



Marianne Groot
(Wageningen UR/PPO-Fruit)
marianne.groot@wur.nl



Jos Bartels
(Wageningen UR/LEI)
Jos.bartels@wur.nl

Trends benutten om consument te verleiden

Info

Fruitconsumptie: verschillende cijfers. Een vergelijking tussen landen vraagt om een database met vergelijkbare cijfers. Wanneer naar de cijfers van de wereldvoedselorganisatie FAO wordt gekeken, valt op dat Griekenland en Italië de hoogste fruitconsumptie hebben en dat Slowakije en Polen de laagste consumptie kennen. De cijfers van de FAO zijn echter gebaseerd op de hoeveelheden product die beschikbaar zijn voor menselijke consumptie. Vergelijking van deze cijfers met die van consumentenpanels (waarin consumenten bijhouden wat ze daadwerkelijk eten) leert dat de werkelijke consumptie op ongeveer eenderde van de FAO-cijfers ligt. Een stuk lager dus.

De door de wereldgezondheidsorganisatie WHO geadviseerde consumptie van meer dan 400 gram groenten en fruit per persoon per dag wordt lang niet overal in Europa gehaald. Vanuit gezondheidsoogpunt, maar ook vanuit de sector bezien is er dus nog veel te winnen. Om de consument te verleiden fruit te kopen, moet de sector weten welke trends er in de fruitconsumptie gelden en hierop inspelen. In het zojuist afgesloten Europese Isafruit-project is in vier landen onderzoek gedaan naar deze trends.

Voor Griekenland, Nederland, Spanje en Polen is via interviews met experts onderzocht welke factoren in het verleden de fruitconsumptie bepaalden en welke trends er voor de komende jaren zijn te verwachten. In Griekenland is de fruitconsumptie momenteel hoog en stabiel, in Spanje is deze hoog en stijgend, in Nederland gemiddeld en stabiel, en in Polen laag. Per land zijn tien (Griekenland) of twaalf (Nederland, Spanje en Polen) experts geïnterviewd. De helft van hen is afkomstig uit de fruitsector (interne experts), de andere helft van buiten de sector (externe experts).

Invloeden tot nu toe

In *Griekenland* waren volgens de externe experts gezondheid en welzijn de afgelopen jaren de belangrijkste trendbepalende factoren, gevolgd door gemak, demografische veranderingen, economische factoren en marketing. Duurzaamheid, productvariatie en kwaliteit schijnen de fruitconsumptie in Griekenland minder te hebben beïnvloed dan de voornoemde factoren. De experts uit de fruitsector noemen echter kwaliteit, marketing (zoals moderne logistiek, maar ook de promotie van fruitconsumptie op scholen) en economische factoren als de be-

langrijkste invloeden. Ook noemen zij gezondheid als bepalende factor.

Nederland

In *Nederland* speelden in het verleden gezondheid, gemak, productinnovatie, beschikbaarheid en een gebrek aan identiteit een rol. Deze laatste factor had een negatieve invloed op de consumptie. Volgens de externe experts missen veel consumenten een vast moment op de dag waarop ze fruit eten, ook wisten veel consumenten niet hoe fruit geteeld wordt en hoe het zou moeten smaken. De externe experts geven aan dat dit laatste aspect al aan het veranderen is.

Experts uit de Nederlandse fruitsector melden dat gezondheid, productvariatie en voedselveiligheid de belangrijkste invloeden waren. Daarnaast wordt gemak genoemd. Productvariatie wordt door de interne experts niet alleen als variatie in soorten omschreven, maar ook als een verbetering van bestaande soorten, zoals een verbeterde waarde voor gezondheid of meer/betere mogelijkheden voor verwerking.

Spanje

In *Spanje* was naast gezondheid de productvariatie de belangrijkste factor. Hieronder wordt zowel de beschikbaarheid van nieuwe fruitsoorten, nieuwe rassen, gemak en zelfs nieuwe manieren van bewaring en verpakking verstaan. Daarnaast worden kwaliteitsaspecten, onder andere omschreven als voedselveiligheid, meerdere keren genoemd. Ook in Spanje zijn de experts van binnen en buiten de sector het met elkaar eens.

Polen

Interne en externe experts in *Polen* noemen meerdere factoren die in dat land een rol in de fruitconsumptie hebben gespeeld. Negatief waren vooral de slechte inkomensontwikkeling, eetpatronen (ge-

woontes), beschikbaarheid (niet het gehele jaar rond) en de veranderingen in de distributiesystemen. Positief waren de gezondheidstrend (als lifestyle) en het toegenomen aanbod van geïmporteerd fruit. De Poolse interne experts noemen dezelfde trends als de experts van buiten de sector. Zij voegen echter nog twee factoren met een positieve invloed toe: de ontwikkeling van supermarkten en marketingactiviteiten.

Gezondheid blijft belangrijk

Gezondheid, gemak, buitenshuis eten, productvariatie en economische factoren worden door de Griekse externe experts als belangrijke toekomstige invloeden gezien. Ook marketing zal de consumptie gaan beïnvloeden. Over het algemeen verwachten beide groepen experts in *Griekenland* een toename van fruitproducten met speciale gezondheids- en kwaliteitseigenschappen, gezien de verwachte stijging van de buitenshuisconsumptie. Ook denken zij dat het aanbod van gemakproducten de fruitconsumptie doet toenemen.

Nederland

In *Nederland* zal de gezondheidstrend aanhouden, menen de externe experts. Gezondheid en gemak zullen gecombineerd worden in nieuwe producten. De verwachting is dat de communicatie/marketing rondom de gezondheidseffecten verder toeneemt. Aangezien de consument ook in de toekomst verleid zal willen worden, menen de experts dat er meer nieuwe rassen en nieuwe tropische fruitsoorten op de markt komen. Er worden nieuwe, attractieve en effectieve verpakkingen ontwikkeld. Tot slot wordt volgens de externe experts de herkomst van het fruit steeds belangrijker. Consumenten willen de ervaring van de pure smaak van fruit.

In de Nederlandse fruitsector zelf wordt gezondheid eveneens als belangrijkste trendbepalende factor gezien, gevolgd door productvariatie en gemak. Er wordt een stijgend aanbod verwacht van fruitproducten met speciale gezondheidskenmerken en een hoge garantie van voedselveiligheid en duurzaamheid. Het aanbod van fruit zal veel meer vraaggestuurd worden en er komt een focus op de 'fruitervaring'.

Spanje

Ook in *Spanje* is volgens de externe en interne experts gezondheid en welzijn de belangrijkste factor voor de komende jaren. Kwaliteit staat op de tweede plaats, gevolgd door gemak en demografische en economische aspecten. De interne experts geven aan dat de factor gemak belangrijker is dan de factor kwaliteit. In tegenstelling tot Nederland wordt gezondheid in Spanje niet alleen gezien als 'niet ziek', maar ook als 'er goed uitzien'. Kwaliteit en gemak zijn sterk gerelateerd aan gezondheid. Als consumenten fruit eten, zal dat aangepast moeten zijn aan hun behoeften, in een vorm die gemakkelijk te consumeren is, bijvoorbeeld gewassen, geschild en gesneden. De experts benadrukken het belang van de demografische veranderingen, zoals de vergrijzing en een toenemende immigratie.

Polen

In *Polen* is zowel binnen als buiten de sector de verwachting dat de consumptie van verwerkt fruit (vooral jams, sappen en nectars) en die van biologisch fruit toenemen. De Poolse consument waardeert vooral de voedingswaarde van fruit. Economische factoren zullen hun invloed blijven uitoefenen op de consumptie van (verwerkt) fruit, maar hun impact zal als gevolg van de stijging van het gemiddelde inkomen afnemen.

Om de consument te verleiden fruit te kopen, moet de sector weten welke trends er in de fruitconsumptie gelden en hierop inspelen.

EFM



**Het Isafruit-project
is gefinancierd door
de Europese Unie
en het Nederlandse
ministerie van Land-
bouw (LNV).**

Scenario's

Op basis van de genoemde trends zijn per land scenario's beschreven en zijn door de interne experts aanbevelingen gedaan voor de fruitsector om de fruitconsumptie te verhogen. Hieruit blijkt dat de vier landen veel overeenkomsten hebben, maar dat zij door hun verschillen in culturele of economische situatie ook andere belangen aan diverse factoren geven.

Tot slot lijken er verschillen te zijn in de trends die experts van binnen de sector en van buiten de sector aangeven. Bij de factoren die de consumptie de afgelopen jaren bepaalden, was dat verschil er tussen zowel de Griekse als de Nederlandse experts. Voor de toekomstige trends geldt voor alle vier de landen dat de externe experts een extra bepalende factor zien, die door de interne experts niet of als minder belangrijk wordt bevonden. In Griekenland is dat de productvariatie, in Nederland de communicatie over fruit en herkomst, in Spanje de demografische en economische aspecten en in Polen de verandering in demografische factoren. Dit zijn dus aspecten die wel door experts van buiten de sector worden gesignaleerd, maar minder door de experts van binnen de sector.

Verskil tussen noord en zuid

Het blijkt over het algemeen dat inwoners van zuidelijke Europese landen meer vers fruit eten dan consumenten in het noorden van dit continent. Hoewel de Spanjaarden al een hoge fruitconsumptie kenden, steeg deze begin jaren 2000 verder, terwijl die in Duitsland en Italië in die periode is gedaald. In Griekenland, Nederland en Groot-Brittannië lijkt de consumptie van fruit min of meer stabiel.

Interviews met experts

Voor het bepalen van de (toekomstige) trends in de fruitconsumptie in Griekenland, Nederland, Spanje en Polen zijn in totaal circa 45 interne en externe experts geïnterviewd. Onder de interne experts waren onder meer een directeur van een handelsbedrijf, een manager van een fruitverwerkingsbedrijf, een teler en een veilingmanager. Onder de externe experts waren een retailmanager, een beleidsmedewerker van een ministerie, een diëtist, een marketingexpert en een trendwatcher.



No NL text.

EFM