

# **Nederlandse tuinbouw kijkt in Spaanse spiegel**

## **Verslag studiereis tuinbouw Valencia, Alicante, Murcia en Almería (Spanje)**

Jo Wijnands

Projectcode 69001

Maart 2001

Rapport 2.01.04

LEI, Den Haag

Het LEI beweegt zich op een breed terrein van onderzoek dat in diverse domeinen kan worden opgedeeld. Dit rapport valt binnen het domein:

- Wettelijke en dienstverlenende taken
- Bedrijfsontwikkeling en concurrentiepositie
- Natuurlijke hulpbronnen en milieu
- Ruimte en Economie
- Ketens
- Beleid
- Gamma, instituties, mens en beleving
- Modellen en Data

Nederlandse tuinbouw kijkt in Spaanse spiegel; Verslag studiereis tuinbouw Valenciá, Alicante, Murcia en Almería

Wijnands, Jo

Den Haag, LEI, 2001

Rapport 2.01.04; ISBN 90-5242-642-2; Prijs f 22,- (inclusief 6% BTW)

32 p., fig., tab., bijl.

Verslag met indrukken en ervaringen opgedaan tijdens een studiereis naar de tuinbouwgebieden in Murcia en Almería in Spanje. Het verslag is opgebouwd naar de vier thema's van de LNV beleidsnota Voedsel en Groen. Het betreft de thema's Innovatie, Internationalisering, Maatschappelijk verantwoord ondernemen en de concurrentiepositie.

**Bestellingen:**

Telefoon: 070-3358330

Telefax: 070-3615624

E-mail: [publicatie@lei.wag-ur.nl](mailto:publicatie@lei.wag-ur.nl)

**Informatie:**

Telefoon: 070-3358330

Telefax: 070-3615624

E-mail: [informatie@lei.wag-ur.nl](mailto:informatie@lei.wag-ur.nl)

© LEI, 2001

Vermenigvuldiging of overname van gegevens:

- toegestaan mits met duidelijke bronvermelding
- niet toegestaan



Op al onze onderzoeksopdrachten zijn de Algemene Voorwaarden van de Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO-NL) van toepassing. Deze zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel Midden-Gelderland te Arnhem.



# Inhoud

	Blz.
<b>Samenvatting</b>	7
<b>1. Inleiding</b>	11
<b>2. Innovatie</b>	13
<b>3. Internationalisering</b>	15
<b>4. Maatschappelijk verantwoord ondernemen</b>	17
<b>5. Concurrentiepositie</b>	19
<b>6. Conclusies</b>	23
<b>Bijlagen</b>	
1 Lijst van deelnemers aan de studiereis tuinbouw Murcia en Almería	27
2 Bezochte bedrijven en instellingen	28
3 Arbeid	30
4 Kostprijs	31



# Samenvatting

Een delegatie van medewerkers van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, belangenorganisaties en bedrijfsleven bezocht de Spaanse gebieden met beschermde teelten. Doel van deze missie was kennis te nemen van de ontwikkelingen in de Spaanse tuinbouw. Dit rapport schetst een beeld van de opgedane indrukken.

## *Kwaliteit van het Spaanse product nadert het Nederlandse peil*

De kwaliteit van het Nederlandse product wordt door de afnemers hoger gewaardeerd dan het Spaanse. Dit ondanks dat het bovenste segment van de Spaanse productie naar de hoog ontwikkelde markten in West-Europa gaat. De prijs op de afzetmarkten is lager dan de Nederlandse mede vanwege kwaliteitsverschillen. Op logistiek gebied presteert de Spaanse sector behoorlijk, waarbij ze een kostennadeel hebben vanwege de grotere afstand tot de belangrijkste West-Europese markten. Uitstekend scoort Spanje op het subjectieve imago. De Spaanse producten worden geassocieerd met natuurlijk. De uitdrukking 'zonderijpt' geeft dit beeldend weer. Daarbij voorbijgaand aan het pesticidegebruik in Spanje dat per kg product ruim 10-maal hoger ligt dan in Nederland. Wil Spanje de hoogontwikkelde markten blijven leveren, dan moet geïnvesteerd worden in betere kassen en moet er ook verwarmd worden. Het blijft echter moeilijk om het gebruik van pesticiden vergaand terug te dringen. Het imago van het Nederlandse product roept afstand op door het industriële teeltkarakter. In totaliteit heeft Nederland een beter imago (inclusief serviceverlening) op de belangrijkste markten, wat meetbaar is aan een hogere prijs. Echter, Spanje verkleint de achterstand. De huidige positie van Nederland wordt alleen behouden als de sector niet achterover gaat leunen.

## *Nederlandse kennis levert een bijdrage aan de ontwikkeling van de Spaanse tuinbouw*

De ontwikkeling van de Spaanse tuinder is nog niet ver genoeg gevorderd om hoogwaardige Nederlandse technologie af te zetten. Nederlandse technologie, die reeds enkele jaren toegepast wordt, biedt meer kansen voor afzet in Spanje. Deels moet die technologie aangepast worden aan de Spaanse omstandigheden. Biologische bestrijders zijn slechts gedurende een deel van het seizoen in te zetten. De verwachte modernisering van onder andere het kassengebied van Almería biedt veel kansen. Het gevolg van de toelieferingen is uiteraard dat Spanje haar concurrentiepositie sneller verbetert.

## *Spanje dwingt Nederland innovatief te zijn in het internationale krachtenveld*

Spanje is een geduchte en omvangrijke concurrent en dwingt daardoor Nederland innovatief en marktgericht te blijven. Nederland moet het hebben van innovatieve producten met een sterk onderscheidend vermogen. Spanje is ook een afnemer van de producten van de

toeleverende industrie. In het verlengde van het voorafgaande geldt ook hier dat de Nederlandse toeleverende sector zeer innovatief moet zijn om als leverancier van hoogwaardige en onderscheidende producten een voorsprong te blijven houden. Spanje kan als leverancier van grondstoffen, zoals stekken voor planten, of aanvullend op het Nederlands seizoen ook de Nederlandse positie versterken. Echter, de samenwerking moet dan verder uitgebouwd worden. Nederland moet dan op afzetgebied behoorlijk investeren om een zekere regiefunctie te behouden.

#### *Spanje is en blijft een geduchte concurrent voor Nederland*

Spanje en Nederland zijn beide wereldspelers in de internationale handel van groente. Spanje heeft op de Europese markt een stevige positie verworven. De achterstand op Nederland is ingelopen en Spanje is de grootste netto exporteur. Momenteel heeft Nederland een voorsprong op kwaliteit. De toekomstige marktpositie voor Spanje hangt samen met de vorderingen die geboekt worden bij het terugdringen van het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen. Dat traject vraagt komend decennium zeker nog veel aandacht. Uiteindelijk zal de productiewijze in Spanje slechts beperkt afwijken van de Nederlandse: dat wil zeggen dat naast het gebruik van een vergelijkbare technologie ook het gebruik van fossiele brandstoffen aanzienlijk hoger komt te liggen. Spanje heeft het voordeel van het reeds genoemde positief imago. Verder is het van belang hoe andere Middelandse-Zeelanden zich ontwikkelen. In principe liggen daar potenties voor productie in hetzelfde segment als Spanje en bovendien in dezelfde periode.

#### *Kostprijnsverschillen: nu nog aanzienlijk in de toekomst kleiner*

Kostprijzen zijn op afnemersmarkten een belangrijk gegeven om de concurrentiepositie te bepalen. De huidige producties per m<sup>2</sup> verkregen van de Spaanse 'koploper'-bedrijven ligt op nauwelijks hoger niveau dan een vijftal jaren geleden, vergelijkbaar met 20 tot 40% van de fysieke productie in Nederland. Een substantiële verhoging van de productiviteit vindt pas plaats op het moment dat kassen verwarmd worden en een hoger technologie ingevoerd wordt. Dat vindt geleidelijk plaats. De afzetprijs wordt gedictieerd door de internationale markten en uiteraard door de kwaliteit van het product. Op een specifieke afzetmarkt behoeft Spanje voor een vergelijkbaar product geen verschil ten opzichte van Nederland of welk ander productieland dan ook te hebben. Uiteraard ontvangt de Spaanse teler minder dan de Nederlandse vanwege de extra logistieke kosten.

De grondprijzen in Murcia liggen tussen de 10 en 20 gld. per m<sup>2</sup> exclusief egaliseren, dat in de orde van grootte van 10 gld. per m<sup>2</sup> ligt. In het intensief benutte Almería ligt de grondprijs boven de 50 gld. per m<sup>2</sup>. Deze prijzen komen dicht in de buurt van de Nederlandse prijzen. De verwachting is dat in de toekomst de kassen plus bijbehorende inrichting een vergelijkbaar kostenniveau hebben als de huidige Nederlandse kassen. Momenteel ligt het kostenniveau op circa 20% van het Nederlandse niveau. De arbeidskosten per kg product liggen ongeveer op 65% van het Nederlands niveau. Veel arbeidskrachten in de tuin komen uit Zuid-Amerika en Marokko. In Almería geven de deels illegale immigranten regelmatig problemen.



Water is een zeer belangrijk maar schaars productiemiddel en daarom een belangrijk aandachtspunt en kostenpost. Afhankelijk van de beschikbaarheid en kwaliteit (zoutgehalte) van het water bedragen de kosten 4 cent per kg tot circa 15 cent indien het water wordt ontzild.

Momenteel spelen energiekosten nog nauwelijks een rol, vanwege de beperkte toepassing van verwarming. Verwarming vormt de basis voor de toekomstige productiviteitsverhoging en beheersing van infectiedruk. Een indicatie van de kosten voor energie is circa 30 tot 40 cent per kg tomaten. Momenteel ontbreekt echter de infrastructuur om op grote schaal de kassen te gaan verwarmen.

Door de grotere afstand van het Spaanse gebied tot hun afzetmarkt, in belangrijke mate de Duitse markt, liggen de distributiekosten hoger. Naar schatting bedragen de transportkosten het viervoudige van het Nederlandse niveau, dat wil zeggen 20 in plaats van 5 cent per kg.

Concluderend kan gesteld worden dat de kostprijs nog lager ligt dan de Nederlandse. Echter, indien de kassen gemoderniseerd worden en verwarmd, wordt de kostprijs vergelijkbaar met die in Nederland. Enerzijds stijgen de opbrengsten, anderzijds stijgen de kosten nog sterker. Dit neemt niet weg dat de Spaanse telers nu nog een goed inkomen verdienen.



# 1. Inleiding

Een delegatie van medewerkers van het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, belangenorganisaties en bedrijfsleven (zie bijlage 1) bezocht in de periode van 15 tot 22 november 2000 de Spaanse gebieden met beschermde teelten. (Bijlage 2 bevat een overzicht van bezochte bedrijven.)

Doel van deze missie was kennis te nemen van de ontwikkelingen in de Spaanse tuinbouw. In het verlengde daarvan is gekeken naar de betekenis van de Spaanse tuinbouw voor de Nederlandse tuinbouw en invloed op Nederlandse concurrentiepositie. Daarbij hebben de leden van de delegatie de volgende vragen gesteld:

1. hoe worden de Spaanse producten gepositioneerd ten opzichte van de Nederlandse producten? Kwaliteit, prijs, logistiek en imago komen dan als aspecten van concurrentiekracht naar voren;
2. zijn er kansen voor samenwerking met de Spaanse sector op de kritische hoge kwaliteitsmarkten?;
3. op welke terreinen kan de Nederlandse kennis een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van de Spaanse tuinbouw? Welke kansen en bedreigingen komen daar uit voort?;
4. welke rol speelt Spanje in de verdere internationalisering van de Nederlandse tuinbouw?;
5. wat betekenen de ontwikkelingen in Spanje voor de Nederlandse concurrentiepositie?

Elke deelnemer heeft vanuit zijn eigen optiek zaken waargenomen. Deze zijn in een drietal rondetafelgesprekken gemeenschappelijk gemaakt en van kanttekeningen voorzien. Gerangschikt naar vier thema's geeft dit verslag de belangrijkste impressies. De thema's, afgestemd op de LNV nota 'Voedsel en groen', zijn:

- innovatie (§ 2);
- internationalisering (§ 3);
- maatschappelijk verantwoord ondernemen (§ 4);
- concurrentiepositie (§ 5).

De slotparagraaf (§ 6) bevat de antwoorden op bovenstaande vragen als conclusies van de missie.

Verslagen van de afzonderlijke bedrijven zijn daarom niet opgenomen in dit rapport. Er is gestreefd de informatie in een kader te zetten, mede op basis van de informatie verkregen van die bedrijfsbezoeken.

Het verslag heeft allerminst de ambitie om volledige en afgewogen antwoorden op bovenstaande vragen te geven. Het gaat om tijdens de reis opgedane indrukken en verkregen informatie, die eenieder heeft afgezet tegen eerdere opgedane kennis. Deze ervaring kan voor personen of organisaties leiden tot aanvullende acties. Dat kan uiteenlopen van

het uitdiepen van bepaalde aspecten tot een heroriëntatie op de strategie of op het te voeren beleid.

Alvorens op een aantal punten dieper in te gaan, wordt eerst een beknopt beeld geschetst van de Spaanse tuinbouw. De bezochte gebieden liggen in het Zuidoosten van Spanje. Valencia is met name bekend vanwege het citrusfruit. Murcia heeft veel tuinbouw in de opengrond en heeft met circa 6.000 ha teelt onder plastic een beperkt deel van het Spaanse areaal beschermde teelt. In Murcia zijn voor Nederlandse begrippen grote bedrijven. Er zijn diverse bedrijven met enkele honderden hectare teelt zowel in de opengrond als onder plastic. Ook de Nederlandse bedrijven in dit gebied starten veelal met rond de 10 ha en streven naar 50 of meer. Almería is het gebied met de grootste oppervlakte beschermde teelt, naar schatting 20.000 tot 30.000 ha. Opengrondsteelten komen hier niet voor. Er worden grote arealen tomaten, komkommers en paprika's in dit gebied geteeld. De kassen zijn momenteel nog eenvoudig uitgevoerd en niet te vergelijken met de Nederlandse glazen kassen. Het betreft veelal een plastic afdekking op 2 tot 3 meter hoogte met insectengaas aan de zijkanten voor de ventilatie. Andere investeringen zijn er nauwelijks. Beheersing van ziektedruk leidt tot een relatief hoog gebruik van gewasbeschermingsmiddelen.

Spanje heeft in de afgelopen jaren Nederland ingehaald als grootste netto-exporteur van groente en is een concurrent op vele markten waar Nederland traditioneel aanwezig is.

De tomaat wordt in dit verslag regelmatig als referentiekader gebruikt. Het is een belangrijk product en bovendien is er relatief veel informatie over bekend. Hiermee wordt uiteraard tekortgedaan aan de grote diversiteit aan Spaanse tuinbouwproducten.

## 2. Innovatie

De Spaanse tuinbouw is er in geslaagd de afgelopen jaren de productie van tomaat per m<sup>2</sup> beperkt te verhogen en tegelijkertijd het assortiment te verbreden en de kwaliteit te verbeteren. De traditionele Spaanse longlife-tomaten zijn aangevuld met tros- en pruimtomaten. De productie op Spaanse bedrijven is beperkt omhooggegaan naar 25 kg per m<sup>2</sup> en op Nederlandse bedrijven (uiteraard zijn dat de uitzonderingen) in Spanje zelfs naar 35 kg. Ter vergelijking rond 1995, was de productie in Murcia reeds rond de 23 kg. Een gedeelte hiervan is te danken aan het succesvol aanpassen van onder andere Nederlandse technologie (hoge draad, substraat, padregistratie) aan de Spaans omstandigheden.

Indrukwekkend is de vooruitgang in Almería niet. De indruk is dat het niveau van de productie eveneens beperkt is gestegen. Rond 1995 lag dat op een niveau van 13 tot 17 kg per m<sup>2</sup>. De officiële statistieken geven zelfs een gemiddelde aan van slechts rond de 10 kg per m<sup>2</sup>. Diverse bronnen gaven aan dat de verdiensten goed zijn. Dit kan mede een oorzaak zijn dat men niet direct een noodzaak heeft tot grote veranderingen. Bovendien stellen de kredietverleners in vergelijking met Nederland hoge eisen aan de omvang van het eigen vermogen.

Caja Rural, dat ook een proefstation beheert, benadrukt dat de toekomst is opgebouwd uit vele kleine veranderingen. In Almería heeft op zeer beperkte schaal de introductie van de multitunnel kas plaatsgevonden. Als indicatie geven de toeleveranciers 500 tot 1.000 ha aan op het totaal van 25.000 ha traditionele kas. Vervanging van kassen maakt een beter klimaatbeheersing mogelijk dankzij installatiemogelijkheden van verwarming, betere ventilatie (met insectendoek) en kashoogte. Gelet op de grotere verschillen in temperatuur gedurende dag en nacht kan de mogelijkheid tot verwarming een grote bijdrage leveren aan een betere beheersing van de infectiedruk. Verwarming van kassen heeft al zijn intrede in de praktijk gevonden. Nederlandse toeleveranciers zijn hierbij actief. Door deze verwarming komt ook verdere mechanisatie (transport) in beeld en vooral beheersing van de ziektedruk (schimmelziekte en gebruik van biologische bestrijders).

Momenteel wordt hard gezocht om ook op het gebied van *Integrated Pest Management* met biologische bestrijders het gebruik van chemische gewasbeschermingsmiddelen terug te dringen. De inzet van hommels, waarmee reeds resultaten zijn geboekt, noodzaakt een heroriëntatie op het middelengebruik. De toepassingen voor het bestrijden van plagen staan overigens nog in de kinderschoenen, maar ook hier blijven successen niet uit. Met de Nederlandse ervaring kan sneller dan in het verleden in Nederland de juiste biologische bestrijders worden gevonden. Een deel van de huidige achterstand ten opzichte van Nederland wordt dan verkleind, waarmee ook minder residuen op het eindproduct achterblijven. De eerder genoemde modernisering van de kassen met verwarming maakt de slagingskans van IPM vanzelfsprekend groter.

De ontwikkelingen in Spanje worden verder gestimuleerd door de recente instroom van enkele buitenlanders: Nederlanders maar ook Engelsen en Belgen. De doelstelling van de Nederlanders, die tijdens deze studiereis zijn bezocht, is een vergelijkbare productie te halen als in Nederland. Nederlandse techniek wordt daarvoor gebruikt. Soms wordt de

laatste stand van de Nederlandse techniek volledig toegepast. Deze systemen wijken zeer sterk af van de gangbare systemen in de omgeving. Ook hun doelstellingen op het gebied van voedselveiligheid, certificering worden door slechts weinige Spanjaarden bereikt. Daar deze bedrijven pas zijn gestart, hebben ze nog geen of slechts een paar productieseizoenen achter de rug. Het is daarom nog te vroeg om te bepalen of deze bedrijven als een motor gaan fungeren voor een vernieuwingsgolf in de Spaanse tuinbouw. Echter, nu al vormen deze technieken een nieuw referentiekader voor de Spaanse telers en bij succes wordt de impact op de Spaanse concurrentiepositie alleen maar groter.

Over innovatie op het *assortiment* is tijdens de studiereis weinig informatie verkregen. De aanwezigheid van vele zaadbedrijven geeft aan dat ze niet verstoken blijven van nieuwe rassen. De kleurrijke folders met verschillende rassen ondersteunen dit. Zaadbedrijven opereren internationaal en zullen zeker aandacht besteden aan een dergelijke groot productiegebied c.q. afzetgebied. De jonge citrusplantages in Valencia met nieuwe rassen bevestigen het beeld dat er voldoende beweging is in vernieuwing van het assortiment.

Het *kennissysteem* komt weinig adequaat over. De achterstand op Nederland wordt door Caja Rural zonder meer bevestigd. Particuliere voorlichters hebben nauwelijks contact met de universitaire wereld of het hoger beroepsonderwijs. Economen van de universiteit van Valencia gaan naar Nederland voor de Master of science cursus Agricultural Management. Als kanttekening moet ook hier genoemd worden dat er een drietal opleidingsinstellingen op de beurs stonden waaronder FIAPA<sup>1</sup>. Op deze beurs Expo Agro Almería bleken inderdaad - volgens Nederlandse maatstaven - niet de nieuwste snuffjes van de techniek te staan. Begrijpelijk gezien de huidige stand van technologie die in Almería wordt toegepast. De Nederlandse (dochter)bedrijven in Spanje, zowel de productie als toeleverende bedrijven maken uiteraard gebruik van het Nederlands kennissysteem. De grootte van de achterstand in het kennissysteem is eigenlijk minder relevant. De vraag is eerder hoeveel tijd ze nodig hebben om kennis van elders te gaan toepassen. Diffusie van Nederlandse kennis ligt sterk voor de hand. Ook al blijven ze achterlopen op Nederland, de achterstand wordt echter kleiner. Kennis verspreidt zich steeds sneller over de wereld. Dat dwingt Nederland ertoe om steeds weer met nieuwe ontwikkelingen te komen.

Een belangrijke impuls in het gebied Almería wordt verwacht van de *structurele ontwikkeling* door de generatiewisseling. Het gebied is in de jaren zestig tot ontwikkeling gekomen. Een zeer arme streek met mensen die hun geluk in de tuinbouw zochten en grotendeels ook gevonden hebben. Gestimuleerd door toetreding tot de EU, die mede een bijdrage aan een goede ontsluiting naar de West-Europese markten heeft geleverd. Nu komt de tweede generatie op het bedrijf, met uiteraard meer ervaring en meer scholing. Een generatie die moet zorgen voor zijn eigen toekomst. Dit is een sterke impuls voor een vernieuwingsslag. De 500 tot 1.000 ha (2 tot 4% van het gehele areaal) hoge multitunnelkassen met mogelijkheden tot verwarming geven het begin van deze ontwikkeling aan. Naar verwachting wordt daardoor de achterstand ten opzichte van de Nederlandse teelttechniek verder verkleind. De potenties zijn daarom groot, echter de realisatie daarvan wordt mede bepaald door het tempo van de verandering in de structuur. Bedrijfsopvolging en bedrijfsaanpassingen hebben betrekking op slechts enkele procenten van de bedrijven per jaar. Die potenties worden geleidelijk aan merkbaar.

---

<sup>1</sup> Fundacion para la Investigació Agraria de la Provincia de Almería.

### 3. Internationalisering

Een van de vragen van de leden van de missie gaat over de betekenis van Spanje in de internationalisering van de Nederlandse tuinbouw. Voor de een is het een concurrent op onze afzetmarkten, de andere ziet juist perspectieven om technologie en kennis te verkopen en voor de derde staat samenwerking voorop om een betere marktpositie te krijgen. Een uitwerking van dit beeld, dat niet geheel helder is geworden, vindt plaats door voor de onderscheidende schakels beginnend bij de consument enkele impressies weer te geven.

Consumenten vragen *jaarrond* een zeer gedifferentieerd aanbod van producten. Ondanks de geconditioneerde productieomstandigheden kan Nederland in de wintermaanden (nog) niet voldoende producten leveren van een constante kwaliteit. Een motief voor een (neven)vestiging in Spanje is jaarrond te kunnen leveren. Afnemers maken het gehele jaar gebruik van dezelfde toeleverancier, wat de transactiekosten verlaagt. Echter, het is de vraag of de regie vanuit Nederland blijft plaatsvinden. Het bedrijf van Van der Kaaij, van Geest en Linthorst regisseren de verkoop in belangrijke mate vanuit de Nederlandse hoofdlocatie. Het paprikabedrijf van Grootsholte en anderen leveren vanuit Spanje aan Tesco. Naast een versterking van de Nederlandse positie kan het op termijn ook leiden tot een versterking van de Spaanse regiefunctie als het belang van het Spaanse product en de Spaanse inbreng groter worden.

Grootwinkelbedrijven willen bij voorkeur een *volledig AGF pakket* (inclusief exoten) bij een leverancier inkopen en uiteraard jaarrond. Handelaren vervullen deze functie door wereldwijd in te kopen en de gewenste pakketten samen te stellen. Spanje is deels aanvullend op het Nederlands seizoen en deels aanvullend op het productenpakket door onder andere de citrusproductie. De allianties van Nederlandse bedrijven (zoals van der Staay, VDD of Valstar) met de Spaanse bedrijven onderstrepen de wederzijdse afhankelijkheid. In het internationalisering traject zal deze weg nog verder worden vervolgd. Als positief neveneffect wordt kennis ingebracht van de Spaanse sociale cultuur. Spanjaarden willen eerst een zeker onderling vertrouwen, voordat ze zaken gaan doen. Naast versterking van de positie van de Nederlandse primaire tuinbouw kan dit ook een bedreiging vormen. Voor de handelsbedrijven is de herkomst van de producten, mits ze voldoen aan de eisen van hun afnemers, minder relevant. De Spaanse productie van tomaten is viermaal zo groot als de Nederlandse en in export zijn ze Nederland voorbijgestreefd; daarnaast hebben Murcia en Almería een breed scala aan groente- en citrusproducten. Het is niet uitgesloten dat de aansturing van de handel in de nabijheid van de grootste productieplaats heeft. Alle redenen om de ontwikkelingen kritisch te volgen.

Telen van gewassen in Spanje is een mogelijkheid om *internationaal te sourcen*. De productiekosten zijn (nog) goedkoper, mede vanwege de lage arbeidskosten. Door het klimaatverschil met Nederland is er ook een verschil in het productie seizoen. Een benutting hiervan draagt bij aan beter uitgangsmateriaal voor bijvoorbeeld de Nederlandse potplantensector. Opkweek in Spanje geeft eerder goed uitgangsmateriaal voor de Nederlandse teler, zodat die op het juiste moment met een goede kwaliteit kuipplant op de markt komt.

Spanje is dan een van de vele mogelijkheden om 'grondstoffen' te laten produceren. Voor vruchtgroente liggen ook andere Middellandse-Zeelanden voor de hand. Voor de sierteelt is de gehele wereld momenteel al het speelveld voor productie en handel. Het bezochte Nederlandse potplantenbedrijf Olsthoorn heeft sterke allianties met vestigingen in Nederland, Spanje en Zuid-Afrika. Deze ontwikkeling doortrekkend, is Spanje een tussenstap op weg naar andere werelddelen (bijvoorbeeld Zuid-Amerika) voor de Nederlandse tomatentelers.

Met zijn zeer omvangrijke arealen is Spanje vanzelfsprekend ook een *exportland voor Nederlandse toelevering en kennis*. De potentie is momenteel groot. Het betreft een enorm areaal, waar een vernieuwing van de opstanden met hoger technologisch inrichting wordt verwacht. Diverse Nederlandse bedrijven (zoals diverse zaadbedrijven en toeleveranciers, bijvoorbeeld Koppert, Brinkman of Priva) hebben er (recentelijk) een nevenvestiging. De sfeer tijdens de studiereis straalde optimisme uit over de grote afzetkansen voor de toelevering. Hommels voor bestuiving hebben reeds een positie verworven. Op het gebied van kasinrichting (verwarming, buistransportsystemen) en gewasbescherming (vangplaten, biologische bestrijding) zien de bedrijven vele kansen. Deze afzet is aantrekkelijk voor Nederland, ook omdat daardoor de innovatie in Nederland mede rendabel wordt gemaakt. Voor de toeleverende bedrijven is internationalisering daarvoor een vereiste. Het verkopen van Nederlandse kennis moet niet gezien worden als een bedreiging. Het dwingt Nederland om innovatief te blijven, om een voorsprong te houden. De marktoriëntatie van Nederland wordt daardoor versterkt; immers, door de afzet van de toelevering krijgt men direct informatie over de ontwikkelingen in dat land. In het huidige tijdperk van Informatie en Communicatie Technologie is kennis en zeker kennis ingebed in producten zeer moeilijk exclusief voor Nederland te houden.



## 4. Maatschappelijk verantwoord ondernemen

Spanjaarden kennen een andere waarde aan milieu en landschap toe dan Nederlanders. Dit leidt er toe dat het landschap er rommelig uitziet, mede door zwerfvuil. Maar ook dat ze het gebruik van pesticiden anders beoordelen dan de Noord-Europeanen, die meer op gezondheid en voedselveiligheid zijn gericht.

Het gebruik van *pesticide* ligt aanzienlijk hoger en de sector ondervond er hinder van tijdens de 'Paprika-affaire', waarbij te hoge gehalten aan residuen geconstateerd zijn. Op beperkte schaal en slechts gedurende een beperkte gedeelte van het hele seizoen wordt met biologische bestrijders gewerkt. Het klimaat, dat bekend is van de 'zongerijpte' tomaten, heeft ook zijn nadelen. De infectiedruk bij de start van het seizoen (augustus/september) en het eind van het seizoen (juni/juli) is hoog, vanwege de insecten. Mede door de hoge dagtemperaturen en lage nachttemperaturen zijn deze nu nog alleen met chemische middelen te bestrijden. Spuitregimes van enkele keren per week of soms zelfs tweemaal per dag blijken praktisch te zijn in bepaalde perioden. De Spaanse teler gebruikt momenteel meer dan het tienvoudige van de Nederlandse teler. De voorlopers zijn zich bewust dat de kritische consumenten in de betere markten een veilig c.q. residuvrij product willen hebben.

Opvallend is ook hoe gemakkelijk en vanzelfsprekend men de 'first flush' in 60 meter diepe putten laat lopen. In de kassen wordt het condenswater in goten opgevangen, waarin ook het regenwater komt. Dit water loost men gewoon naast de kassen.

Het *landschap* en agrarische gronden in Murcia maken zeker naar Spaanse begrippen een opgeruimde en verzorgde indruk, wat in scherp contrast is met het monofunctionele kassengebied Almería. De eindeloze zee van plastic (Costa del Plastico) oogt op zich al weinig aantrekkelijk. De kassen zijn dicht tegen elkaar aangebouwd, zonder enige vorm van landschappelijke aankleding. Het overvolle Westland dat in Nederland het maatschappelijk draagvlak als aantrekkelijk gebied heeft verloren, kan voor Almería als voorbeeldinrichting fungeren. Bij hoge dichtheid van kassen kunnen de grote hoeveelheden afval van plastic, plantenresten en ander tuinbouwhulpmiddelen, inclusief verpakking van bestrijdingsmiddelen, worden gevoegd. Op diverse plaatsen zijn kleine vuilnisbelten te vinden. Het beleid van de gemeente El Ejido, dat al dateert van voor 1995, om afval in te zamelen heeft nog niet het gewenste eindresultaat opgeleverd. De landschappelijke waarde van dit gebied moet ronduit als onaantrekkelijk betiteld worden en draagt zeker niet bij aan de aantrekkelijkheid van het toeristengebied langs de kust.

In beide gebieden is duidelijk het ingrijpen van de mens zichtbaar. Grote stukken heuvelachtige en zelfs bergachtig landschap zijn geëgaliseerd om grote oppervlakten vlak terrein te krijgen. Naast zware grondverzetmachines worden ook springstoffen ingezet. De muren van de terrassen zijn soms tientallen meters hoog en rechthoekig. Alles is gericht op een efficiënte verkaveling en een economische benutting van de ruimte. Deze ingrepen houden weinig rekening met de cultuurhistorische waarde van landschappen.

De Spaanse tuinbouw maakt ruimschoots gebruik van *allochtonen als arbeiders*. Het werk op de productiebedrijven wordt als weinig aantrekkelijk ervaren. De autochtone

Spaanse bevolking prefereert ander werk. In Murcia komen veel arbeiders uit Zuid-Amerika, zoals mensen uit Ecuador en Colombia. Door hun gemeenschappelijke taal levert communicatie geen verschil op met autochtonen en levert een zekere culturele band. De samenwerking met Marokkanen wordt als problematisch ervaren. Werkploegen worden naar herkomst van de arbeiders samengesteld en zoveel mogelijk gescheiden gehouden.

Marokkanen spelen een grote rol in Almería. Mede door de economisch weinig florissante situatie met een politiek klimaat dat weinig vrijheid biedt, vluchten veel Marokkanen. Ze werken de eerste periode als illegalen in de tuinbouw. Hun leefomstandigheden zijn zeker in die periode verre van ideaal. De drijfveer van deze mensen is het uitzicht op een verblijfsvergunning die hun verblijf legaliseert. Ze accepteren daarvoor tijdelijk een behandeling als tweederangsburger. Het beleid van de Spaanse overheid is vrij soepel ten aanzien van de illegale instroom van buitenlanders.

## 5. Concurrentiepositie

Een beoordeling van de concurrentiepositie vindt plaats aan de hand van de vier determinanten die gebruikt worden in de door het LEI ontwikkelde concurrentiemonitor. Deze worden achtereenvolgens behandeld.

### *Aanpassingsvermogen*

De algemene perceptie is dat de Spaanse producten een lager kwaliteitsniveau hebben dan die in Nederland. Dat blijkt ook uit de prijsverschillen op de Duitse markt. Toch moet geconstateerd worden dat ze hun concurrentiepositie op de Europese markt behoorlijk versterkt hebben. Voor een aantal tuinbouwproducten is Spanje Nederland qua hoeveelheden gepasseerd als belangrijkste exporteur. Deze positie met name op de Duitse markt is mede opgebouwd door de lage kostprijs.

Momenteel staat voedselveiligheid sterk in de belangstelling. In relatief korte tijd is Spanje erin geslaagd producten te certificeren onder het merk Aenor. De producten van Prima Flor worden onder deze certificering op de markt gebracht. Prima Flor voldoet overigens ook aan de BRC, de certificeringeisen van de Britse markt.

De indruk is dat de handel in Spanje goed inspeelt op de vragen uit de markt. Nederland scoort alles samen aanzienlijk beter dan Spanje en onderscheidt zich daarmee in positieve zin van Spanje.

### *Ketenhechtheid*

De afzetstructuur in Spanje kent twee varianten. Een variant wordt bepaald door de grote productiebedrijven, zoals Bonnysa in Allicante, La Paloma in Pulpi of de 'Nederlandse' bedrijven zoals Grootscholte of Cualin. Deze bedrijven hebben een eigen pakstation en regelen hun eigen afzet. Een zeer korte keten, met een directe communicatie tussen producent en eindgebruiker.

De tweede variant kent een grote sturing door de handel. De handel heeft bovendien een grotere invloed dan in Nederland. Nederlandse telers bepalen meer een eigen strategie. De Spaanse telers laat zich meer leiden door de handel. De handel weet wat de markt vraagt en de telers volgen hun wensen ten aanzien van rassenkeuze en teeltwijze. De invoering van IPM zal mede door de handel sterk gestimuleerd worden.

In vergelijking met Nederland scoort Spanje voor de voedingstuinbouw slechts iets minder op samenwerking in de keten. Nederland heeft voor de sierteelt uiteraard een aanzienlijke betere positie.

### *Kosten en efficiency*

De kostprijs op de afnemers markt is een belangrijk gegeven om de concurrentiepositie van Spanje te bepalen. Tijdens de studiereis zijn op diverse aspecten indrukken verkregen. Als

referentiekader wordt de studie van Verhaegh<sup>1</sup> uit 1998 gebruikt. De belangrijkste aspecten worden hier behandeld. Na de opbrengsten passeren de diverse kostenposten de revue.

### *Opbrengsten*

De informatie over de huidige producties van 15 tot 25 kg tomaten per m<sup>2</sup> verkregen van de Spaanse 'koploper'-bedrijven ligt op een iets hoger niveau dan die in de eerder genoemde studie van Verhaegh. De ambities van de 'Nederlandse' bedrijven ligt hoger; echter, het technologieniveau (onder andere verwarming) eveneens. Een substantiële verhoging van de productiviteit zal dan ook plaatsvinden op het moment dat kassen verwarmd worden en hogere technologie ingevoerd wordt. Zoals bij de structurele ontwikkeling is aangegeven vindt dat geleidelijk plaats.

Naast de fysieke productie speelt de afzetprijs een belangrijke rol. Deze wordt gedictreed door de internationale markten en uiteraard door de kwaliteit van het product. Op een zekere afzetmarkt heeft Spanje voor een vergelijkbaar product geen verschil ten opzichte van Nederland of welk productieland te hebben. Uiteraard ontvangt de Spaanse teler minder dan de Nederlandse vanwege de extra logistieke kosten.

### *Duurzame productiemiddelen: grond, kassen en inventaris*

De grondprijzen variëren per gebied. In Murcia liggen de prijzen tussen de 10 en 20 gld. per m<sup>2</sup> exclusief egaliseren, dat in de orde van grootte van 10 gld. per m<sup>2</sup> ligt. In het intensief benutte Almería ligt de grondprijs boven de 50 gld. per m<sup>2</sup>. Deze prijzen komen dicht in de buurt van de Nederlandse prijzen. De prijzen van de traditionele plastic kassen zijn uiteraard aanzienlijk lager dan de modernere multitunnelkassen of de volledig uitgeruste Venlo kassen. De verwachting is dat de toekomstige kassen een vergelijkbaar kostenniveau hebben als de huidige Nederlandse kassen. Op dat punt ze zijn dan niet meer onderscheidend. Echter, momenteel ligt hun kostenniveau aanzienlijk lager. Volgens Verhaegh (1998) zijn de vaste kosten circa 20% van het Nederlandse niveau.

### *Arbeid*

De arbeidskosten per kg product liggen op circa 65% van het Nederlandse niveau (zie bijlage 3). Per uur zijn de kosten ongeveer een derde van Nederland, de productiviteit wordt echter op de helft geschat. De kosten stijgen naar verwachting vergelijkbaar met de rest van de economie. Werken in de tuin wordt niet als aantrekkelijk gezien. Er werken relatief veel mensen uit Zuid-Amerika, met name in Murcia en (deels illegalen) Marokkanen in Almería. Rassentegenstellingen leveren regelmatig problemen op.

### *Water*

Water is een zeer belangrijk maar schaars productiemiddel (zie bijlage 4). Een belangrijk aandachtspunt en kostenpost daarom, maar het heeft geen rem op de groei van de tuinbouw te zijn. Illustratief is de opmerking dat er genoeg water in de zee zit.

De Spaanse tuinder is nadrukkelijk bezig om het waterverbruik te beperken, zoals druppelbevloeiing. Ook hier moet een onderscheid gemaakt worden naar de gebieden Murcia en Almería. Allereerst de situatie in Murcia. De kwaliteit van het grondwater is matig,

---

<sup>1</sup> Verhaegh, A.P., *Kostprijzen tomaat, komkommer en paprika in Nederland en Spanje*. LEI, Den Haag, 1998.

het bevat te veel zout (boven de 3 EC). Naast de aankoopkosten van water komen er dan kosten voor ontzilting in de orde van grote van 0,75 tot 1,00 gld. per m<sup>3</sup>. In welke mate het plan van de overheid er in slaagt om water uit andere gebieden (Rhône, Taag) aan te voeren is mede gezien de regionale autonomie van diverse provincies moeilijk in te schatten. De huidige kosten van water verdubbelen indien het plan van de overheid niet slaagt en inderdaad zeewater moet worden ontzild. De kosten gaan dan van 1 naar 2 gld. per m<sup>3</sup> of 12 cent per kg tomaat.

Het zoutgehalte van het water in Almería ligt ruim beneden de 1 EC. Bovendien zijn de kosten ook aanmerkelijk lager. Prijzen van 10 tot 25 peseta's (15 tot 30 cent) per m<sup>3</sup> zijn genoemd. Nu moet hierbij in aanmerking genomen worden dat niet standaard druppelirrigatie wordt toegepast en dat de opbrengsten per m<sup>2</sup> lager liggen dan in Murcia. De kosten per kg product blijven echter lager liggen.

### *Energie*

Momenteel spelen energiekosten nog nauwelijks een rol, vanwege de beperkte toepassing van verwarming. Verwarming vormt de basis voor de toekomstige productiviteitsverhoging. Een indicatie van de kosten voor energie is circa 30 tot 40 cent per kg tomaten (bijlage 4). Momenteel ontbreekt de infrastructuur om op grote schaal de kassen te gaan verwarmen. De energie moet als diesel of vloeibaar gas aangevoerd worden. Grootschalige toepassing mag verwacht worden, indien er voldoende infrastructuur (installaties en leidingen) aanwezig om het Algerijns (vloeibaar) gas te benutten. Deze structurele ontwikkelingen komen pas op langere termijn op voldoende grote schaal ter beschikking. Zoals eerder is aangegeven, is verwarming een van de kritische succesfactoren om zowel een lager pesticidegebruik te kunnen realiseren als een hogere opbrengst per m<sup>2</sup>.

De zongerijpte Spaanse tomaat wordt dan op een vergelijkbare wijze als de Nederlandse tomaat geteeld met een wellicht een hoger energieverbruik (en CO<sub>2</sub> emissie) per kg tomaat.

### *Distributie kosten*

Door de grotere afstand van het Spaanse gebied tot hun afzetmarkt, in belangrijke mate de Duitse markt, liggen de distributiekosten hoger. Naar schatting bedragen de transportkosten het viervoudige van het Nederlandse niveau; dat wil zeggen 20 in plaats van 5 cent per kg. De overige kosten zijn min of meer vergelijkbaar. Mogelijk compenseren de lagere arbeidskosten de hogere inspanning van collecteren en sorteren, als gevolg van de kleinschaligere Spaanse bedrijven. Dit laatste geldt uiteraard niet voor de grootschalige bedrijven. De grotere afstand tot hun afzetmarkt heeft uiteraard een hoger brandstofgebruik tot gevolg ten opzichte van de Nederlandse distributie.

### *Samenvattende conclusies kosten*

In vergelijking met de studie van Verhaegh zijn er nauwelijks aanwijzingen dat er ten aanzien van de huidige kostprijs verandering is gekomen. De Spaanse kostprijs op de afzetmarkt Frankfurt ligt lager dan de Nederlandse. Een hogere kwaliteit (inclusief service) maakt een hogere Nederlandse prijs mogelijk. De verwachting is dat in de toekomst de kostprijzen vergelijkbaar worden. Om de ziektedruk terug te brengen, zijn in Spanje in-

vesteringen in een betere klimaatbeheersing vereist. Ook de lage nachttemperaturen vragen om investeringen om een regelmatigere productie te verkrijgen.

### *Strategische potentieel*

Het ontbreekt Spanje een duidelijke collectieve sectorvisie voor de tuinbouw. In Spanje hangt veel af van hoe de handel inspeelt op de marktkansen. Tot nu heeft de handel laten zien dat ze een markt hebben kunnen opbouwen op de West-Europese markten, ook op de 'kwaliteitsmarkt' Engeland. Nederland heeft tot nu toe het voordeel van een technologisch goed ontwikkelde (kennis)infrastructuur. Gevoegd bij een sector die collectief een visie heeft ontwikkeld, onder andere verwoord in 'Nederland tuinbouwland', en die die visie regelmatig bijstelt, biedt dit Nederland een goede uitgangspositie. Echter, dit is zeker geen reden om 'achterover te gaan leunen'. Spanje neemt snel kennis van relevante technieken.

Verder heeft Nederland naast groente een breed assortiment aan tuinbouwproducten, waarbij met name aan sierteelt en uitgangsmateriaal wordt gedacht. Nederland heeft de mogelijkheden om in de glastuinbouw naar andere producten over te schakelen.

Spanje heeft echter wel het voordeel van een positief imago. Het 'zongerijpte' tomaatje roept positieve emoties op, ook al is dat beeld niet gebaseerd op feiten. Het Nederlands product roept die positieve gevoelens niet op.

## 6. Conclusies

In de inleiding zijn vijf vragen gesteld, waarop hier een antwoord wordt gegeven.

### 1. *Hoe worden de Spaanse producten gepositioneerd ten opzichte van de Nederlandse producten?*

De kwaliteit van het Nederlandse product wordt de afnemers hoger gewaardeerd dan het Spaanse. Dit ondanks dat het bovenste segment van de Spaanse productie naar de hoog ontwikkelde markten in West-Europa gaat. 62% van de productie uit Almería gaat naar de EU: in volgorde van omvang van de exportbestemming Duitsland, Frankrijk, Nederland en VK. De mindere kwaliteit wordt in het binnenland afgezet (34% van de productie van Almería). Spanje is goed in staat om zijn producten te vermarkten.

Het assortiment aan producten wijkt in beperkte mate af van het Nederlandse, met name het grote aanbod aan sla. Daarnaast bieden ze meloenen en citrus aan, die Nederland grotendeels of geheel uit het buitenland betreft.

De prijs op de afzetmarkten is lager dan de Nederlandse, mede vanwege kwaliteitsverschillen. Op logistiek gebied presteren ze behoorlijk, waarbij ze een kostennadeel vanwege de grotere afstand tot de belangrijkste West-Europese markten hebben.

Uitstekend scoort Spanje op het subjectieve imago. De Spaanse producten worden geassocieerd met natuurlijk. De uitdrukking 'zonderijpt' geeft dit beeldend weer. In het voorafgaande is aangegeven dat het objectieve beeld anders ligt. Het imago van Nederland roept afstand op door het industriële imago. Een van de lessen is dat de Spanjaarden hun imago beter uitdragen.

*In totaliteit heeft Nederland een beter productimago op de belangrijkste markten, wat meetbaar is aan een hogere prijs. Echter, Spanje verkleint de achterstand. De emotionele waarde van het Spaanse product is beter. De positie van Nederland wordt alleen behouden als de sector niet achterover gaat leunen.*

### 2. *Zijn er kansen voor samenwerking op de kritische hoge kwaliteitsmarkten?*

De kansen voor samenwerking worden momenteel reeds benut. De aanwezigheid van enkele Nederlandse bedrijven tonen dit aan. Ze maken het mogelijk om jaarrond aan dezelfde afnemers vruchtgroente te leveren of bij de start van het tuinseizoen een goede kwaliteit kuitplant te kunnen leveren. Hoewel door de verschillen in productieomstandigheden en klimaat geen identieke producten geteeld kunnen worden, kunnen er echter wel vergelijkbare producten geteeld worden. De vraag is gerechtvaardigd of jaarrond levering het enige motief is. Allereerst is een hoge belichting veelbelovend (hoewel maatschappelijk niet zonder meer geaccepteerd) en maakt jaarrond levering in Nederland mogelijk. Een lagere kostprijs levert hoge rendementen bij bedrijfsoppervlaktes die veelvoudig zijn of worden, zelfs van de grootste Nederlandse bedrijven. Uitdagingen aan ondernemers (het tweede ar-

gument) moeten een belangrijke rol spelen, want het productie seizoen vertoont een grote overlap, waarbij in het Spaanse voor- en naseizoen de infectiedruk zonder meer leidt tot een relatief intensief gebruik van gewasbeschermingsmiddelen.

Als derde opmerking dient ook op de mogelijkheid gewezen te worden dat mede door de buitenlandse investeerders semi-Spaanse bedrijven rechtstreeks aan afnemers op de Nederlandse afzetmarkten leveren. De regiefunctie van Nederland wordt (wellicht verder) aangetast en dat heeft op den duur een negatief effect op de positie van de Nederlandse glastuinbouw.

*Geconcludeerd moeten worden dat er momenteel kansen voor samenwerking zijn. Echter, jaarrond levering is niet het enige motief om een nevenvestiging in Spanje te stichten.*

3. *Op welke terreinen kan de Nederlandse kennis een bijdrage leveren aan de ontwikkeling van de Spaanse tuinbouw? Welke kansen en bedreigingen komen daar uit voort?*

Nederlandse toeleverende bedrijven zijn nadrukkelijk aanwezig in de Spaanse tuinbouwgebieden. De ontwikkeling van de Spaanse tuinder is nog niet ver genoeg gevorderd om hoogwaardige technologie af te zetten. Nederlandse technologie, die reeds enkele jaren toegepast wordt, biedt meer kansen voor afzet in Spanje. Deels moet die technologie aangepast worden aan de Spaanse omstandigheden. Biologische bestrijders zijn slechts in een deel van het seizoen in te zetten. De kassen hebben een andere constructie en de infrastructuur voor levering van energie is beperkt. De verwachte modernisering van onder andere het kassengebied van Almería biedt veel kansen. Het gevolg van de leveringen is uiteraard dat Spanje haar concurrentiepositie sneller verbetert. Dit dwingt Nederland het innovatieve vermogen verder te versterken.

*De omvang van Spaanse markt en de verwachte modernisering bieden aanzienlijke kansen voor de Nederlandse toeleveranciers. Nederland moet door innovatie voorop blijven lopen om verslechtering van de concurrentiepositie te vermijden.*

4. *Welke rol speelt Spanje in de verdere internationalisering van de Nederlandse tuinbouw?*

Spanje speelt op drie fronten een belangrijke rol.

Ten eerste is Spanje een geduchte en omvangrijke concurrent en dwingt het daardoor Nederland innovatief en marktgericht te blijven. Nederland moet het hebben van innovatieve producten met een sterk onderscheidend vermogen. Ter illustratie: de tomatencrisis begin jaren negentig heeft de tomatentelers er mede toe gedwongen een grote variëteit aan tomaten op de markt te brengen.

Voor de eindproducten geldt ook dat deze zeer innovatief moet zijn op de internationale positie van Nederland als leverancier van hoogwaardige en onderscheidende tuinbouwproducten op peil te houden.

Spanje als leverancier van grondstoffen, zoals stekken voor planten, of aanvullend op het Nederlands seizoen is het derde aspect. Echter, de samenwerking moet dan verder uitgebouwd worden.



*Spanje dwingt Nederland marktgericht en innovatief te blijven. De afzet in Spanje door toeleveranciers geeft deze schakel ook een stevigere economisch basis.*

5. *Wat betekenen de ontwikkelingen in Spanje voor de Nederlandse concurrentiepositie?*

Spanje en Nederland zijn beide wereldspelers in de internationale handel van groente. Spanje heeft op de Europese markt een stevige positie verworven. De achterstand op Nederland is ingelopen en Spanje is de grootste netto-exporteur. Momenteel heeft Nederland een voorsprong op kwaliteit. De relatieve positie van Spanje ten opzichte van Nederland zal vrijwel gelijk blijven. De toekomstige marktpositie voor Spanje hangt samen met de vorderingen die geboekt worden bij het terugdringen van het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen. Dat traject vraagt komend decennium zeker nog veel aandacht. Uiteindelijk zal de productiewijze in Spanje slechts beperkt afwijken van de Nederlandse: dat wil zeggen dat naast het gebruik van een vergelijkbare technologie ook het gebruik van fossiele brandstoffen zal stijgen. Spanje heeft het voordeel van een positief imago: 'Zongeripte tomaten.' Een imago dat positieve gevoelens oproept en zeker niet geassocieerd wordt met een gebruik van gewasbeschermingsmiddelen dat ruim 10-maal zo hoog ligt als in Nederland. Nederland kan internationaal beter scoren indien ook het imago van het Nederlandse product opgepoetst wordt. Nu voert het intensieve en industriematige karakter van de Nederlandse tuinbouw de boventoon.

Verder is het van belang hoe andere Middelandse-Zeelanden zich ontwikkelen. In principe liggen daar potenties voor productie in hetzelfde segment als Spanje en bovendien in dezelfde periode.

Momenteel ligt de kostprijs nog lager dan de Nederlandse. Echter, indien de kassen gemoderniseerd worden en verwarmd, wordt de kostprijs vergelijkbaar met die in Nederland. Hierdoor verliezen ze een concurrentievoordeel. Verwarming wordt noodzakelijk vanwege klimaatbeheersing en beperking van infectiedruk. Spanje zal op termijn een toenemende concurrentie ondervinden van Noord-Afrikaanse landen en andere Middelandse-Zeelanden. Er dient wel in ogenschouw genomen te worden dat de Spaanse telers een goed inkomen verdienen en soms een geslaagde teelt gedurende een gedeelte van hun seizoen voldoende is voor een basis inkomen.

*De relatieve concurrentiepositie van Spanje blijft ongeveer gelijk. Spaanse producten scoren onterecht hoger op een natuurlijk imago dan de Nederlandse. Op termijn zal de kostprijs stijgen en ondervindt Spanje concurrentie van andere Middelandse-Zeelanden.*



## Bijlage 1 Lijst van deelnemers aan studiereis tuinbouw Murcia en Almería

1.	A.M.W. Kleinmeulman (missieleider)	Ministerie LNV, directie I&H
2.	C. Arkestein	KCB
3.	W. Baljeu	Frugi Venta
4.	G. Th. P. Bosma	Ministerie LNV, directie IZ
5.	F. Hoogervorst	LTO
6.	L. Kleinjan	Tolk
7.	C.J.Th. de Kruif	RABObank Nederland
8.	G.P.G. Kunst	Ministerie LNV, directie IZ
9.	C. van Leeuwen	Productschap Tuinbouw
10.	H.J. van Oosten	Innovatienetwerk Groene Ruimte en Agrocluster, Sign
11.	T. Roos	Agrarisch Dagblad
12.	G. de Vent	Landbouwraad Madrid
13.	F.W.A. Vink	Ministerie LNV, directie Landbouw
14.	J. Wijnands	LEI
15.	A. Wolthuis	Ministerie LNV, directie I&H

## Bijlage 2 Bezochte bedrijven en instellingen<sup>1</sup>

*Donderdag 16 november 2000*

Bonnysa  
Tomaten producent  
San Juan

Van Dijk-España en toeleveranciers  
Sorteer- en pakstation van onder andere citrus  
Carlet

*Vrijdag 17 november 2000*

Koppert España  
Toeleverancier  
Aguilas

Coaguilas  
Sorteer- en pakstation  
Aguilas

Proefstation  
Beschermd teelten  
Aguilas

Primaflor  
Pakstation en handelsbedrijf  
Pulpi

*Zaterdag 18 november 2000*

Cualin Quality SL  
Tomatenproducent  
Antas

---

<sup>1</sup> Diverse bedrijven zijn beschreven in het *Agrarisch Dagblad* in de periode 17 tot en met 25 november 2000.

*Maandag 20 november 2000*

Wim Grootscholte  
Paprikaproductent  
Almería

De Ruiters Seeds  
Veredeling en levering van zaad  
El Ejido

Caja Rural  
Proefstation en bank  
Almería

*Dinsdag 21 november 2000*

Agroponiente  
Particuliere veiling  
El Ejido

Ton Olsthoorn  
Potplantenkweker  
La Mojonera

*Woensdag 22 november 2000*

Beurs Expo Agro Almería  
Aguadulce

## Bijlage 3 Arbeid

### *Arbeidsvoorziening*

- Veel vreemde arbeidskrachten voor het tuinwerk komen uit Zuid-Amerika. Ze hebben de voorkeur, omdat ze Spaans spreken en voor minder problemen zorgen dan de Marokkanen. Marokkanen worden daarom in aparte ploegen ingezet.
- Vreemde arbeidskrachten voor het pakstation komen uit de buurt. Het werk wordt beter gewaardeerd dan tuinwerk. Het wordt door vele ondernemers van kleine tuinbouwbedrijven gezien als een aanvulling op de inkomsten uit het bedrijf.
- Spanje schijnt soepel om te gaan met immigranten. De eerste zes maanden zijn ze illegaal en leven in slechte omstandigheden. Ze krijgen minder betaald dan legale arbeiders. Na die periode kunnen ze als ze werk hebben gelegaliseerd worden.
- De concurrentie met de rest van de economie is aanwezig maar nog niet belemmerend. Echter, een verdere economische groei van de overige sectoren kan bedreigend gaan werken.

### *Arbeidskosten*

- De arbeidskosten per uur uitbetaald aan de werknemer varieert tussen de 550 tot 750 pts per uur (7,50 tot 10,00 gld.). Voor de werkgever komt daar circa 20% bovenop, dus bedragen de uurkosten 10,00 tot 12,50 gld. De jaarkosten voor een werkgever liggen in de orde van grootte van 20.000 gld.
- De productiviteit wordt in het algemeen lager ingeschat, ongeveer de helft van Nederland. Behalve de lange lunchpauze (siësta of periode waarin men de hoofdmaaltijd van de dag nuttigt) zijn er geen redenen aangegeven. Dit kan deels teruggevonden worden in de arbeidsbezetting per ha. Deze ligt net iets hoger dan in Nederland, met een kg-opbrengst die aanzienlijk lager is. Cualin komt ook met een relatieve hoge arbeidsbezetting van 6 tot 7 man, bij een kg-productie van 35 kg en een uitermate goede bedrijfsinrichting.
- Beide elementen gecombineerd geven aan dat de uurkosten met een gelijke productiviteit als in Nederland op circa 20 tot 25 gld. uitkomt. Oftewel circa twee derde van het Nederlands niveau.
- De kosten per kg liggen op ongeveer 40 cent per kg. Bonnysa heeft 5 arbeiders per ha à 20.000 gld. (100.000 gld.) bij een opbrengst van 250.000 kg. Cualin heeft 7 arbeiders (140.000 gld.) met 350.000 kg per ha.
- De verwachting is dat de arbeidskosten in gelijke mate als in de overige sectoren stijgen.
- Men hoort wel beweren dat een kwart van alle geleverde arbeid zwart is, net als een kwart van alle verkochte producten.

## Bijlage 4 Kostprijs

### *Water*

Het verbruik van water wordt geschat op circa  $0,5 \text{ m}^3$  per plant bij een plantdichtheid van 2,25 plant per  $\text{m}^2$  oftewel 1 tot  $1,5 \text{ m}^3$  per  $\text{m}^2$ . Het niveau van gebruik verschilt, mede afhankelijk van het irrigatiesysteem en de opbrengsten. De kosten blijken bij de bedrijven momenteel ruim 1 gld. te bedragen en ontzilting kost een vergelijkbaar bedrag per  $\text{m}^3$ .

De kosten per  $\text{m}^2$  komen bij een gebruik van  $1,5 \text{ m}^3$  op circa 3 gld. per  $\text{m}^2$  of 12 cent per kg tomaat.

In de toekomst mag verwacht worden dat door de stijgende opbrengsten het waterverbruik stijgt. Echter, de efficiency zal toenemen (proeven van het proefstation in Aguillas). Naar verwachting nemen de kosten daardoor niet sterk toe. Om een marge aan te geven, kan een ondergrens van pakweg 4 cent en een bovengrens van 15 cent per kg aangehouden worden.

### *Energie*

Een indicatie van de kosten van energie is  $f$  10,- tot  $f$  13,50 per vierkante meter, indien verwarmd wordt. Een bedrag dat net onder het niveau van Nederland ligt, waar de productie per vierkante meter circa tweemaal zo hoog is. In vergelijking met Nederland bedragen de energie kosten bij een productie van 25 tot 35 kg circa 40 cent per kg.

De energie wordt veelal geleverd als dieselolie of als gas vloeibaar aangevoerd uit Algerije.

### *Arbeid*

De kosten van arbeid zijn in bijlage 3 aangegeven op circa 40 cent per kg. In de toekomst stijgen die naar verwachting mee met de rest van de economie. Op dit punt wijkt Spanje niet af van Nederland. Relatief verandert op dit punt dan weinig, tenzij de Spaanse lonen harder stijgen dan in Nederland, wat in de periode 1970 tot 1990 het geval was. Ook de Spaanse tuinbouw moet de concurrentie aan met andere economische sectoren, evenals de Nederlandse tuinbouw.

### *Distributiekosten*

Bonnysa heeft circa 15 pts verpakkingskosten en circa 10 pts arbeidskosten voor sorteren en verpakking: in totaal dus 25 pts per kg ( $f$  0,33) per kg. Agroponiente gaf 8 tot 20 pts aan sorteerkosten aan, exclusief verpakking. De kosten voor de vercommercialisering bedragen volgens Coexphal voor tomaten 49 pts per kg ( $f$  0,75)<sup>1</sup>. Een bedrag dat overeenkomt met de studie van Verhaegh (1998). Ook de overige bedragen komen in de buurt van die eerdere berekening. De totale distributie tot op de buitenlandse markt ligt voor producten uit Almería 10 tot 20% hoger dan die van Murcia.

---

<sup>1</sup> Anuario de la Agricultura almeriense 2000, 2000

Ter reflectie wordt hier de kostprijs voor Almería gegeven.<sup>1</sup> Deze wijkt op diverse punten sterk af van de waargenomen cijfers. Deels komt dit omdat het gemiddelden zijn en niet de topbedrijven die bezocht zijn.

Grondprijs 100.000 gld. (7,6 miljoen pts) per hectare.

*Vaste kosten per hectare voor een kas type Almería*

Post	Kosten (pts)	Levensduur(jaren)	Jaarkosten (pts)	Jaarkosten (nlg)
Grondwerk	2.100.000	15	140.000	1.890
Waterlopen en muren	600.000	20	30.000	405
Waterbassin	1.200.000	18	66.667	900
Loodsen	1.000.000	20	50.000	675
Elektriciteit	500.000	15	33.333	450
Kasopstanden	10.000.000	15	666.667	9.000
Irrigatiesysteem	3.000.000	8	375.000	5.060
Substraat	1.000.000	3	333.333	4.500
Plastic	1.050.000	3	350.000	4.725
<b>Totaal</b>	<b>20.450.000</b>		<b>2.045.000</b>	<b>27.605</b>

*Variabele kosten per ha*

Kostenpost	pts	nlg	%
Zaad en plantgoed	480.000	6.480	8,6
Water	126.667	1.710	2,3
Meststoffen	380.000	5.130	6,8
Gewasbeschermingsmiddelen	420.000	5.670	7,5
Energie	60.000	810	1,1
Arbeid	2.683.333	36.224	48,1
Transport	341.667	4.613	6,1
Onderhoud	240.000	3.240	4,3
Schoonmaken	80.000	1.080	1,4
Kosten krediet en verzekering	770.000	10.395	13,8
<b>Totaal</b>	<b>5.581.667</b>	<b>75.352</b>	<b>100,0</b>

De totale jaarkosten bedragen ruim 100.000 gld. per ha. Bij een opbrengst volgens genoemde bron van 90.000 kg product per ha, zijn de kosten *f* 1,10 per kg.

<sup>1</sup> Fundacion para la Investigació Agraria de la Provincia de Almería.