

Prijs- en concurrentieanalyse van

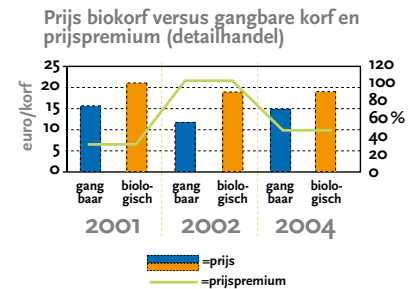
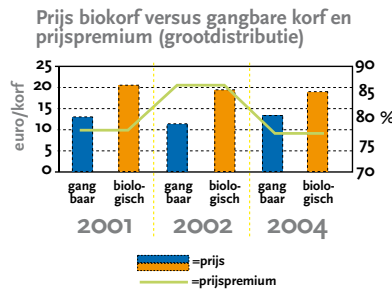
Hoe verhoudt de prijs van een bioproduct zich tegenover een gangbaar product? Welke winkelketens zijn interessant voor de bioconsument? Waarom vinden we zoveel buitenlandse bioproducten in de winkelrekken? Een onderzoek aan de Universiteit Gent tracht op deze vragen een antwoord te geven, door de prijzen van bioproducten en de concurrentiepositie van onze bioboeren door te lichten. Een concurrentiepositie die er niet altijd rooskleurig uitziet.

Het gros van de Vlaamse consumenten laat zich afschrikken door de hoge prijs van bioproducten. Niet alleen de prijs op zich, maar ook onderliggende factoren spelen hierin een rol, zoals vertrouwen in het bioproduct en het imago van de biosector. Er zijn ook positieve signalen. De consumptie van bioproducten blijft stijgen, de markt groeit. Bioproducten raken steeds meer ingeburgerd en belanden, toevallig of niet, steeds vaker in ons winkelkarretje. Een aanzienlijk deel van deze producten komt echter van over de landsgrenzen. 'Eigen bioproducten eerst' is niet ons motto, in tegenstelling tot onze buurlanden.

Vanwaar de hoge prijzen en een breed gamma aan buitenlandse producten? Voornaamste reden blijft de kleinschaligheid van de Vlaamse biosector. De verwerking is duur, de distributie kostelijk en omslachtig, het aanbod klein en variabel. Bioboeren ervaren de problemen met de afzet dan ook als belangrijkste knelpunt. Dit terwijl België in vergelijking met de buurlanden het minst aantal producenten per verwerker heeft. De hoge meerprijs tegenover gangbaar (dikwijls meer dan twintig procent boven het EU-meerprijsgemiddelde) op het Vlaamse boerderijniveau vertaalt zich in hoge prijspremiums op consumentenniveau. Verwerkers en distributeurs kiezen daarom sneller voor buitenlandse leveranciers.

Meerprijs voor bio

Het prijspremium is de mate waarin het biologische product duurder is dan een product uit de gangbare landbouw, uitgedrukt in procenten. Om alles genuanceerd te kunnen voorstellen, gaan we hier uit van een productkorf in de vorm van een doorsnee maaltijd. Een voorbeeld van zo'n maaltijd is een combinatie van tomaten, wortelen en komkommer met aardappelen, biefstuk en olijfolie. Als dessert kozen we voor een appel, fruityoghurt en een glas melk als drank. Uitgangspunt was een portie voor vier personen. De cijfers voor 2001 en 2002 werden verzameld door het Centrum voor Landbouweconomie, CLE.



De prijs van de maaltijd varieerde tussen de tien en twintig euro. Opvallend is dat de meerprijs voor bio varieert tussen dertig procent (2001) en honderd procent (2002). Volgens de biobarometer is negentien procent van de consumenten bereid om vijftien procent extra te betalen voor biologische producten. Zoals de prijspremiums aangeven, zit de korf geen enkel jaar onder het dertig procent-niveau. Het verband tussen de hoge prijs en de lage interesse van de consument is hiermee aangegeven.

Een andere vaststelling is de prijspremiumpiek in 2002. Oorzaak hiervan waren de gedaalde prijzen in de gangbare landbouw in november. De prijzen voor verse groenten schommelen met het aanbod, dat seizoensgebonden varieert. Opvallend hierbij is wel dat de bioprijzen stabiel bleven, ondanks de tijdsverschuiving. Prijsafspraken met afnemers kunnen hier de oorzaak van zijn.

Wat ook opvalt is het verschil in hoogte en schommeling van de prijspremiums op detailhandelniveau versus de grootdistributie. Een mogelijke conclusie is dat de detailhandel in het voorjaar een lagere meerprijs opstrijkt, in vergelijking met de grootdistributie. Het tegendeel is waar voor het najaar. Dit zou kunnen wijzen op stabilere prijsafspraken tussen verdelers en grootdistributie.

Prijs in enkele winkelketens

Prijs speelt een bepalende rol in het beslissingsproces van de eventuele bioconsument. Een logische vraag is dan via welk distributiekanaal de bioprijzen het meest interessant zijn. In de belangrijkste distributiecentra voor

biologische voedingswaren hebben we in maart 2004 de prijzen van een dertigtal productsoorten opgenomen. Tijdens een voorgaand onderzoek (CLE) werden bij dezelfde of vergelijkbare winkels in 2001 en 2002 de bioprijzen genoteerd. Hierbij hebben we getracht in iedere winkel een soortgelijk product op te sporen. Verschillen in kwaliteit en verpakking (voor zover deze er waren) namen we niet mee in de analyse. Daarnaast bezochten we slechts één tot enkele verkooppunten per winkelketen. Enige voorzichtigheid bij de interpretatie van de gegevens is dus aan de orde, want zowel plaats, tijdstip als vereist kwaliteitsniveau hebben een rechtstreekse invloed op de prijs. Het breedste assortiment was in 2004 te vinden bij Delhaize en Bioplanet, gevolgd door AD Delhaize. De versmarkt bood het smalste assortiment; met enkel biologische groenten en fruit. De diepte van het assortiment hebben we niet beschouwd. De voornaamste aanbieders van bioleeswaren in 2004 waren Delhaize, Bioplanet, AD Delhaize, Super GB en Carrefour. De prijs van de producten in een bepaalde winkelketen (winkelkorfprijs) werd vergeleken met de gemiddelde prijs voor deze producten over alle ketens beschouwd (gemiddelde korfprijs), met de maximale prijs voor deze producten over alle ketens (maximale korfprijs) en met de minimale prijs voor elk van die producten over alle ketens beschouwd (minimale korfprijs). De gemiddelde korfprijs (17 producten) bedroeg in 2001 en 2002 62 euro en in 2004 61 euro, wat wijst op een licht dalende tendens. Een prijsbewuste consument die voor elk product uit de korf op zoek zou

Vlaamse biologische producten

gaan naar de beste prijs (maar geen rekening houdt met de tijd voor het zoeken) zou in deze jaren respectievelijk 26 procent, 25 procent en 27 procent minder hebben betaald. Onderstaande grafiek geeft ons een idee van de evolutie van de winkelprijzen en van de relatieve hoogte. De extreme schommeling van de cijfers voor de versmarkt in 2001 is het gevolg van het beperkt aantal aangeboden producten. Colruyt en de versmarkt bieden de interessantste prijzen. Colruyt voert al jaren een lagekostenstrategie, terwijl de versmarkt een korte keten is, met lagere kosten dan de gemiddelde winkelketen. De duurste bioprijzen vinden we bij Match, Gimsel en Delhaize. Bioplanet, de versmarkt en Colruyt tonen dalende prijzen sinds 2001. Bij de Bio Shop, Gimsel en Match stegen de prijzen in vergelijking met de concurrentie. De eigenlijke Bio Shop-prijzen gelden enkel voor 2004. De prijzen voor 2001 zijn opgenomen in de winkel 'Ontdek de natuur' en in 2002 in 'De Brandnetel', beide vergelijkbaar met de Bio Shop-winkels. In de rest van de winkels bleven de prijzen ongeveer status quo.

Concurrentiepositie van Vlaamse producenten

De Belgische consument heeft weinig voorkeur voor bioproducten van

van de meeste biologische producten. De biomarkten in Duitsland en het Verenigd Koninkrijk worden als verzadigde markten gezien, terwijl Frankrijk en Nederland een groeiemarkt kennen. België bevindt zich in een vroeger stadium; de opkomende markt (Omiard, 2002). Het is daarom logisch dat landen met beter uitgebouwde marktkanalen een deel van onze markt (trachten te) veroveren.

Naast de houding van de consument, de kleinschaligheid van de sector en de - hiermee verbonden - afzetpro-

beter of juist slechter presteert dan de concurrenten, en de mogelijke verbeterpunten. De concurrentiemonitor biedt de sector de mogelijkheid in de spiegel te kijken en levert de overheid informatie voor de beleidskeuze. We hebben vier bepalende factoren onderzocht: de ketendoelmatigheid (samenwerking tussen de verschillende schakels), de kosten en efficiëntie (kostenbeheersing, prijs/kwaliteit), het strategisch potentieel (goede uitgangspositie, ruimte voor vernieuwing, buffer tegen recessie) en het aanpassingsvermogen aan de markt (productkwaliteit, breedte,

Tabel 1: Vergelijking consumenten tussen verschillende EU-landen (Bron: ITC, december 2002; FAO/ITC/CTA, 2001).

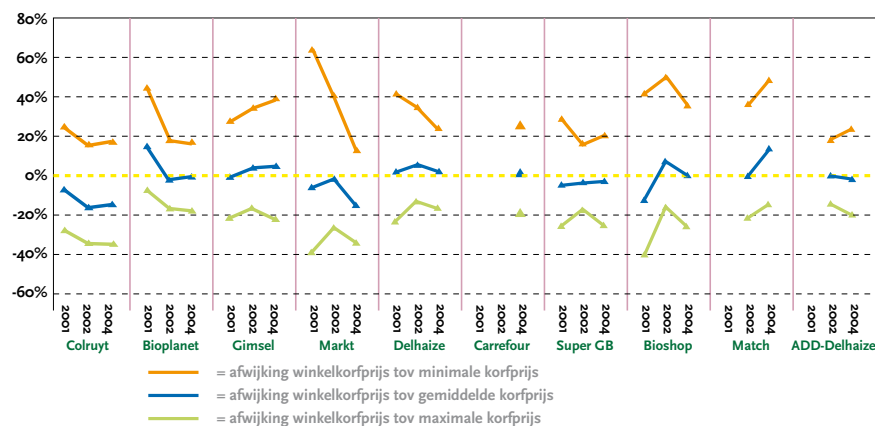
	België	Nederl.	Frankrijk	Duitsland	GB	Italië	Spanje
Marktaandeel bio (%)	1-1,5	1-1,5	1-1,5	1,7-2,2	1,5-2,0	1,0-1,5	nd
Bewust van land van herkomst	Minder belangrijk	Voorkeur eigen producten	Voorkeur eigen producten	Voorkeur eigen producten	Minder belangrijk	Voorkeur eigen producten	Voorkeur eigen producten
nd = no data							

blemen kunnen we nog tal van knelpunten aanhalen. Denken we maar aan de algemene malaise waarin de landbouwsector zich bevindt, of de overproductie van bio in de ons omringende landen. Zowel voor vleeswaren als voor groenten en fruit. Ook de stijgende grondprijzen, de niet homogene wetgeving in Europa, de profilering van onze biosector en de protectionistische houding van onze buurlanden hebben een invloed.

vernieuwing van het assortiment,...). De concurrentiepositie van onze bioboeren werd vergeleken met deze van Nederlandse, Franse en Duitse producenten op onze markt. Daartoe hebben we de distributie- en verkoopcentra van biologische producten bevroegd. Hoewel de voorliggende resultaten enkel indicatief zijn wegens de beperkte respons tot nu toe, geven ze toch al enkele interessante aanknopingspunten.

Uit tabel 2 blijkt dat Duitse concurrenten veel efficiënter snel en accuraat informatie verstrekken. Vlaamse producenten scoren hierop gemiddeld. Afnemers beschouwen de prijs die ze voor Vlaamse producten betalen te hoog. Zeker in vergelijking met de prijzen die ze aan de buitenlandse producenten en verdelers betalen. Bovendien schatten afnemers de professionaliteit en techniciteit van onze sector relatief laag in, in vergelijking met onze buurlanden. Duitsland als reeds ingevulde markt scoort hierin het beste. Onze Vlaamse producenten spelen ook te weinig in op de marktkansen binnen de biosector. De buitenlandse concurrenten scoren duidelijk beter. Ook de onderlinge samenwerking (en coöperatievorming) tussen de Vlaamse producenten is erg laag. Onze Nederlandse bureaus doen dit beduidend beter. Daarnaast is er de perceptie dat de Vlaamse overheid dit proces onvoldoende stimuleert en coördineert, opnieuw in tegenstelling tot de

Procentuele afwijking van de winkelkorfprijs t.o.v. de gemiddelde, maximale en minimale korfprijs



eigen bodem (zie tabel 1). Het aankoopcriterium bij uitstek is de prijs, naast kwaliteit, versheid en smaak. Net zoals het Verenigd Koninkrijk is België een netto-importeur (de invoer is groter dan de uitvoer, nvdr)

In het onderzoek hebben we een concurrentiemonitor opgesteld. Deze geeft een antwoord op de relatieve concurrentiekracht van de Vlaamse biologische sector. Het gaat hierbij om de aspecten waarvoor België

Nederlandse overheid. Qua normering behalen de binnen- en buitenlandse producenten een vergelijkbare score.

We menen dat de instrumenten die we hebben ontwikkeld een beter inzicht opleveren in de prijzen en concurrentiekracht van onze Belgische en Vlaamse biosector. Bedoeling is deze instrumenten verder te ontwikkelen zodat we het gebruik ervan nog verder kunnen optimaliseren. Daarvoor rekenen we op de medewerking van iedereen in de sector. Uiteindelijk willen we, in samenwerking met Blivo en CLE, een praktisch bruikbaar boek uitbrengen dat de huidige toestand van onze biosector in kaart brengt. BIOvisie zal u hierover ongetwijfeld ten gepaste tijde informeren.

Tabel 2 wordt als volgt geïnterpreteerd: het grijze vakje geeft de positie van de Vlaamse producenten weer. Hoe breder dit vakje, hoe groter de variatie in antwoorden. Het middelpunt van dit vakje (zwart streepje) geeft de gemiddelde Vlaamse score weer. Het rode streepje geeft de gemiddelde positie van de Nederlandse producenten weer, het groene dit van de Duitse producenten. Indien dit streepje buiten het grijze vakje valt, bestaat er een significant verschil tussen de Vlaamse en buitenlandse producenten.

(*) De resultaten in dit artikel maken deel uit van het onderzoek 'Omschakeling naar biologische landbouw: analyse van knelpunten in de institutionele en marktomgeving', gesponsord door IWT Vlaanderen. Het onderzoek wordt uitgevoerd in samenwerking met Blivo en het CLE.

Tabel 2: Concurrentiepositie Vlaamse bioboeren tov Nederlands en Duitse producenten op de markt.

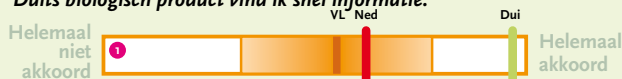
BioForum roept biomarktdeelnemers op

Om besluiten te kunnen trekken over de concurrentiepositie van de Vlaamse bioproducenten tegenover de buitenlandse, hebben we de medewerking van de Vlaamse biomarktdeelnemers nodig. Alleen zij kunnen ons een duidelijk beeld geven over de professionaliteit en knelpunten van de Vlaamse bioproduktie tegenover buitenlandse invoerders. Besluiten uit deze enquête kunnen mee bijdragen tot een optimalisering van de marktkanalen en het beleidsklimaat. Niet alleen de producenten zullen hiervan profiteren! Marktdeelnemers geïnteresseerd in het welzijn van de Vlaamse biosector roepen wij daarom op de enquête in te vullen. Het eerste deel peilt naar de concurrentiepositie van de algemene biosector, het tweede (facultatieve) deel gaat dieper in op de biozuivelsector.

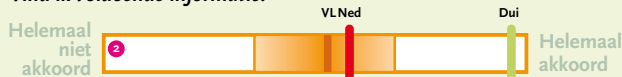
De enquête vindt u terug op de link: <http://www.bioinfo.be>. Via deze link kunt u ook aangeven of u geïnteresseerd bent om deel te nemen aan (ongetwijfeld zeer interessante) focusgesprekken rond deze materie. Voor bijkomende informatie kunt u steeds terecht bij Koen Mondelaers (09/264 59 28 of koen.mondelaers@UGent.be) of Erik Krosenbrink (0495/22 09 36 of e.krosenbrink@bioforum.be)

1. Ketendoelmatigheid

Wanneer ik informatie wens over een Vlaams/Nederlands/Duits biologisch product vind ik snel informatie:



Wanneer ik informatie wens over een VI/NI/D biologisch product, vind ik voldoende informatie:



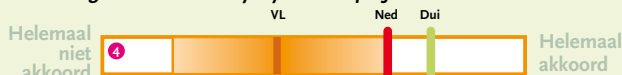
2. Kosten en efficiëntie

De prijs die ik aan toeleveranciers betaal voor VI/NI/D biologische producten is te hoog:



3. Strategisch potentieel

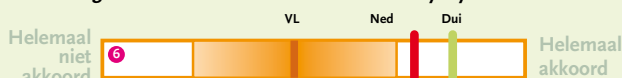
De biologische sector in VI/NI/D is een professionele sector:



De biologische sector in VI/NI/D is een technisch sterke sector:



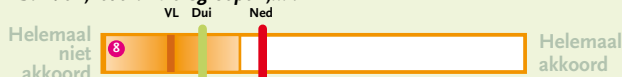
De biologische sector vult de marktkansen in VI/NI/D markt in:



De VI/NI/D biologische sectorspelers (landbouwers, verwerkers, groothandel,...) zoeken onderling voldoende toenadering om coöperaties, samenwerkingsverbanden, leveranciersgroepen,... te vormen.



De VI/NI/D overheid neemt in voldoende mate haar rol op als coördinator bij het vormen van coöperaties, samenwerkingsverbanden, leveranciersgroepen,...



4. Aanpassingsvermogen

VI/NI/D biologische producten zijn onvoldoende genormeerd voor producteigenschappen of kenmerken zoals gewicht, diameter, kwaliteit, ...

