verkoop van landbouwproducten of het gebruik van gemeenschappelijke installaties voor het opslaan, behandelen of verwerken van landbouwproducten'. Voorwaarde is wel dat de doelstelling van artikel 39 niet in gevaar worden gebracht.

Voor beide uitzonderingen geldt dat zij niet van toepassing is

- op overeenkomsten (enzovoort) die de verplichting inhouden identieke prijzen toe te passen of
- waardoor de mededinging wordt uitgesloten.

De eerste uitzondering - in het kader van artikel 39 VWEU - is niet nieuw en werd in het verleden door het Hof van Justitie zeer restrictief opgevat. Zij kon slechts van toepassing worden geacht indien alle in artikel 39 VWEU genoemde doelstellingen behartigd zouden worden.<sup>97</sup> Bovendien heeft het Hof voor de toepassing van deze uitzondering het vereiste gesteld dat de overeenkomst *noodzakelijk* is ter bereiking van *elk* van deze doelstellingen tezamen.<sup>98</sup> De vraag is dus nu of deze uitzondering op dezelfde manier wordt geïnterpreteerd als voorheen, maar er is vooralsnog geen reden om aan te nemen dat er verandering op getreden zou zijn.<sup>99</sup>

De doelstellingen van artikel 39 VWEU zijn:

- a. de productiviteit van de landbouw te doen toenemen door de technische vooruitgang te bevorderen en door zowel de rationele ontwikkeling van de landbouwproductie als een optimaal gebruik van de productiefactoren, met name de arbeidskrachten, te verzekeren;
- b. aldus de landbouwbevolking een redelijke levensstandaard te verzekeren, met name door de verhoging van het hoofdelijk inkomen van hen die in de landbouw werkzaam zijn;
- c. de markten te stabiliseren;
- d. de voorziening veilig te stellen;
- e. redelijke prijzen bij de levering aan verbruikers te verzekeren.

95 Een ontheffing is daarom niet nodig volgens lid 2 van artikel 209 van de verordening (EU) Nr. 1308/2013 van het Europees Parlement en de Raad van 17 december 2013 tot vaststelling van een gemeenschappelijke ordening van de markten voor landbouwproducten en tot intrekking van de Verordeningen (EEG) nr. 922/72, (EEG) nr. 234/79, (EG) nr. 1037/2001 en (EG) nr. 1234/2007 van de Raad, PbEU L 347/671.

96 Een voorwaarde die ook in artikel 101 lid 3 TFEU is opgenomen.

97 HvJ EG 15 mei 1975, zaak 71/74 (Frubo/Commissie), Jur. 1975, p. 563, r.o. 22-27.

98 HvJ EG 15 mei 1975, zaak 71/74, (Frubo/Commissie), r.o. 22-27 in: NMA Besluit inzake Zilveruien van 25 mei 2012, zaaknummer 6964\_1/230, p. 67. Zie ook: DG Competition Working Paper (2010), The interface between EU competition policy and the Common Agriculture Policy (CAP): Competition rules applicable to cooperation agreements between farmers in the dairy sector, Brussels 16 February 2010, p. 8.

99 Zo bevestigt de Rechtbank Rotterdam in haar uitspraak in de Zilveruienzaak van 20 maart 2014 nog steeds deze lijn. Zie: Rb Rotterdam 20 maart 2014, ECLI:NL:RBROT:2014:2045, r.o. 24.



Artikel 210 bevat een uitzondering op het mededingingsrecht voor erkende *brancheorganisaties*. Dit is geen rechtstreeks werkende uitzondering, in die zin dat zij hun overeenkomsten (enzovoort) aan de Commissie dienen voor te leggen. De uitzondering is van toepassing op overeenkomsten (enzovoort) die dienen voor de uitvoering van de taken van een erkende brancheorganisatie (zoals genoemd in artikel 157 lid 1 onder c Vo). Een van de mogelijke doelen kan overigens zijn:

- 'de kennis inzake en de doorzichtigheid van de productie en de markt verbeteren, onder meer door bekendmaking van geaggregeerde statische gegevens over productiekosten en de prijzen (....) alsook middels terbeschikkingstelling van analyses van potentiële toekomstige marktontwikkelingen op regionaal, nationaal of internationaal niveau' of
- 'de raming van het productiepotentieel, en de notering van de publieke marktprijzen'.

Verskillende typen besluiten zijn echter niet toegestaan en staan op een zwarte lijst. Daarop staan onder meer vermeld overeenkomsten (enzovoort) die de 'de vaststelling van prijzen of quota omvatten'.<sup>100</sup>

Artikel 210 bevat een uitzondering voor brancheorganisaties.

- de uitzondering geldt voor overeenkomsten (enzovoort) die dienen ter uitvoering van de taken;
- taken kunnen onder meer het bekendmaken van geaggregeerde statistische gegevens, of de notering van publieke marktprijzen omvatten
- de uitzondering is niet van toepassing indien de overeenkomst (onder meer) de vaststelling van prijzen omvat.

Van belang kan dus zijn dat een producentenorganisatie (waarop artikel 209 van toepassing is) of een brancheorganisatie (artikel 210) *erkend* is. De Verordening bevat regels omtrent de erkenning van deze organisatie, net regels omtrent de erkenning van Unies van Producentenorganisaties (UPO's). Deze regels worden hier verder niet behandeld.<sup>101</sup>

De uitzonderingen in de nieuwe Verordening betekenen in algemene zin een verheldering ten opzichte van de voorgaande situatie. Het lijkt er daarbij op dat er nu meer ruimte is voor afspraken dan onder het algemene mededingingsrecht, waar immers artikel 101 lid 3 VWEU moet worden toegepast.<sup>102</sup> Tegelijkertijd is die ruimte niet onbeperkt, met name als het gaat om het vaststellen van prijzen. Daarbij zijn de grenzen niet geheel helder. Litjens merkt bijvoorbeeld op dat producentenorganisaties immers belast kunnen zijn met 'aanbodregulering en stabilisering van prijzen'.<sup>103</sup> En hoewel identieke prijsstelling onder artikel 209 van de Verordening niet geoorloofd is, kunnen juist deze doelstellingen bewerkstelligd worden door het vaststellen van de verkoopprijs voor gelijkwaardige producten door de producentenorganisatie, waarbij de prijzen voor gelijkwaardige producten identiek zullen zijn.<sup>104</sup> Het behalen van de expliciet benoemde doelstelling van het landbouwrecht kan dus doorkruist worden door de bewoording van de uitzondering voor de toepassing van het mededingingsrecht opgenomen in datzelfde landbouwrechtelijk regime.

#### 4.4. Verdergaande uitzondering voor de sector groenten en fruit

<sup>100</sup> Artikel 210 van de verordening (EU) Nr. 1308/2013 van het Europees Parlement en de Raad van 17 december 2013 tot vaststelling van een gemeenschappelijke ordening van de markten voor landbouwproducten en tot intrekking van de Verordeningen (EEG) nr. 922/72, (EEG) nr. 234/79, (EG) nr. 1037/2001 en (EG) nr. 1234/2007 van de Raad, *PbEU* L 347/671.

<sup>101</sup> Zie artikel 152 tot en met 158 van de verordening (EU) Nr. 1308/2013 van het Europees Parlement en de Raad van 17 december 2013 tot vaststelling van een gemeenschappelijke ordening van de markten voor landbouwproducten en tot intrekking van de Verordeningen (EEG) nr. 922/72, (EEG) nr. 234/79, (EG) nr. 1037/2001 en (EG) nr. 1234/2007 van de Raad, *PbEU* L 347/671.

<sup>102</sup> M. Litjens, 'Producentenorganisaties Anno 2014', *Tijdschrift voor Agrarisch recht*, 2014, p. 144.

<sup>103</sup> Artikel 152, lid 1 onder c), met name onder i) en ii) van de verordening (EU) Nr. 1308/2013 van het Europees Parlement en de Raad van 17 december 2013 tot vaststelling van een gemeenschappelijke ordening van de markten voor landbouwproducten en tot intrekking van de Verordeningen (EEG) nr. 922/72, (EEG) nr. 234/79, (EG) nr. 1037/2001 en (EG) nr. 1234/2007 van de Raad, *PbEU* L 347/671.

<sup>104</sup> M. Litjens, 'Producentenorganisaties Anno 2014', *Tijdschrift voor Agrarisch recht*, 2014, p.145.

Vanwege de overschotten in de groenten en fruitsector in de jaren '60 van de vorige eeuw, is er in het kader van het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid (GLB) een speciale rol toegekend aan telersverenigingen (nu: producentenorganisatie of PO) in deze sector.<sup>105</sup> De erkende producentenorganisaties zorgden ervoor dat de marktprijs op peil werd gehouden, en dat de telers middels de PO het aanbod konden concentreren en de producentenprijzen konden reguleren om overschotten te voorkomen.<sup>106</sup> Ook onder de nieuwe Verordening is de erkenning van PO's in de sector groenten en fruit-sector aan andere voorwaarden verbonden dan de overige PO's en is voorgeschreven dat een PO in die sector het aanbod bundelt en de prijs bepaalt.<sup>107</sup> Daarom lijkt er voor deze PO's te gelden dat zij een economische eenheid vormen:<sup>108</sup> er is geen sprake van bundeling van producenten binnen een organisatie, maar van overname van eigendom van die producten aan de PO.<sup>109</sup> Daardoor is wat *binnen* deze PO's gebeurt niet aan het mededingingsrecht onderworpen, althans niet aan het verbod op mededingingsbeperkende afspraken, nu dat verbod er immers van uitgaat dat er afstemming tussen ondernemingen plaatsvindt. Binnen een enkele economische eenheid kan geen sprake zijn van een overeenkomst tussen ondernemingen. Dus was voor deze sectoren steeds een gezamenlijke prijszetting toegestaan.<sup>110</sup> Daarin lijkt met de nieuwe verordening geen verandering gekomen.

In literatuur is wel opgemerkt dat er spanning bestaat tussen de voorwaarde voor toepassing van de uitzondering van artikel 209 van de Verordening, namelijk dat deze uitzondering niet geldt indien prijsafspraken worden gemaakt, en de aanvullende regels voor de sectoren groenten en fruit. Maar de daadwerkelijk gemeenschappelijke prijszetting van de PO in deze sectoren lijkt aan toepassing van de uitzondering van artikel 209 van de Verordening niet toe te hoeven komen, als deze PO's inderdaad als economische eenheid worden gezien. Ofwel op die wijze wordt de spanning opgelost, ofwel via de band van de specifieke verplichting namens de leden te onderhandelen.<sup>111</sup> Dat de ACM heeft opgemerkt (in het paprika-besluit<sup>112</sup>), dat ook in die sectoren de individuele leden van de producentenorganisatie geen invloed mogen hebben op de paprika-prijzen doet daar aan niet af, immers 'de totstandkoming van de prijzen dient (gecoördineerd) door de PO te worden gedaan'.<sup>113</sup>

## 4.5. Prijsnoteringen (en informatie-uitwisseling) in de landbouwsector en het mededingingsrecht

Transparantie over prijsvorming lijkt met name ook in de landbouwsector van belang om de doelstellingen van artikel 39 VWEU te kunnen vervullen. Zo kan ook informatie-uitwisseling (ook) in de landbouwsector een legitieme behoefte vervullen en tot efficiëntieverbeteringen leiden. Met name bij prijs-asymmetrie kan dit het geval zijn, of daar waar het uitwisseling van informatie leidt tot interne efficiëntieverbeteringen en kostenbesparingen.<sup>114</sup> Zelfs het uitwisselen van informatie betreffende de prijzen kan hiertoe leiden, zonder dat direct sprake is van een mededingingsbeperkende afspraak. Zoals hierboven al werd aangegeven (in hoofdstuk 3) heeft DG Mededinging in algemene zin echter wel gewaarschuwd door te stellen dat het voortdurend aandringen op een grotere doorzichtigheid van de prijzen in de landbouwsector problematisch kan zijn: daar waar volledige transparantie heerst is

<sup>105</sup> M. Litjens, 'Producentenorganisaties Anno 2014', *Tijdschrift voor Agrarisch recht*, 2014, p. 139.

<sup>106</sup> Naast de groenten en fruitsector was het gezamenlijk verkopen in een PO ook toegestaan in de zuivelsector dat ook met een overschot kampte.

<sup>107</sup> M. Litjens, 'Producentenorganisaties Anno 2014', *Tijdschrift voor Agrarisch recht*, 2014, p. 142.

<sup>108</sup> M.J. Plomp, 'Spelregels voor samenwerking en concurrentie', *Tijdschrift voor Agrarisch recht*, 2013, p. 167.

<sup>109</sup> Dit is het geval bij coöperaties. Over coöperaties (in de zuivelsector) heeft het Hof van justitie zich al lang geleden uitgelaten als zijnde in beginsel mededingingsbevorderend mits aan bepaalde eisen van toe- en uittreding wordt voldaan. Zie HvJ Zaak C-250/92 (*Gottrup Klim*) in: A. Gerbrandy en S. De Vries, *Landbouwbeleid en EU-mededingingsrecht. Mogelijkheden en grenzen voor zelfregulering in de melksector*, p. 32.

<sup>110</sup> Ibidem, p. 17. Zie ook: M. Litjens, 'Producentenorganisaties Anno 2014', *Tijdschrift voor Agrarisch recht*, 2014, p. 141-142.

<sup>111</sup> Over dat laatste: M. Litjens, 'Producentenorganisaties Anno 2014', *Tijdschrift voor Agrarisch recht*, 2014, p. 145.

<sup>112</sup> NMa Besluit inzake Paprika van 15 mei 2012, zaaknummer 7036\_1/386.

<sup>113</sup> Randnummer 73 van NMa Besluit inzake Paprika van 15 mei 2012, zaaknummer 7036\_1/386, in: M. Litjens,

'Producentenorganisaties Anno 2014', *Tijdschrift voor Agrarisch recht*, 2014, p. 143.

<sup>114</sup> Rapport van de Vlaamse overheid, Departement Landbouw en Visserij, 'Mededinging' en de *Integrale Gemeenschappelijke Marktordening (Integrale-GMO). Producenten- en brancheorganisaties*, 20 augustus 2012, p. 20.

---

dat niet per definitie voordelig voor de primaire producenten. Dergelijke transparantie kan ook een mededingingsbeperkend effect hebben: zodra de laagste prijs bekend is en deze als referentieprijs voor de *kopers* direct als richt- of vaste prijs wordt beschouwd leidt dit tot aanpassingen in het gedrag tot aanpassing aan de laagste aankoopprijs.<sup>115</sup> Dat vermindert ook de ruimte tot productdifferentiatie voor de producenten.<sup>116</sup>

In de nieuwe Verordening is echter terug te zien dat transparantie en uitwisseling van informatie als zodanig niet negatief worden beoordeeld.

Allereerst dient er op te worden gewezen dat PO's ten doel kunnen hebben het 'stabiliseren van de prijs' (artikel 152, c). Hier kan eventueel spanning ontstaan met het algemene mededingingsrechtelijke kader ten aanzien van prijsnoteringen en (daarmee gepaard gaande) prijsinformatie-uitwisseling. Deze ligt tussen de doelstelling, in artikel 152 onder c en artikel 39 VWEU van een gestabiliseerd aanbod en een gestabiliseerde prijs en het algemene mededingingsrechtelijke - en in de Verordening ook opgenomen - verbod op prijsafspraken. In algemene zin is er ook in de landbouwsector geen mededingingsrechtelijk probleem zolang het bij het vormgeven van de prijsstabilisatie doelstelling niet gaat om uitwisseling, tussen concurrenten, van *strategische* informatie (zoals informatie over actuele prijzen, kortingen, hoeveelheden en omzet). Maar het zou kunnen voorkomen - zo lijkt ons - dat het voor het bereiken van deze doelstellingen, van de PO's en van 39 VWEU, *noodzakelijk* is dat uitwisseling van actuele, en dus strategische, informatie plaatsvindt. Hoewel de interpretatie van de voorwaarden van die noodzakelijkheidseis tot nu toe strikt is geweest (zie hiervoor), is de herijking van de verhouding tussen landbouwregels en mededingingsrecht wellicht aanleiding deze strikte interpretatie te herzien. Eenduidig is dit niet, nu de tekst juist in dit opzicht in zekere zin ongewijzigd is gebleven.

Opvallend is dat de nieuwe Verordening een expliciete verwijzing bevat naar prijsnoteringen en wel in de bepaling over mogelijke doelstellingen van BO's. Zij kunnen immers als doelstelling hebben 'de notering van publieke marktprijzen'. Het lijkt er echter niet op dat deze zinsnede de algemene grenzen van het mededingingsrecht, die hiervoor in hoofdstuk 3 werden behandeld, erg veel ruimer maakt voor de activiteiten van de BO's, indien de prijsnotering niet gepaard gaat met het uitwisselen van prijsinformatie tussen de aangesloten producenten en andere ketenpartners. Het gaat hierbij, zo mag verwacht worden, immers om het publiek maken van een geaggregeerde vorm van prijsinformatie. De uitzondering in de nieuwe verordening - of de doelstellingen daarvan - lijkt niet te impliceren dat een prijsnotering door een BO gepaard kan gaan met het onderling uitwisselen van strategische informatie. Desalniettemin kan het bepaalde gevallen zo zijn dat een prijsnotering die onder het algemene mededingingsrecht, vanwege de kenmerken van de markt en de totstandkoming van de notering, wel degelijk als mededingingsbeperkend dient te worden beschouwd, onder de nieuwe verordening zal moeten toegestaan via de toepassing van de erkenningsregels voor BO's en samenhang met de uitzondering van artikel 210 in de Verordening.

Daar staat wel tegenover dat het ook aan BO's expliciet *niet* is toegestaan een *verplichting* op te leggen tot het hanteren van identieke prijzen: prijsbinding van de brancheorganisatie aan de aangesloten leden blijft daarom in algemene zin niet toegestaan.

---

115 DG Competition Working Paper (2010), The interface between EU competition policy and the Common Agriculture Policy (CAP): Competition rules applicable to cooperation agreements between farmers in the dairy sector, Brussels 16 February 2010, p. 31.

116 Zie het rapport: European Competition Network, ECN activities in the food sector, Report on competition law enforcement and market monitoring activities by the European competition authorities in the food sector, 2012, p. 103-104, waarin is opgenomen: 'The sector inquiry on the milk sector of the German NCA (which published an interim report in December 2010 and the final report in January 2012) revealed how excessive price transparency in the market can influence price formation of milk and dairy products and lead to potential distortive effects. In particular, the inquiry found the existence of market information systems which provided up-to-date data on the prices of raw milk paid by each dairy company to producers. These systems allowed private dairies to know the prices paid by neighbouring dairy cooperatives, which were then used as benchmark for the prices paid to their own suppliers. It was found that these mechanisms facilitated the standardisation of prices and led to a reduction of competition among dairy companies with regard to the acquisition of raw milk.'

---

Daarnaast is het BO's toegestaan om als doel te hebben het uitwisselen van 'geaggregeerde statische gegevens over productiekosten en de prijzen'. Met name deze laatste vorm van uitwisseling voldoet, zo lijkt het, echter ook aan de randvoorwaarden die de algemene mededingingsregels stellen aan geoorloofde vormen van uitwisseling,<sup>117</sup> zij het onder erkenning van enkele specifieke kenmerken van de landbouwsector, zoals duidelijk gemaakt in artikel 39 VWEU.

## 4.6. Conclusie

De nieuwe Verordening biedt een expliciete uitzondering op het mededingingsrecht: mededingingsbeperkende overeenkomsten zijn - onder voorwaarden - toegestaan. Bij nadere beschouwing is niet bij voorbaat duidelijk of de ruimte die wordt geboden (en ingeperkt door de voorwaarden) niet toch grotendeels gelijk loopt aan de toepassing van het algemene mededingingsrecht. Allereerst zijn prijsnoteringen ook onder het algemene mededingingsrecht niet steeds mededingingsrechtelijk problematisch. Daarnaast, ook in de landbouwuitzondering zijn daadwerkelijke *prijsafspraken* niet geoorloofd. Wel kan het voorkomen dat in specifieke marktomstandigheden de uitwisseling van informatie binnen producenten, aangesloten bij een PO, bijdraagt tot de doelstellingen van die PO of artikel 39 VWEU: in dat geval kan de ruimte die het landbouwrecht biedt ruimer zijn dan de mededingingsrechtelijke ruimte. Datzelfde geldt voor de ruimte die BO's is gegund onder de landbouwuitzondering. Ten slotte dient te worden opgemerkt dat het voor de PO's in de groenten- en fruitsector in algemene zin er op lijkt dat er geen problemen zijn ten aanzien van prijsnoteringen of uitwisselen van informatie over de prijs, nu zij waarschijnlijk mededingingsrechtelijk gezien als economische eenheid dienen te worden beschouwd. Echter, prijsinformatie-uitwisseling om te komen tot prijsnoteringen *tussen* de PO's kan evenwel op dezelfde mededingingsrechtelijke grenzen stuiten.

---

<sup>117</sup> In het algemene mededingingsrecht kan uitwisseling van geaggregeerde gegevens desalniettemin mededingingsbeperkend zijn, indien op een hechte oligopolistische markt (zie hiervoor).

---

# Hoofdstuk 5 - Conclusies ten behoeve van mededingingsrechtelijke quick scan

Uit deze bijlage bij het onderzoeksrapport blijkt dat artikel 101 VWEU en artikel 6 Mw relevant zijn voor dit onderzoek.<sup>118</sup> Daarbij laat een bespreking van een recent arrest van het Hof van Justitie zien hoe in ieder geval onderlinge - horizontale - informatie-uitwisseling bij prijsnoteringen de grens van het mededingingsrechtelijk toelaatbare overschrijdt. Deze beschouwing wordt hier niet herhaald, maar betreft ook de relatie tussen het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid (GLB) en de algemene mededingingsrechtelijke bepalingen: het mededingingsrecht is van toepassing, tenzij uit de specifieke landbouwregels blijkt dat dit niet zo is.<sup>119</sup> Samengevat komt uit die beschouwing het volgende naar voren.

*Prijsafspraken*, vooral horizontale prijsafspraken, worden vrijwel steeds als doelbeperkingen beschouwd, waarvan het effect op de markt niet nader hoeft te worden onderzocht.<sup>120</sup> Dat geldt ook voor de uitwisseling van prijsinformatie tussen concurrenten, waarbij eenmalige uitwisseling al een mededingingsbeperkende onderling afgestemde feitelijke gedraging (oafg) kan opleveren. Zuivere *prijsnoteringen*, openbare noteringen van prijzen in de markt zonder informatie-uitwisseling tussen concurrenten, worden niet direct mededingingsrechtelijk als negatief beschouwd, maar onder bepaalde voorwaarden zijn zij wel risicovol. Zij kunnen efficiëntie-verhogend zijn doordat ze transparantie op de markt creëren en dus transactiekosten verlagen. Zowel marktomstandigheden als de wijze van totstandkoming van een prijsnotering kunnen echter afdoen aan de mededingingsrechtelijke toelaatbaarheid van prijsnoteringen. Voor de analyse van daadwerkelijke prijsnoteringen zijn er drie hoofdelementen van belang, elk bestaande uit enkele deelelementen.

Analyse van rechtspraak en beleidsdocumenten levert op dat ten aanzien van de *marktstructuur* geldt dat bij een oligopolistische marktstructuur een grotere kans op mededingingsrechtelijke problemen bij prijsnoteringen is, dan bij een structuur met veel aanbieders. Ook zal in een volatiele markt het effect van een prijsnotering niet snel mededingingsbeperkend zijn, dit is eerder het geval bij stabiele prijzen. Ten aanzien van de *totstandkoming* van de prijsnotering geldt dat indien daarbij actuele of toekomstige prijsinformatie wordt uitgewisseld tussen concurrenten, de grenzen van wat mededingingsrechtelijk toelaatbaar is snel in zicht komen. Dit type prijsnotering hangt namelijk nauw samen met de beoordeling van de *informatie-uitwisseling* tussen concurrenten. Het gevaar voor een oafg ligt eerder op de loer bij de uitwisseling van *strategische informatie* over de hoeveelheid of prijs van een product, waardoor de uitwisseling kan worden gezien als een doelbeperking. Echter, indien een derde die gegevens verzamelt en op geaggregeerde wijze presenteert, zal er veel minder snel sprake zijn van ongeoorloofde informatie-uitwisseling. Tot slot geldt er bij de *werking* van de

---

<sup>118</sup> Het kartelverbod uit artikel 101 VWEU luidt: 'alle overeenkomsten tussen ondernemingen, alle besluiten van ondernemersverenigingen en alle onderling afgestemde feitelijke gedragingen welke de handel tussen lidstaten ongunstig kunnen beïnvloeden en ertoe strekken of ten gevolge hebben dat de mededinging binnen de gemeenschappelijke markt wordt verhinderd, beperkt of vervalst'.

<sup>119</sup> Artikel 209 van Verordening 1308/2013<sup>119</sup> bevat een rechtstreeks werkende uitzondering voor afspraken tussen landbouwers of erkende producentenorganisaties (PO's). Bij de toepassing van artikel 209 hanteert het Hof van Justitie (HvJ) een restrictieve benadering; het is slechts van toepassing indien een afspraak *noodzakelijk* is ter bereiking van *alle* doelstellingen die omschreven staan in artikel 39 VWEU. Verder mogen de afspraken niet verplichten tot het toepassen van identieke prijzen en mag de mededinging niet worden uitgesloten. Artikel 210 van de Verordening bevat een uitzondering op het mededingingsrecht voor de uitvoering van de taken van erkende *brancheorganisaties* (BO's), mits de overeenkomsten aan de Commissie worden voorgelegd. De uitzondering kan gelden voor het bekendmaken van de notering van publieke marktprijzen, echter, deze geldt uitdrukkelijk niet voor het vaststellen van prijzen of quota. Voor *erkende* PO's in de sector groenten en fruit gelden van oudsher andere voorwaarden die met de nieuwe verordening blijven voortbestaan. Voor deze sector is het namelijk toegestaan dat een erkende PO het aanbod bundelt en de prijs bepaalt

<sup>120</sup> Een uitzondering op het kartelverbod is mogelijk op basis van lid 3 van artikel 101 VWEU (bijna gelijk artikel 6 lid 3 Mw). Hierin staan vier voorwaarden: (1) bijdragen tot verbetering van de productie of van de verdeling der producten of tot verbetering van de technische of economische vooruitgang, (2) mits een billijk aandeel in de daaruit voortvloeiende voordelen de gebruikers ten goede komt, en zonder nochtans aan de betrokken ondernemingen (3) a) beperkingen op te leggen welke voor het bereiken van deze doelstellingen niet onmisbaar zijn, (4) b) de mogelijkheid te geven, voor een wezenlijk deel van de betrokken producten de mededinging uit te schakelen.'

---

prijsnotering, dat net zoals in het algemene mededingingsrecht ten aanzien van prijsbinding geldt, indien de prijsnotering in feite een voorgeschreven prijs voor producenten is, er sprake kan zijn van ongeoorloofde prijsbinding.

Transparantie over prijsvorming in de landbouwsector kan vooral bijdragen aan het bereiken van de doelstellingen uit artikel 39 VWEU. Informatie-uitwisseling in de landbouwsector kan dus een legitieme behoefte vervullen bij prijsasymmetrie en tot efficiëntieverbeteringen en kostenbesparingen leiden. Echter, het nastreven van het doel van PO's, namelijk stabiliseren van de prijs (artikel 152, c van de nieuwe Verordening), kan nog wel een eventuele spanning doen ontstaan met het mededingingsrechtelijke kader ten aanzien van prijsnoteringen en daarmee gepaard gaande prijsinformatie-uitwisseling.<sup>121</sup> Ook dient er op gewezen te worden dat DG Mededinging van de Europese Unie heeft gewaarschuwd dat het voortdurend aandringen op een grotere prijstransparantie in de landbouwsector nadelig kan zijn voor landbouwproducenten wanneer er al een hoge mate van transparantie aanwezig is. De bekendmaking van de laagste prijs kan voor de afnemers dienen als referentieprij (dan wel richt- of vaste prijs), waardoor de onderhandelingspositie voor landbouwproducenten verzwakt en dit ook leidt tot minder ruimte voor productdifferentiatie. Voor de beoordeling van prijsnoteringen is daarom een aantal aspecten relevant. Zij vormen het mededingingsrechtelijke beoordelingskader. Ten eerste is relevant de totstandkoming van de prijsnotering (of de data individuele bedrijven betreffen of geaggregeerde data van meerdere bedrijven; of de prijsnotering door bedrijven zelf wordt gepubliceerd of door een onafhankelijke derde partij; of het gaat om toekomstige, actuele (nu geldende) of historische prijzen); ten tweede de marktomstandigheden (bestaande transparantie in het prijsvormingsproces, de marktconcentratie; de stabiliteit van de markt en product differentiatie). Ten slotte nemen wij mee in de quick scan het effect van de prijsnotering (bindend effect of niet) als relevante factor. De aspecten hangen, de informatie die wordt uitgewisseld en de marktstructuur, hangen natuurlijk samen. Gezamenlijk bepalen deze elementen - informatie vervat in de prijsnotering, marktstructurele elementen en (bindend) effect - de mededingingsrechtelijke risico's.

---

<sup>121</sup> Voor het bereiken van de doelstellingen van de PO's en van artikel 39 VWEU (stabiliseren aanbod) lijkt het ons dat het *noodzakelijk* kan zijn dat uitwisseling van actuele (strategische) informatie plaatsvindt (over bijvoorbeeld actuele prijzen, kortingen, hoeveelheden en omzet). Zie bijlage voor een nadere beschouwing.

---

# Annex I: Feiten en beoordeling in de Bananen-zaak

## *Feiten*

In deze zaak stelde de Commissie een *oafg* vast tussen drie bananenleveranciers, die als strekking had de mededinging te beperken omdat daarmee prijsnoteringen (ook wel: referentieprijzen of 'quotation price') voor bananen werden gecoördineerd.<sup>122</sup> De drie bananenleveranciers, namelijk Chiquita, Dole en Weichert, hadden een aanzienlijk gezamenlijk marktaandeel van ongeveer 45-50% op de Noord Europese markt.<sup>123</sup> Vóór het daadwerkelijk vaststellen van de referentieprijzen voor hun bananen, bespraken zij tijdens bilaterale (telefonische) overleggen (tussen enerzijds Dole en Chiquita en anderzijds Dole en Weichert) de relevante factoren voor de totstandkoming van de prijs voor bananen, zoals het vaststellen van prijsnoteringen voor de komende week en prijstrends en indicatieve prijsnoteringen voor de komende weken.<sup>124</sup> De overleggen vonden bijna wekelijks of bi-wekelijks plaats op de woensdag voordat de betrokken ondernemingen hun wekelijkse prijsnoteringen voor hun merk op donderdagochtend vaststelden en deze aan hun klanten en de vakpers meedeelden.<sup>125</sup> De Commissie legde aan de betrokken ondernemingen een geldboete op van €60,3 miljoen voor het deelnemen aan een kartel tussen 2000 en 2002.<sup>126</sup>

Het Gerecht bevestigt de Commissie. Maar voordat het Gerecht tot het oordeel komt dat er sprake is van een *oafg* met een mededingingsbeperkende strekking, gaat het Gerecht eerst in op de kenmerken van de (i) marktstructuur en (ii) de mededingingsrechtelijke relevantie van prijsnoteringen.

## *Het Gerecht over de marktstructuur*

Ten aanzien van de marktstructuur concludeert het Gerecht dat de betrokken markt weliswaar niet als oligopolistisch kan worden aangemerkt, maar ook niet door een versnipperd aanbod wordt gekenmerkt.<sup>127</sup> Daarnaast is het vaste rechtspraak dat een systeem van informatie-uitwisselingen ook een inbreuk op het mededingingsrecht kan vormen wanneer de betrokken markt geen sterk geconcentreerde oligopolistische markt betreft.<sup>128</sup> Met betrekking tot het transparantieniveau van de markt stelt het Gerecht dat door het specifieke regelgevingskader (Verordening nr. 404/93) dat destijds van toepassing was op de bananensector,<sup>129</sup> er al een transparante markt was gecreëerd. Het opgezette informatiesysteem heeft de betrokken ondernemingen verder in staat gesteld een

---

<sup>122</sup> Beschikking Commissie van 15 oktober 2008, COMP/39.188 (*Bananen*), punten 110 en 198.

<sup>123</sup> HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 438.

<sup>124</sup> HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o.17. Beschikking Commissie van 15 oktober 2008, COMP/39.188 (*Bananen*), punt 110 e.v. Zie ook: C.E. Schillemans, "Informatie-uitwisseling en het mededingingsrecht", *M&M* oktober 2010(5), p. 177.

<sup>125</sup> *Ibidem*, HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 353 en 451-452. 451-452: Vaststaat dat Chiquita, Dole en Weichert elke week, namelijk op donderdagochtend, hun referentieprijzen voor hun merk vaststelden en deze aan hun klanten meedeelden. De invoerders hebben opgemerkt dat de referentieprijzen snel circuleerden in de gehele sector en vervolgens aan de vakpers werden bekendgemaakt (punten 34, 104 en 106 van de beschikking Commissie van 15 oktober 2008, COMP/39.188 (*Bananen*)).

<sup>126</sup> De boete werd opgelegd aan Weichert en Dole. Chiquita kreeg een nulboete omdat zij het kartel meldde en clementie verkreeg. De opgelegde boete werd met 60% verlaagd met het oog op de bijzondere omstandigheden van de zaak, waaronder de specifieke regelgeving die destijds op de bananenmarkt van toepassing was. Zie: Persbericht van de Europese Commissie van 15 oktober 2008.

<sup>127</sup> HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 440.

<sup>128</sup> HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 432. Zie ook HvJ EG 11 maart 1999, T-141/94 (*Thyssen Stahl / Commissie*).

<sup>129</sup> HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 370, 379, 389: Het regelgevingskader werd gekenmerkt door Verordening nr. 404/93 waardoor het systeem van invoer van bananen tijdens de betrokken periode onderworpen was aan een systeem van licenties. De invoercontingenten voor bananen werden jaarlijks vastgesteld en op kwartaalbasis toegewezen, waarbij een zekere -beperkte- flexibiliteit werd gehanteerd tussen de kwartalen. Kortom, de prijsvorming op de bananenmarkt kwam niet tot stand door vraag en aanbod in een vrije markt. Zie: Voorstel voor een verordening van de Raad tot wijziging van Verordening (EEG) nr. 404/93 houdende een gemeenschappelijke ordening der markten in de sector bananen, *PbEU* C 304 E/23, door de Commissie ingediend op 21 augustus 2001.

---

klimaat van onderlinge zekerheid met betrekking tot hun toekomstige prijsbeleid te creëren.<sup>130</sup> Daarnaast heeft de regelmatige en frequente uitwisseling van de toekomstige referentieprijzen de transparantie op de markt kunstmatig verhoogd waarop de mededinging verder werd verzwakt.<sup>131</sup> Doordat de markt al transparant was verliep de uitwisseling van informatie in een context 'waarin minder onzekerheid bestond over de leverings situatie van hun concurrenten waardoor het des te belangrijker was om de resterende onzekerheid over de toekomstige prijsbeslissing van de concurrenten te handhaven'.<sup>132</sup> In deze context, waarin al informatie wordt uitgewisseld over de hoeveelheid bananen die in wekelijkse cycli aangevoerd worden tot de Noord-Europese havens, de prijs een doorslaggevend mededingingsinstrument is en het 'absoluut noodzakelijk is om de resterende onzekerheid op de bananenmarkt over de toekomstige prijsbeslissingen van de concurrenten te handhaven'.<sup>133</sup>

#### *Prijsnoteringen mededingingsrechtelijk relevant*

Het Gerecht wijst op een aantal specifieke kenmerken in deze zaak, zoals de 'regelmatige en frequente uitwisseling van de toekomstige prijsnoteringen'; het feit dat de gegevens van 'voldoende strategisch belang waren vanwege de zeer [actuele inhoud] en omdat de uitwisseling gedurende een lange periode kort op elkaar volgden', en dat vanwege het opgezette uitwisselingssysteem de betrokken ondernemingen 'eenvoudiger, sneller en directer toegang [konden] verkrijgen tot de gegevens en deze telkens opnieuw aan gemeenschappelijke evaluatie onderwerpen'. Met betrekking tot de relevantie van de prijsnoteringen, was het standpunt van de Commissie dat de uitwisseling van referentieprijzen als doel hadden de mededinging te verstoren en 'minstens dienden als markt signaal, markt tendens of aanwijzing met betrekking tot de beoogde ontwikkeling van bananenprijzen en dat zij relevant waren voor de bananenhandel en de verkregen prijzen. Voor sommige transacties waren de reële prijzen zelfs rechtstreeks aan de referentieprijzen gekoppeld.' Daarnaast was de Commissie van mening dat de referentieprijzen dienden als startpositie voor de wekelijkse prijs onderhandelingen voor bananenimporteurs. Het Gerecht stelt vervolgens vast dat de Commissie terecht heeft opgemerkt dat de reële prijzen inderdaad afhingen van de referentieprijzen en dat de klanten de ontwikkeling ervan volgden, omdat zij hadden begrepen dat er een verband bestond tussen de prijsnoteringen en de reële prijzen. Daarnaast wijst het op een zekere 'onderlinge vervlechting van de referentieprijzen voor bananen van de merken [...] en dat verschillen slechts binnen bepaalde grenzen draagbaar waren'.

---

<sup>130</sup>HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 368.

<sup>131</sup>HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 370.

<sup>132</sup>HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 389.

<sup>133</sup>HvJ EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce / Commissie*), r.o. 416-417. Volgens de rechtspraak moet iedere ondernemer namelijk zelfstandig bepalen welk beleid hij op de gemeenschappelijke markt wil voeren, en sluit deze eis van zelfstandigheid weliswaar niet uit dat de ondernemer gerechtigd is zijn beleid op een intelligente manier aan het vastgestelde of te verwachten gedrag van zijn concurrenten aan te passen, maar staat zij onverbiddelijk in de weg aan elk al dan niet rechtstreeks contact tussen ondernemers waardoor het marktgedrag van een bestaande of mogelijke concurrent wordt beïnvloed of deze wordt geïnformeerd over beslissingen of voornemens met betrekking tot het eigen marktgedrag, wanneer deze contacten tot doel of tot gevolg hebben dat mededingingsvoorwaarden ontstaan die, gelet op de aard van de producten of verleende diensten, de grootte van de ondernemingen, hun aantal en de omvang van de betrokken markt, niet met de normale voorwaarden op die markt overeenkomen. Zie ook: HvJ EG 4 juni 2009, C-8/08 (*T-Mobile Nederland*), r.o. 32-33.



---

# Annex II: Bronnen

## EU Wetgeving

- Verordening (EU) Nr. 1308/2013 van het Europees Parlement en de Raad van 17 december 2013 tot vaststelling van een gemeenschappelijke ordening van de markten voor landbouwproducten en tot intrekking van de Verordeningen (EEG) nr. 922/72, (EEG) nr. 234/79, (EG) nr. 1037/2001 en (EG) nr. 1234/2007 van de Raad, *PbEU* L 347/671.

## Rechtspraak EU

- HvJ EG 15 mei 1975, zaak 71/74 (*Frubo/Commissie*)
- HvJ EG 14 februari 1978, 27/76 (*United Brands/Commissie*)
- Gerecht EU 27 oktober 1994, T-35/92 (*John Deere/Commissie*)
- Gerecht EU 11 maart 1999, T-141/94 (*Thyssen Stahl/Commissie*)
- HvJ EG 15 december 1994, C-250/92 (*Gottrup Klim*)
- HvJ EU 4 juni 2009, C-8/08 (*T-Mobile Nederland*)
- Gerecht EU 14 maart 2013, T-587/08 (*Fresh Del Monte Produce/Commissie*)
- HvJ EU 11 september 2014, C- 67/13 P (*Cartes Bancaires*)

## Rechtspraak Nederland

- Rb Rotterdam 20 maart 2014, ECLI:NL:RBROT:2014:2045.

## Europese Commissie

- Beschikking Commissie van 15 oktober 2008, COMP/39.188 (*Bananen*)
- Mededeling betreffende overeenkomsten van geringe betekenis die de mededinging niet merkbaar beperken in de zin van artikel 101, lid 1, van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie (de-minimismededeling), *PbEU* 2014, C 291/01.
- Richtsnoeren betreffende de toepassing van artikel 81, lid 3, van het Verdrag, *PbEU* 2004, C 101.
- Richtsnoeren inzake de toepasselijkheid van artikel 101 van het Verdrag betreffende de werking van de Europese Unie op horizontale samenwerkingsovereenkomsten (Horizontale Richtsnoeren), *PbEU* 2011, C 11/01.

## Autoriteit Consument & Markt

- NMa Besluit inzake Zilveruien van 25 mei 2012, zaaknummer 6964\_1/230.
- NMa Besluit inzake Paprika van 15 mei 2012, zaaknummer 7036\_1/386
- Richtsnoeren NMa samenwerking ondernemingen van 7 april 2005, *Stcrt.* 2005, 67; laatst gewijzigd bij besluit van 28 maart 2013, *Stcrt.* 2013, 8686.

---

## Bibliografie

- H.M. Cornelissen, Het Expedia-arrest: een merkbare koerswijziging? *NTER* juni 2013, nr. 5).
- A. Gerbrandy & S. de Vries, *Landbouwbeleid en EU-mededingingsrecht. Mogelijkheden en grenzen voor zelfregulering in de melksector* (Den Haag: Boom Uitgevers, 2011)
- A. Gerbrandy, 'Duurzaamheidsbelangen in het mededingingsrecht. De positie van ACM ten opzichte van het Hof van Justitie en de Europese Commissie', *Nederlands Tijdschrift voor Europees recht* 2013, nr 9.
- A. Gerbrandy 'Competition Law for a Sustainable Society: Government Action or Private Initiatives in Reaction to Science's Call for Sustainability', in: A.C. Ciachhi, R. Neerhof, M. Heldeweg & B. van der Meulen (eds.), *Law and Governance. Beyond the Public - Private Law Divide?*, Den Haag: Boom Juridische Uitgevers 2013.
- A. Jones & B. Sufrin, *EU Competition Law. Text, cases, and materials* (Oxford University Press; Oxford 2011)
- DG Competition Working Paper (2010), *The interface between EU competition policy and the Common Agriculture Policy (CAP): Competition rules applicable to cooperation agreements between farmers in the dairy sector*, Brussels 16 February 2010.
- European Competition Network, ECN activities in the food sector, *Report on competition law enforcement and market monitoring activities by the European competition authorities in the food sector*, 2012.
- M. Litjens, 'Producentenorganisaties Anno 2014', *Tijdschrift voor Agrarisch recht*, 2014.
- M.J. Plomp, 'Spelregels voor samenwerking en concurrentie', *Tijdschrift voor Agrarisch recht*, 2013.
- G. Oosterhuis, Allianz: een beetje vaag en heel ongelukkig, *NTER* januari 2013, nr. 1
- Rapport van de Vlaamse overheid, Departement Landbouw en Visserij, 'Mededinging' en de *Integrale Gemeenschappelijke Marktordering (Integrale-GMO). Producenten- en brancheorganisaties*, 20 augustus 2012.
- C.E. Schillemans, 'Informatie uitwisseling en het mededingingsrecht', *Markt en Mededinging* 2010, nr. 5.

---

# Bijlage 5 Econometrische analyse prijsvorming basisvoedingsmiddelen

De toelichting op de uitgevoerde econometrische berekeningen en de resultaten van deze berekeningen zijn op aanvraag beschikbaar bij de auteur.



---

LEI Wageningen UR  
Postbus 29703  
2502 LS Den Haag  
T 070 335 83 30  
E [publicatie.lei@wur.nl](mailto:publicatie.lei@wur.nl)  
[www.wageningenUR.nl/lei](http://www.wageningenUR.nl/lei)

NOTA  
LEI 14-112

---

LEI Wageningen UR verricht sociaaleconomisch onderzoek en is de strategische partner voor overheden en bedrijfsleven op het gebied van duurzame en economische ontwikkeling binnen het domein van voeding en leefomgeving. Het LEI maakt deel uit van Wageningen UR (University & Research centre). Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen van Wageningen University en het Wageningen UR Centre for Development Innovation de Social Sciences Group.

De missie van Wageningen UR (University & Research centre) is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen UR bundelen 9 gespecialiseerde onderzoeksinstituten van stichting DLO en Wageningen University hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 6.500 medewerkers en 10.000 studenten behoort Wageningen UR wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

---

To explore  
the potential  
of nature to  
improve the  
quality of life



---

LEI Wageningen UR  
Postbus 29703  
2502 LS Den Haag  
E [publicatie.lei@wur.nl](mailto:publicatie.lei@wur.nl)  
[www.wageningenUR.nl/lei](http://www.wageningenUR.nl/lei)

NOTA  
LEI 14-112

---

LEI Wageningen UR is een onafhankelijk, internationaal toonaangevend, sociaaleconomisch onderzoeksinstituut. De unieke data, modellen en kennis van het LEI bieden opdrachtgevers op vernieuwende wijze inzichten en integrale adviezen bij beleid en besluitvorming, en dragen uiteindelijk bij aan een duurzamere wereld. Het LEI maakt deel uit van Wageningen UR (University & Research centre). Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen van Wageningen University en het Wageningen UR Centre for Development Innovation van de Social Sciences Group.

De missie van Wageningen UR (University & Research centre) is 'To explore the potential of nature to improve the quality of life'. Binnen Wageningen UR bundelen 9 gespecialiseerde onderzoeksinstituten van stichting DLO en Wageningen University hun krachten om bij te dragen aan de oplossing van belangrijke vragen in het domein van gezonde voeding en leefomgeving. Met ongeveer 30 vestigingen, 6.500 medewerkers en 10.000 studenten behoort Wageningen UR wereldwijd tot de aansprekende kennisinstellingen binnen haar domein. De integrale benadering van de vraagstukken en de samenwerking tussen verschillende disciplines vormen het hart van de unieke Wageningen aanpak.

---