

Market Intelligence

Champignons

Local for Local: Verkenning lokale productie en afzet in Duitsland, Frankrijk en Verenigd Koninkrijk

Katja Logatcheva, Pepijn Smit en Harold van der Meulen



De Nederlandse champignonsector staat onder grote druk. De financiële resultaten dalen, evenals het aantal bedrijven en het areaal. Nederland produceert 270.000 ton champignons, waarvan 110.000 ton bestemd voor de versmarkt. Dit aandeel loopt terug. Dit komt door de hevige concurrentie in binnen- en buitenland. Meer gegevens over productie en handel van Nederlandse champignons zijn beschikbaar op het Dashboard Champignons op de website van het GroentenFruit Huis (www.groentenfruihuis.nl). Deze factsheet geeft informatie over recente ontwikkelingen (periode 2010-2015) in de lokale productie en afzet van champignons voor de versmarkt (handmatige oogst) in de drie belangrijkste exportlanden voor Nederlandse champignons: Duitsland, Frankrijk en het Verenigd Koninkrijk. Lokale productie verdringt de Nederlandse export. Een stijging van het aandeel binnenlands product in de consumptie is een aanwijzing om een voorkeur voor lokaal product nader te onderzoeken. Champignonconserven zijn buiten beschouwing gelaten.

Wat is Market Intelligence Champignons?

Deze factsheet wordt uitgegeven door Market Intelligence Champignons (MITC), een onderdeel van Market Intelligence Tuinbouw binnen de topsector Tuinbouw en Uitgangsmateriaal. MITC wordt uitgevoerd in opdracht van Coöperatie Funghi, C4C Holding, Banken Champignons, ZLTO en het ministerie van Economische Zaken. MITC verzamelt informatie voor de Nederlandse champignonsector en maakt die toegankelijk voor telers en verwerkende bedrijven. Hiermee ondersteunt MITC de champignonsector bij strategische beslissingen.

Samengevat

Duitsland

Er is een indicatie voor een Local-for-Local-effect bij champignons voor de Duitse versmarkt. Het aandeel van Duits product in verse champignonconsumptie in Duitsland nam met 6% toe in de periode 2010-2015. Lagere productie- en distributiekosten, ketenefficiëntie en meer vertrouwen in lokaal geproduceerde voeding zijn hier vermoedelijk oorzaak van. In dezelfde periode daalde het aandeel van de invoer uit Nederland van 52 naar 43%.

Frankrijk

Er is een indicatie voor een Local-for-Local-effect bij champignons voor de Franse versmarkt. Het aandeel van Frans product in verse champignonconsumptie in Frankrijk nam met 7% toe in de periode 2010-2015. Lokale productie heeft een hogere 'gunfactor' bij Franse consumenten. Ook is er sprake van ketenefficiëntie, wat een voorkeur voor lokaal kan verklaren. Het aandeel van de invoer uit Nederland daalde van 30% in 2010 naar 26% in 2015. In Frankrijk wordt door de sector een neergaande lijn waargenomen in de industriemarkt, terwijl de versmarkt stabiel is. Deze stabilisering wordt toegewezen aan extra promotie van verse champignons in de periode 2010-2015.

Verenigd Koninkrijk

Het aandeel van Brits product in verse champignonconsumptie in het Verenigd Koninkrijk nam in de periode 2010-2015 met 2% af. Absoluut steeg de Britse productie licht, maar het voor consumptie beschikbare volume is harder gegroeid door extra import. Met name Ierland (+8%) en Polen (+7%) profiteerden van een gestegen afzet op de Britse markt voor verse champignons tussen 2010 en 2015. Het aandeel van de invoer uit Nederland daalde van 28% in 2010 naar 16% in 2015. Door de sterk gegroeide import- en consumptiehoeveelheden champignons voor de versmarkt is er geen Local-for-Local-effect zichtbaar uit productie- en handelsdata.

Wat zijn mogelijke redenen voor het 'Local-for-Local' (L4L)-effect?

Een voorkeur voor lokale producten kan bij consumenten, bij de retail of bij beiden ontstaan. Deze kan verschillende achtergronden hebben, zoals:

- vertrouwen in lokale producenten ('gevoel' van voedselveiligheid),
- kwaliteitsvoordelen ('gevoel' van 'verser'/'gezonder'),
- voorkeuren voor een bepaald lokaal keurmerk,
- duurzaamheidsvoordelen ('gevoel' van 'deugdzamer'),
- de gunfactor ('gevoel' lokale producenten te steunen).

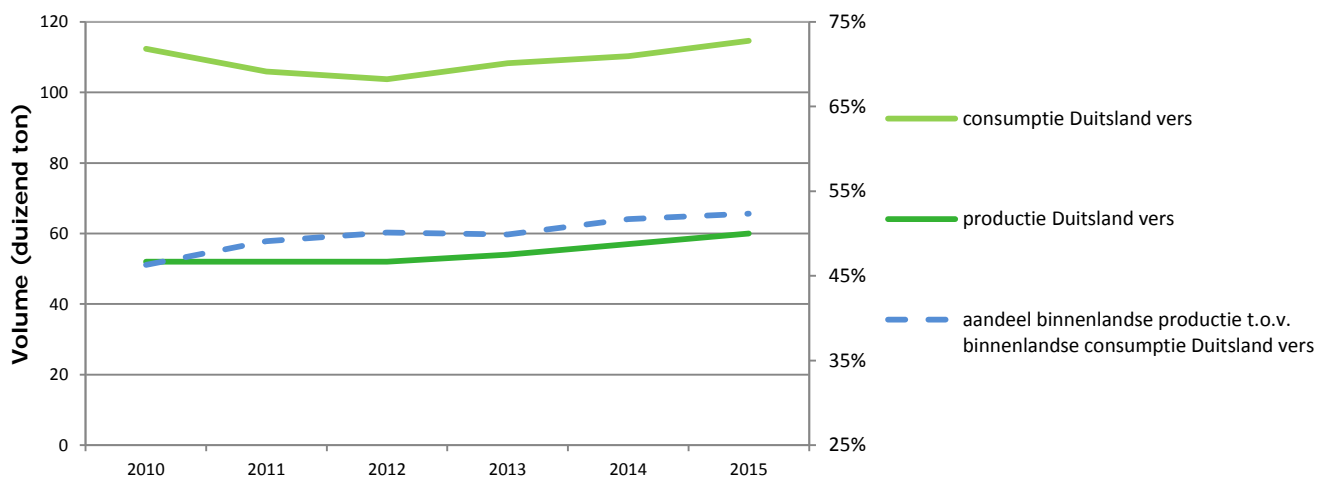
Er kan ook een productie- en distributiekostenvoordeel zijn voor lokaal product ten opzichte van een product van 'verder weg', waardoor lokale producten aantrekkelijk zijn voor de lokale markt. Een voorwaarde is dat men lokaal en niet-lokaal kan onderscheiden. Als niet bij de producent ('de boer') zelf gekocht wordt, kunnen prijs, herkomst en een label het 'lokaal zijn' van producten aanduiden. Naast marktpartijen kunnen overheden en andere organisaties (bijvoorbeeld NGO's) sturend zijn in het ontstaan van een voorkeur voor lokale producten bij consumenten en retail. Er zijn landelijke verschillen in hoe belangrijk lokaal is voor consumenten. Zo hechten Duitse consumenten meer waarde aan lokale verse groenten dan Britse, en Britse meer dan Nederlandse (Van Haaster-de Winter en Ruissen, 2012). In deze studie is gekeken naar de ontwikkeling van de binnenlandse productie versus de consumptie van verse champignons. Een groeiend aandeel productie ten opzichte van de consumptie is een indicatie van een L4L-effect.

Duitsland

Het volumemarktaandeel lokale champignons voor de Duitse versmarkt groeide tussen 2010 en 2015 van 46% naar 52% (Figuur 1). De totale hoeveelheid verse champignons voor consumptie daalde tussen 2010 en 2012 van 112 duizend ton naar 104 duizend ton. Daarna groeide deze weer naar 115 duizend ton in 2015. Per hoofd van de bevolking is dit een stijging naar 1,42 kg (+2,4%, periode 2010-2015). Er is een aanwijzing voor een L4L-effect. Lagere productie- en distributiekosten, ketenefficiëntie en meer vertrouwen in lokaal geproduceerde voeding zijn hier vermoedelijk oorzaak van, volgens geïnterviewden.

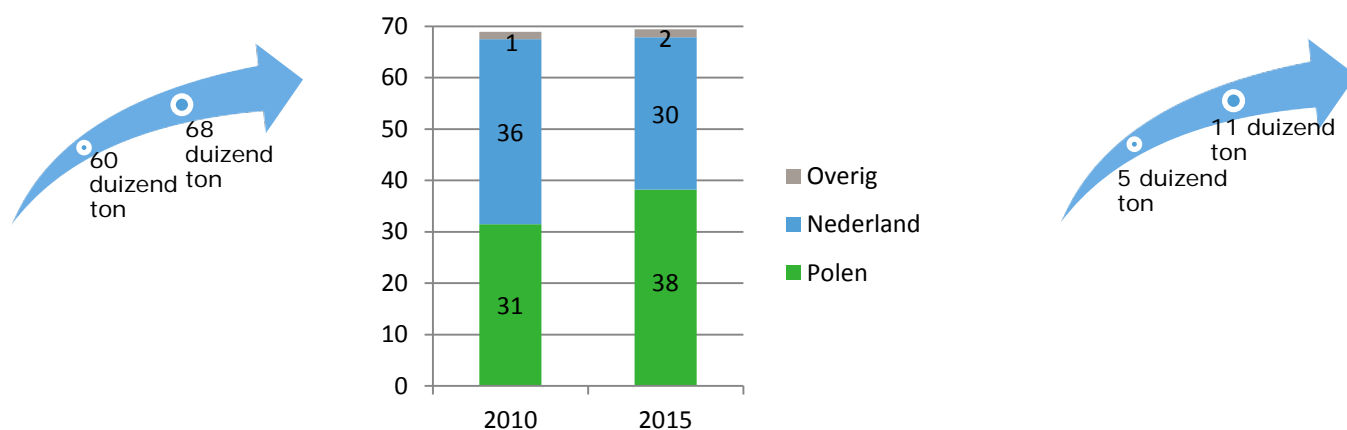
Op basis van de cijfers van alle paddenstoelen, dus inclusief champignons, is het beeld over de ontwikkeling niet anders: de consumptie is relatief stabiel, circa 1,6 kg per persoon per jaar, en het volume marktaandeel Duitse paddenstoelen neemt beperkt toe. In 2014 werd in de retail 76,8 duizend ton verse champignons aangekocht (3% afgerond van 2,56 mln. ton aangekochte groente met 65,4 kg groente per huishouden).

De gemiddelde retailprijzen in 2014 lagen tussen € 2,60 per kg (verpakking 500 gr) bij Aldi S en € 3,93 per kg (verpakking 400 gr) bij Edeka (Funghi). Naast ruimte voor lokaal product blijft Duitsland een discountland. Binnen dit segment concurreren Polen en Nederland.



Figuur 1. Het volume Duitse productie en consumptie van verse champignons en het marktaandeel lokale champignons voor de versmarkt (2010-2015). Bron: GEPC, Eurostat Comext. Berekening: LEI.

Champignonmarkt Duitsland totaal (handmatig en machinaal geplukt)



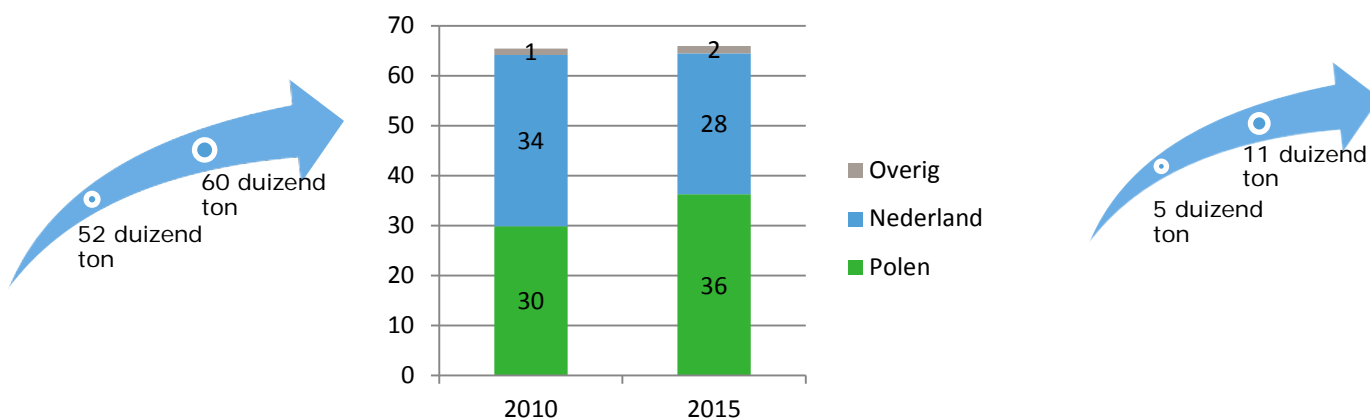
Figuur 2 tot en met 4.

Links: Duitse productie champignons (totaal) (2010 en 2015). Bron: GEPC.

Midden: Duitse import champignons (totaal) in duizend ton (2010 en 2015). Bron: Eurostat Comext.

Rechts: Duitse export champignons totaal (2010 en 2015). Bron: Eurostat Comext.

Champignonmarkt Duitsland vers



Figuur 5 tot en met 7

Links: Duitse productie champignons voor de versmarkt (2010 en 2015). Bron: GEPC.

Midden: Duitse import champignons voor de versmarkt in duizend ton (2010 en 2015). Berekening: LEI.

Rechts: Duitse export champignons voor de versmarkt (2010 en 2015). Berekening: LEI.

Met een relatief kleine productie van champignons voor de industrie is Duitsland hoofdzakelijk een versmarktproducent. De inzet op eigen productie voor de versmarkt blijkt ook uit de stijging in leveringen van doorgegroeide compost tussen 2014 en 2015 (CNC).

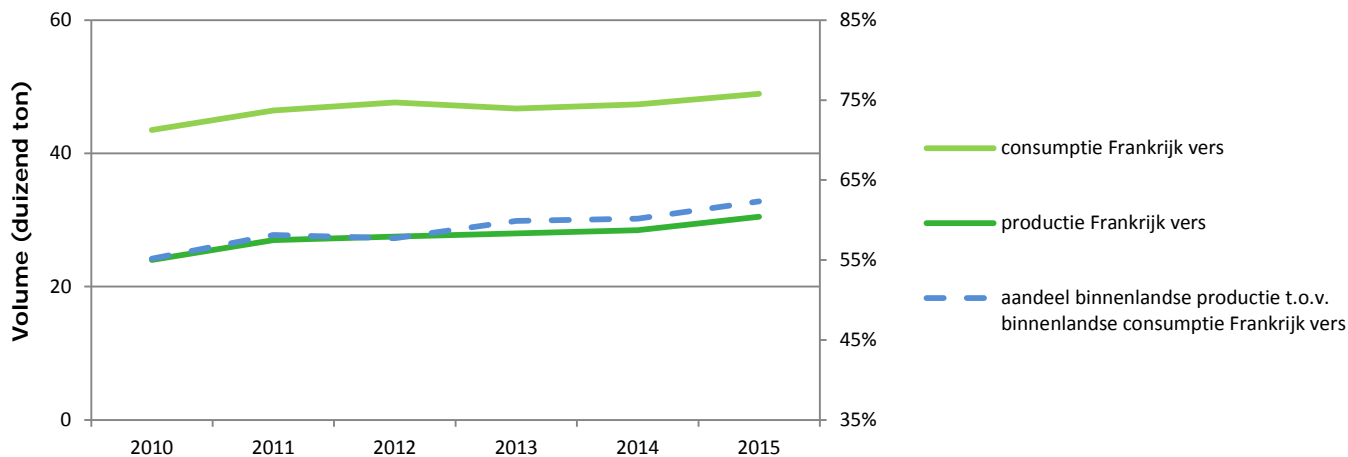
Het aandeel van de invoer uit Nederland is gedaald van 52% naar 43% in 2015, waardoor het Polen het belangrijkste invoerland werd. Polen profiteert hierbij van een gunstige koersverhouding tussen de zloty en de euro.

Frankrijk

Het volumemarktaandeel lokale champignons voor de Franse versmarkt groeide tussen 2010 en 2015 van 55% naar 62% (Figuur 8). Er is een aanwijzing voor een Local-for-Local-effect. Lokaal product heeft volgens geïnterviewden uit de sector een hoge gunfactor in Frankrijk. Ook is er sprake van ketenefficiëntie. De totale hoeveelheid verse champignons voor consumptie groeide van 44 naar 49 duizend ton tussen 2010 en 2015. Per hoofd van de bevolking is dat een toename van 0,69 kg naar 0,76 kg (+10%).

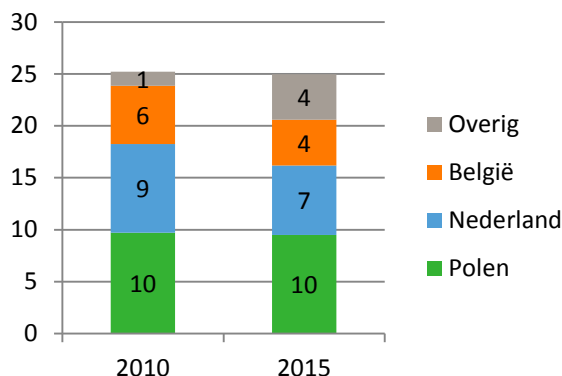
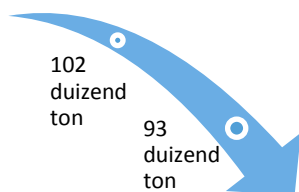
De prijzen in Franse supermarkten lagen in 2014 tussen € 3,91 per kg (verpakking 500 gr) bij Aldi en € 4,85 per kg (verpakking 500 gr) bij Carrefour (Funghi).

De Franse champignonsector maakt zich zorgen over de conservenindustrie en de neergaande lijn daarin. Zij geven ook aan dat de ontwikkeling van de diepvriesmarkt tegen valt (ZLTO). De versmarkt was tot met 2014 stabiel met ongeveer 1% jaarlijkse toename van de consumptie. Dit komt volgens ZLTO mede door extra promotie van Franse, verse champignons in Frankrijk.



Figuur 8. Het volume Franse productie en consumptie van verse champignons en het marktaandeel lokale champignons voor de versmarkt (2010-2015). Bron: GEPC, Eurostat Comext. Berekening: LEI.

Champignonmarkt Frankrijk totaal

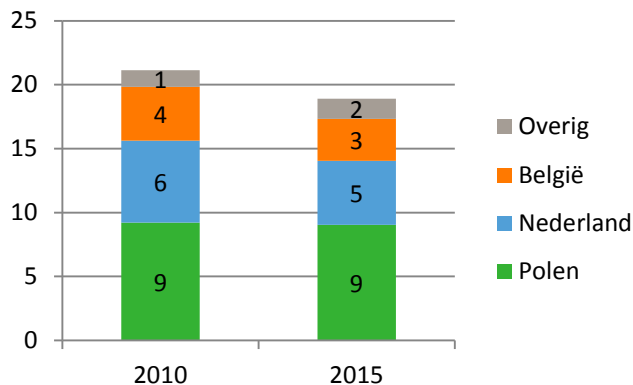
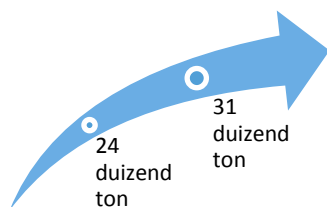


Figuur 9 en 10.

Links: Franse productie champignons (totaal) (2010 en 2015). Bron: GEPC.

Rechts: Franse import champignons (totaal) in duizend ton (2010 en 2015). Bron: Eurostat Comext.

Champignonmarkt Frankrijk vers



Figuur 11 en 12.

Links: Franse productie champignons voor de versmarkt (2010 en 2015). Bron: GEPC.

Rechts: Franse import champignons voor de versmarkt in duizend ton (2010 en 2015). Berekening: LEI.

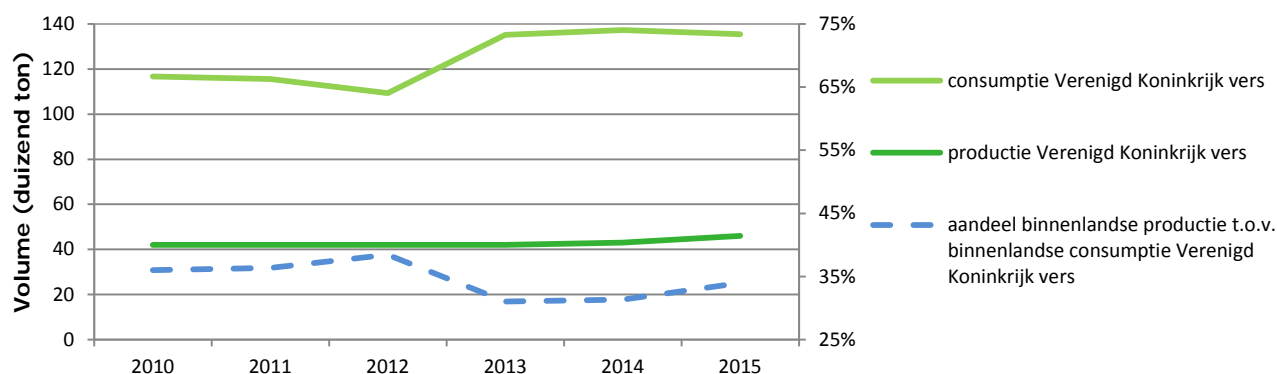
Met een relatief grote productie van champignons voor de industrie is Frankrijk hoofdzakelijk een industriemarktproducent. Wel is er een verschuiving naar de versmarkt, hoewel leveringen van doorgegroeide compost uit Nederland stabiel zijn tussen 2014 en 2015 (CNC). Het aandeel van de invoer uit Nederland daalde van 30% in 2010 naar 26% in 2015. Het Franse uitvoervolume verse champignons is relatief klein en schommelde tussen 0 duizend ton en 2 duizend ton in de periode 2010-2015.

Verenigd Koninkrijk

Het volumemarktaandeel lokale champignons voor de Britse versmarkt daalde tussen 2010 en 2015 met 2%: van 36% naar 34% (Figuur 13). De totale hoeveelheid verse champignons voor consumptie groeide sterk van 117 duizend ton naar 135 duizend ton tussen 2010 en 2015. Per hoofd van de bevolking is dat een toename van 1,82 naar 2,09 kg (15%) in dezelfde periode. Door de sterk gegroeide import- en consumptiehoeveelheden champignons voor de versmarkt is er geen Local-for-Local-effect zichtbaar uit productie- en handelsdata.

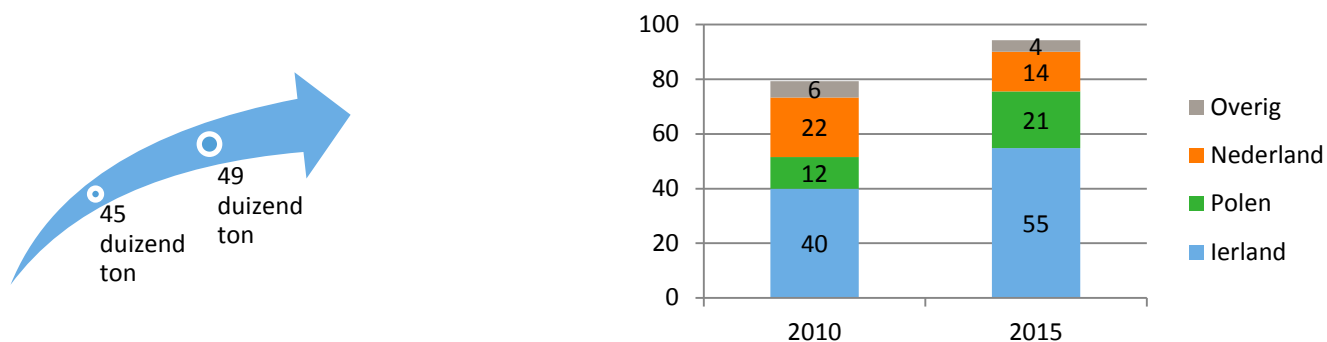
De *Food Research Collaboration* rapporteert eveneens een flinke stijging in de voor consumptie beschikbare hoeveelheid paddenstoelen, waaronder overwegend champignons: 20% in de periode 2010-2014 (Schoen en Lang, 2016). Kantar Worldpanel schrijft de bijzondere stijging in de consumptie van paddenstoelen, waaronder champignons, toe aan het veel nadruk leggen op het gezonde imago van het product in de Britse media. Paddenstoelen zijn de derde verkochte groentesoort in het VK (6,8%) (Kantar Worldpanel, 2012; M. Slawski, 2011).

De prijzen van champignons in Britse supermarkten in 2014 lagen op € 3,03 per kg (verpakking 380 gr) bij Aldi en € 4,17 per kg (verpakking 300 gr) bij Waitrose (Funghi).



Figuur 13. Het volume Britse productie en consumptie van verse champignons en het marktaandeel lokale champignons voor de versmarkt (2010-2015). Bron: GEPC, Eurostat Comext. Berekening: LEI.

Champignonmarkt Verenigd Koninkrijk totaal

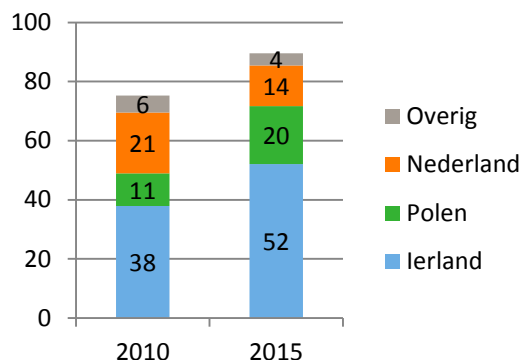
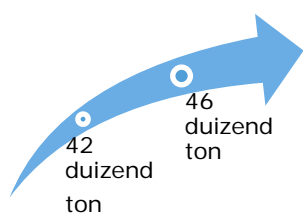


Figuur 14 en 15.

Links: Britse productie champignons (totaal) (2010 en 2015). Bron: GEPC.

Rechts: Britse import champignons (totaal) in duizend ton (2010 en 2015). Bron: Eurostat Comext.

De hoeveelheid Britse uitvoer van champignons was in de periode 2010-2015 klein en schommelde tussen nul en duizend ton.



Figuur 16 en 17.

Links: Britse productie champignons voor de versmarkt (2010 en 2015). Bron: GEPC.

Rechts: Britse import champignons voor de versmarkt in duizend ton (2010 en 2015). Berekening: LEI.

Met een relatief grote productie van champignons voor de versmarkt is het Verenigd Koninkrijk hoofdzakelijk een versmarktproducent. Wel is er vanuit Nederland in 2015 minder doorgroeide compost geleverd dan in 2014 (CNC). Het aandeel van de invoer uit Nederland daalde van 28% in 2010 naar 16% in 2015. Het Ierse aandeel steeg daarentegen van 50% naar 58%; het Poolse aandeel steeg van 15% naar 22%. Polen profiteert hierbij van een gunstige koersverhouding tussen de zloty en het Britse pond. De hoeveelheid Britse uitvoer van champignons voor de versmarkt is relatief klein en schommelt tussen 2010 en 2015 tussen 0 duizend ton en 1 duizend ton.

Definities en aanpak

Local-for-Local (L4L)-effect

Local-for-Local staat voor productie die lokaal wordt geproduceerd en gedistribueerd voor consumptie. Productie die niet lokaal wordt geproduceerd, maar bijvoorbeeld wel wordt bewerkt, valt hier niet onder. De term 'lokaal' staat niet vast: lokale producten kunnen binnenlandse producten, streekproducten en regionale producten (zelfs landsgrens-overschrijdend) zijn. Eigen perceptie van wat lokaal is, geeft doorslag. Bijvoorbeeld 37% van Duitse consumenten zagen in 2013 lokaal als vooral 'uit eigen gemeente' en 50% als vooral 'uit eigen bondsstaat' (Van Haaster-De Winter en Ruissen, 2012). Door de beschikbaarheid van handels- en productiegegevens en hun structuur wordt in deze factsheet lokaal als 'binnen landsgrenzen' gedefinieerd. Er wordt hier van een L4L-effect gesproken als het volumemarktaandeel van lokale productie in de lokale consumptie stijgt, omdat zo'n stijging wijst op een voorkeur voor lokaal aan het einde van de keten. Deze definitie is aangehouden, omdat in dit onderzoek is gekeken naar indicaties van Local-for-Local-effecten en bijbehorende achtergronden.

Consumptie

Het voor binnenlandse consumptie en verwerking beschikbare volume is als indicator genomen voor de werkelijke consumptie. Dit volume is gelijk aan de binnenlandse productie plus invoer en minus uitvoer. Bij champignons voor de versmarkt wijkt deze hoeveelheid minder af van de werkelijke consumptiehoeveelheid, omdat voorraadvorming voor verse champignons niet gebruikelijk is en bij verwerking vooral machinaal geplukte champignons worden gebruikt.

Onderscheid productstromen voor de versmarkt

In de handelsdata wordt geen onderscheid gemaakt tussen de champignons voor de versmarkt (handmatige oogst) en champignons voor de industriemarkt (machinale oogst). Voor Duitsland en het Verenigd Koninkrijk geldt dat machinaal geplukte champignons nauwelijks verhandeld worden om in een ander land te worden verwerkt: de meeste champignons voor de industrie worden in de regio gekweekt. Voor Frankrijk is dit anders. Frankrijk heeft een relatief grote verwerkende industrie voor champignons, waarbij Nederlandse en Belgische kwekers betrokken zijn bij kweekprogramma's voor Franse bedrijven. Er zijn aannames gemaakt om een schatting van consumptiechampignons voor de versmarkt te kunnen maken:

- Duitsland en het Verenigd Koninkrijk: 95% van alle invoer en uitvoer is bestemd voor de versmarkt.
- Frankrijk: 75% van alle invoer uit Nederland en België is bestemd voor de versmarkt, 95% van alle andere invoer en alle uitvoer is bestemd voor de versmarkt.

Contact

LEI Wageningen UR
Postbus 29703
2502 LS Den Haag
www.wageningenUR.nl/lei

Voor meer (bron)informatie:
Harold van der Meulen
tel: +31(0)317484436
harold.vandermeulen@wur.nl



2016-058

Ministerie van Economische Zaken