



## Toenemende biologische internationale handel biedt kansen voor Nederland

*Johan Bakker*

De bestedingen aan biologische producten blijven wereldwijd sterk toenemen. Omdat het aanbod van biologische producten in de grootste markten achterblijft bij de vraag, zijn er volop kansen voor de Nederlandse biologische productie, maar ook voor de Nederlandse handel in biologische producten. Als het Nederlandse bedrijfsleven deze kansen wil grijpen, dient zij adequaat in te spelen op de consumentenvraag in het buitenland en het vertrouwen in biologische productie, handel en certificering te versterken.

### *Afzetmarkten*

De bestedingen aan biologische voeding nemen wereldwijd sneller toe dan de bestedingen aan niet-biologische voeding. De uitgaven aan biologische voeding zijn toegenomen van 17,8 miljard euro in 2002 tot 34,5 miljard euro in 2007. In Europa is de omzet tussen 2007 en 2008 opnieuw met 10 tot 15% gestegen. De recessie die wereldwijd is ingezet in de tweede helft van 2008 zal de vraag naar biologische producten in de komende jaren waarschijnlijk afremmen. Internationaal onderzoek wijst echter uit dat consumenten belang blijven hechten aan duurzaamheid, ook al worden zij gevoeliger voor prijzen en prijsaanbiedingen.

De afzet van biologische producten is sinds jaren geconcentreerd in een beperkt aantal landen in Europa en Noord-Amerika. Ruim 95% van de wereldwijde consumptie van biologische voeding vindt in Europa en Noord-Amerika plaats. Naast de Verenigde Staten zijn Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk, Italië, Scandinavië, Zwitserland en Oostenrijk belangrijke afzetmarkten voor biologische producten. In al deze landen groeit de vraag naar biologische producten sterker dan het aanbod. Omdat het binnenlandse aanbod de vraag niet aankan, worden er biologische producten uit het buitenland betrokken, vooral uit buurlanden.

### *Exportmogelijkheden*

Consumenten verwachten dat biologische producten lokaal geproduceerd worden en niet nodeloos over lange afstanden getransporteerd worden. Korte transportafstanden vergroten de duurzaamheid en het duurzaamheidsimago van biologische producten. Inkoopers van supermarkten en speciaalzaken betrekken om deze reden biologische producten bij voorkeur uit het binnenland en anders uit buurlanden om aan de verwachtingen van de consument tegemoet te komen, de transportkosten te beperken en beter controle uit te kunnen oefenen op de leveranciers. Dit biedt de komende jaren diverse kansen voor het Nederlandse bedrijfsleven in Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Scandinavië. Naar verwachting groeit de import van biologische aardappelen, groente en fruit (AGF) de komende jaren sterk in Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Frankrijk en Scandinavië (tabel 1). Daarnaast zijn er mogelijkheden voor de export van biologische zuivel en eieren naar Duitsland en van droge kruidenierswaren (DKW) naar Frankrijk en Centraal en Oost-Europa. Verder zijn er mogelijkheden om Nederlandse kennis te commercialiseren in Centraal en Oost-Europa en ook in ontwikkelingslanden. De import van biologische zuivel en vlees in Nederlands belangrijkste exportmarkten zal naar verwachting niet toenemen, omdat het binnenlandse aanbod op die markten waarschijnlijk in staat zal zijn de groei van de vraag op te vangen.

Om biologische producten uit Nederland te exporteren naar markten die verder weg liggen, zoals de Verenigde Staten, is het belangrijk dat de producten een sterk regionaal karakter bezitten, ofwel typisch Nederlands zijn. Een voorbeeld van een product met dit imago is Gouda kaas. Ook in de verwerking van

bijvoorbeeld cacao heeft Nederland internationaal een sterke positie.

Indien de Nederlandse handel in staat is biologische varianten met een sterk Nederlands karakter te ontwikkelen zijn er goede kansen om deze ook op verder weg gelegen markten af te zetten.

<b>Tabel 1 Verwachte ontwikkeling van de import van biologische producten voor enkele belangrijke biologische markten</b>						
<b>Markt</b>	<b>Productgroep</b>					
	<b>AGF</b>	<b>Vlees</b>	<b>Zuivel</b>	<b>Eieren</b>	<b>DKW a)</b>	<b>Kennis</b>
Duitsland	++	-	+	+	-	-
Verenigd Koninkrijk	+	-	-	-	-	-
Frankrijk	+	-	-	-	+	-
Italië	-	-	-	-	-	-
Scandinavië	+	-	-	-	-	-
Alpenlanden	-	-	-	-	-	-
Centraal en Oost-Europa	-	-	-	-	+	+
Verenigde Staten	-	-	-	-	-	-

*Symbool verklaring: ++ zeer goed, + redelijk, +/- matig, - slecht*  
*a) DKW: droge kruidenierswaren*

### *Importmogelijkheden*

Naast export- zijn er ook importmogelijkheden voor de Nederlandse biologische sector. Ondanks toenemende aandacht voor de transportafstand blijven er mogelijkheden om biologische producten uit verder gelegen productiegebieden als Afrika en Latijns Amerika te importeren. Biologische groente en fruit die in het tegenseizoen (productiegebied zit in een ander seizoen dan het consumptiegebied) van de consumentenmarkt worden geproduceerd en verhandeld, kunnen een lagere milieubelasting hebben dan lokaal geproduceerde producten die tot vele maanden na de oogst gekoeld worden. Ook kunnen de klimatologische omstandigheden dusdanig gunstig zijn dat de belasting in de productie de milieubelasting van transport in feite compenseert.

Ten slotte is er een groep producten waarvoor consumenten de milieubelasting minder belangrijk vinden. Dit doet zich vooral voor bij producten die kenmerkend zijn voor een bepaalde productieregio, en ergens anders niet worden geproduceerd. Voorbeelden hiervan zijn tropische producten als bananen, koffie en cacao, maar ook karakteristieke wijnen uit het zuiden.

### *De biologische sector in Nederland*

De groei van de Nederlandse productie en consumptie van biologische producten is in de afgelopen jaren niet achtergebleven bij de groei in de grote afzetmarkten. De productie is in 2008 met 7% toegenomen tot 50.500 ha en de consumptie van biologische producten met naar schatting 11%.

De Nederlandse handel in biologische producten heeft inmiddels ook een beduidende omvang gekregen. De export van biologische producten bedroeg in 2007 naar schatting 500 tot 550 miljoen euro, uitgedrukt in consumentprijzen. Dit is ongeveer 0,5% van de totale export van voedings- en landbouwproducten. De export betreft vooral AGF en vlees. De belangrijkste bestemmingen zijn Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Scandinavië. De export wordt voor 80% verzorgd door handelsondernemingen die gespecialiseerd zijn in biologische producten.

De Nederlandse import van biologische producten bedroeg naar schatting 250 - 300 miljoen euro in 2007, uitgedrukt in consumentenprijzen. Dit is 0,5% van de totale Nederlandse import van voedings- en landbouwproducten. De belangrijkste biologische importproducten zijn fruit, in het bijzonder tropisch fruit, en granen en oliehoudende zaden.

Doordat biologische producten eerder in eigen land worden ingekocht, is het genoemde aandeel van de biologische handel (0,5%) kleiner dan het aandeel biologisch in de Nederlandse consumptie (2%) en in het landbouwareaal (2,6%).

Internationaal gezien komt er steeds meer behoefte aan lokaal geproduceerde, gezonde producten die men kan vertrouwen. Deze behoefte is er bij zowel inkopers van supermarkten en natuurvoedingswinkels als consumenten. Voor de Nederlandse handel in biologische producten zijn *'vertrouwen'*, *'gezondheid'* en *'regionaliteit'* daarom belangrijke kernwaarden. In de communicatie zou het accent vooral op die waarden gelegd moeten worden.

**Meer informatie:**

*Rapport 2009-003* Biologische Internationale Handel