



© PATRICK DIELEMAN

AARDAPPELSECTOR ZET IN OP GROEI

Eind januari stond de studiedag van het Interprovinciaal Proefcentrum voor de Aardappelteelt (PCA) in het teken van de groeiende aardappelverwerking. Zowel de verwerkers zelf als de veredeling spraken een woordje mee. – *Patrick Dieleman*

Romain Cools, secretaris van Belgapom, trok zijn leden de gele trui aan. “De Belgische fabrikanten van diepvriesfrietten en andere aardappelproducten staken een drietal jaar geleden hun Nederlandse collega’s voorbij, die tot dan de grootste aardappelverwerkende natie waren. In 2012 verwerkten de Belgen samen 3,65 miljoen ton grondstof. België bevestigde in 2012 ook zijn positie van grootste exporteur van diepgevroren aardappelproducten, voor Nederland, Canada en de Verenigde Staten. Dat zijn stuk voor stuk geen kleine jongens. Het dragen van de gele trui impliceert dat we ons niet meer kunnen verbergen. We moeten vooraan in het peloton rijden.”

Eerst analyseerde Cools de situatie van aardappelteelt en -verwerking in ons land. Wanneer de verwerking groeit is het logisch dat ook het areaal volgt. Bintje blijft het meest geteelde ras, maar sinds 2008 groeit het areaal van de andere variëteiten. Ook de opbrengst per ha blijft

.....
Wereldwijd zal de vraag naar verwerkte diepvriesproducten stijgen.
.....

een groeiende tendens vertonen. Belangrijke tendenzen bij de aardappelverwerkers zijn dat de productie blijft stijgen, dat de investeringen op niveau blijven – en zelfs licht stijgen – en dat de export van verwerkte aardappelen blijft toenemen en sneller stijgt dan bij de concurrenten. De Belgen zijn zeer competitief!

Kansen en bedreigingen

“Voor ons is het positief dat de frituur erkend werd als cultureel erfgoed”, stelt Romain Cools. “Frietten uit het land van de friet smaken altijd beter. Horloges uit Zwitserland zijn ook beter dan de andere. Wij willen zover komen dat verwerkte

aardappelen uit België ook beter zijn dan de rest. We zetten volop in op duurzaamheid. Logistiek is onze ligging vlak bij enkele goed uitgeruste havens van zeer groot belang. Wat kwaliteit in de keten betreft, hebben we met Vegaplan een haalbaar en betaalbaar systeem dat ze ons in weinig landen kunnen nadoen. Acrylamide is een nieuw gegeven waaraan we zeer intensief werken. Hoe groter de explosie van fastfoodrestaurants in de wereld is, hoe meer frieten men nodig heeft. Dit moet leiden tot winst voor de aardappelproducenten, winst voor de verwerking en ook voor de consument, want de aardappel blijft een lekker en gezond voedingsproduct.”

Volgens Cools is innovatie het kernwoord dat ons in staat moet stellen om onze koppositie te behouden. “We moeten de mogelijkheden van nieuwe rassen bekijken. De aardappelteelers zullen ook keuzes moeten maken en zich specialiseren in de teelt van producten met een

specifieke bestemming. De discussie over contracten of vrije markt blijft bestaan, maar ook in België is het aandeel van de contracten aan het stijgen.”

Minder groei in 2013

Begin april berichtte Belgapom dat de Belgische aardappelverwerkers vorig jaar 105.000 ton, of 2,9%, minder aardappelen verwerkten dan in 2012. De hoeveelheid aardappelen die verwerkt werd tot diepvriesfrietten steeg weliswaar nog met 1,3%. De daling liet zich voelen in de verwerking tot gekoelde frieten en bij de andere aardappelproducten (beide -2,2%). Toch berichtte de organisatie dat het totale investeringsbedrag steeg van 71.000.000 euro in 2012 naar 112.000.000 euro. Dit is het hoogste investeringsbedrag voor de sector van het laatste decennium. Ook de tewerkstelling nam licht toe. Dit wijst op een groei in capaciteit van de bedrijven. Wellicht kenden we vorig jaar een lichte dip in de stijgende trend.

Evoluties in de verwerking

Steven De Cuyper, aankoper bij aardappelverwerker Agristo, mocht de evoluties binnen de markt beschrijven. “Het is belangrijk dat de aardappelen van niet te ver moeten komen. Door onze groei zijn we zelf geëvolueerd van 40.000 ton in 1988 naar meer dan 600.000 ton. Het is positief dat een deel van het areaal van Bintje werd overgenomen door monopolierassen. Dat betekent een vooruitgang in kwalitatieve eigenschappen en er zijn rendementsvoordelen. Toch blijft Bintje belangrijk binnen België.” Omdat het Belgische areaal de groei van de verwerking niet kan volgen, is er veel import nodig uit vooral Nederland, Frankrijk en Duitsland.

België zet heel veel product af binnen Europa. Op wereldvlak zijn de Europese aardappelverwerkers vooral actief op markten in Afrika, Zuid-Amerika, Australië en Zuid-Oost-Azië. Op de laatste 2 markten komen ze ook hun Amerikaanse en Canadese concurrenten tegen. Er is echter een verschil in welke aardappelen men wil. In Noord-Amerika heeft men de voorkeur voor witvlezige aardappelen. De Europese verwerkers zijn vooral crème-keurige en geelvlezige aardappelen gewoon. Wel is er behoefte aan witvlezige aardappelen voor het fastfoodsegment. De Europese producenten kunnen daarop inspelen met rassen zoals Innovator. In Afrika en Zuid-Amerika verkiest men ook crèmekeurige en geelvlezige aardappelen. Anders ligt het in Azië en Australië, waar men in verschillende segmenten

verschillende producten nodig heeft. “Het is dan ook logisch dat de competitie met de Amerikanen en Canadezen zich op die regio's toespitst. Willen we bijkomende afzetruimte krijgen, dan moeten we de competitie met hen winnen.”

Smaken verschillen

Binnen Europa stijgt het verbruik van aardappelen niet meer. In de Aziatische landen is het verbruik per capita nog laag en is er dus nog groei mogelijk. Wat marktsegmenten betreft, bekeek De Cuyper de segmenten retail, food service en fastfood. “In de Belgische detailhandel primeert nog steeds Bintje. In Duitsland wil men een geelvlezig product, met Agria als belangrijkste ras. Ieder grootwinkelbedrijf heeft een eigen profiel. De ene spitst zich toe op de prijs, een ander op kwaliteit. De retailmarkt is zeer divers,

aardappelen. Ze willen ook dat het product steeds hetzelfde is.

Waar wil men wat?

Na de verwerkers kreeg Jaap Poortinga van veredelingsbedrijf HZPC de kans om zijn kijk te geven op toekomstige ontwikkelingen in de aardappelsector. Poortinga stelde dat wat nu in het kweekbedrijf wordt opgezet pas in 2024-2025 op de markt zal komen. “We moeten dus nu weten wat de consument in 2025 zal willen. Bij HZPC werken we met 5 sectoren. De grootste is de sector ‘traditioneel’, een markt waarin de aardappelen nog op de dagelijkse markt verhandeld worden. Dat is belangrijk in Noord-Afrika en Oost-Europa. De sector retail fresh ontwikkelt aardappelen voor verkoop via supermarkten. In Oost-Europa is bijvoorbeeld een verschuiving in die richting

UITDAGINGEN

De meeste analisten verwachten dat het verbruik van aardappelen op wereldniveau zal stijgen. In West-Europa wordt de komende 5 jaar een stabilisatie verwacht. Wereldwijd zal de vraag naar verwerkte diepvriesproducten stijgen. Steven De Cuyper (Agristo) verwacht wel enige prijsstijgingen aan de aanvoorzijde, zij het versterkt volatiel. “We zullen zeker niet in één rechte lijn verder naar boven gaan. Er was de laatste jaren al een evolutie in de contractprijzen, maar uiteraard blijven de jaarlijkse variaties

spelen ten gevolge van de grootte van de oogst, maar vooral ook van de weersomstandigheden. De grootste uitdaging blijft dat we heel sterk specialiseren, de schaal verder vergroten en de kostprijs onder controle houden. Verder moet het rendement verhogen, niet alleen op de percelen. Binnen de verwerking leggen we sterk de nadruk op hoogproductieve productielijnen en zo weinig mogelijk verlies van product.”

maar de prijs is de belangrijkste trigger.” Wat food service betreft, valt er niet te twisten over smaken en kleuren. De eerste visuele beoordeling is gericht op lengte en kleur. De kok zal onmiddellijk afwijkingen op het gebied van smaak, kleur en lengte rapporteren. Er is ruimte voor verschillende variëteiten, maar een sterke focus op kwaliteit en consistentie. Ook binnen de fastfood is smaak belangrijk, maar minder dan bij de food service. Er spelen ook andere factoren mee, zoals de lengte, omdat de frieten verpakt worden in een kartonnen kokertje. Een mooi lang product betekent voor hen een kleiner gewicht per consumenteneheid. Doordat de fastfoodketens van oorsprong Amerikaans zijn, willen ze witvlezige

bezig. Verder zijn er nog friet, chips en het geschilde product. Het is nodig te volgen wat er in de verschillende werelddelen gebeurt. In Zuid-Amerika bijvoorbeeld zullen het WK voetbal 2014 en de Olympische Spelen in 2016 ervoor zorgen dat er fastfoodketens op af komen, die dan weer de nodige frieten moeten hebben. De vraag zal daardoor veranderen.” Jaap merkt dat men ook in Australië ondervindt dat de Belgen goedkoper diepvriesfrietten naar ginder kunnen brengen dan ze daar zelf kunnen produceren. “Daarom denk ik dat kostprijs het sleutelwoord is om op verder te werken in de toekomst.” Poortinga toonde dat het aandeel van de verschillende marktsegmenten in Europa

verschilt van dat op wereldvlak (tabel 1). Hij schat de wereldbehoefte aan pootgoed op 1 miljoen ton. Op wereldvlak nemen fastfood en food service 75% van de markt in, maar in Europa is de detailhandel even belangrijk. Op wereldvlak is de verhouding tussen witvlezige en geelvezige aardappelen fiftyfifty, maar binnen Europa halen de geelvezige rassen 80%. Hij toonde ook een tabel met

Selectiecriteria

HZPC heeft meer dan 10 verschillende profielen, onder meer op basis van de verschillende marktsegmenten en de vleeskleur. "Bij de rijptijd is het belangrijk te weten of het een vroeg ras wordt of een ras voor bewaring. Bij die laatste speelt de bewaarbaarheid. Hoe zal de houding van de consument tegenover CIPC evolueren? Een goede kiemrust en

de landsgrens ophouden. Ook merken we het effect dat in bepaalde landen sommige middelen verboden zijn. In Duitsland is het bijvoorbeeld niet mogelijk granulaat in te zetten tegen nematoden. Dat speelt in de rassenkeuze. Als je zo ver vooruit moet kijken gebeurt het ook dat virus- of schimmelstammen veranderen. De verschuiving van Y^n naar Y^{ntn} had bijvoorbeeld grote gevolgen voor ons rassenassortiment gericht op de detailhandel. Die nieuwe stam veroorzaakt necrose op de schil. Dat moet men vermijden bij een product dat er goed moet uitzien. Al onze rassen worden nu ook getest op hun reactie tegenover het phytophthora-isolaat Blue 13." Wat aardappelmoetheid betreft, is er een groot verschil tussen resistentie en tolerantie. In het laatste geval toont het gewas geen schade, maar de nematoden worden wel sterk vermeerderd. Daarom moet de aardappelteler weten welke soorten en types er in de bodem aanwezig zijn, om er zijn rassenkeuze op af te stemmen. Belangrijke criteria voor het aspect kwaliteit zijn de suikers, de bakkleur en het onderwatergewicht.

Tabel 1 Marktaandeel van diverse segmenten - Bron: HZPC

Markt	Wereldwijd		Europa	
	Aandeel (%)	Pootgoed (ton)	Aandeel (%)	Pootgoed (ton)
Fastfood + food service	75	750.000	50	230.000
Retail	25	250.000	50	230.000
Witvlezige rassen	50	500.000	20	92.000
Geelvezige rassen	50	500.000	80	368.000

Tabel 2 Standaardfrietrasen volgens vleeskleur en marktsegment - Bron: HZPC

Vleeskleur	Retail	Food service	Fastfood
Wit			Shepody
			Russet Burbank
			Innovator ¹
Lichtgeel	Fontane	Innovator	Innovator ¹
	Bintje	Fontane	
	Première		
Geel	Agria	Agria	Hoofdzakelijk voor de Amerikaanse verwerking

¹ Het vlees van Innovator is crèmekleurig, maar in sommige delen van de wereld beschouwt men dat als wit.

de standaardrasen voor de verschillende segmenten, waar ze als veredelaar tegenop moeten tornen met hun nieuwigheden (tabel 2). Voor België zijn de rassen met lichtgele vleeskleur het belangrijkste. In Duitsland is dit geel, daarom is Agria daar de standaard. HZPC ziet dat België vooral gericht is op retail. De exportpositie is erg sterk, dankzij de lage kostprijs en ook doordat de zeehavens zich in de buurt bevinden. "Een bepalende factor voor de lage kostprijs is de hoge opbrengst per ha. Daarom zal onze focus liggen op hoogproductieve rassen. Poortinga verwacht dat voor België het belang van food service en fastfood als afzetkanaal zal stijgen. "We verwachten dus dat het assortiment meer in die richting zal opschuiven. De kwaliteitsparameters voor friet zijn zeer belangrijk. Agronomisch wegen opbrengst en stabiliteit door en nematodenresistentie is een belangrijk onderscheidend voordeel. In ons huidige rassenpakket zitten niet alleen resistente rassen. In 2007 hebben we echter besloten om niet langer rassen zonder resistentie te ontwikkelen, hoe goed de andere parameters ook zijn."

misschien op een wat lagere temperatuur bewaren, zijn eigenschappen die we meenemen in ons profiel. We werken met een stoplichtmodel waarin agronomische eigenschappen, resistenties en kwaliteit meespelen." Poortinga toonde hoe ze de agronomische eigenschappen van een nieuwe kloon vergelijken met deze van een standaardras. Positieve eigenschappen krijgen een groene kleur, slechte worden rood gemerkt. Oranje zit er tussenin. Kenmerken als rijptijd, opbrengst, vorm, lengte, blauwgevoeligheid en kiemrust voor bewaring zijn belangrijke parameters. Voor het retailsegment is de kostprijs, en dus de opbrengst per ha, belangrijker dan voor een ras voor de fastfood. Voor fastfood en food service is de lengte belangrijk. Hoe groener de beoordelingstabel kleurt, hoe beter. Bij de resistenties zijn die tegen nematoden het belangrijkste. "Resistentie tegen vrijlevende nematoden en kringerigheid zijn belangrijk voor de verwerking. Ook resistentie tegen aardappelmoetheid en tegen de wratziekte spelen een belangrijke rol in ons veredelingsproces. Het mooie van sommige ziektes is dat ze bij

Een lange weg

Vervolgens beschreef Jaap Poortinga de verschillende stappen in het veredelingsproces, dat in totaal meer dan 10 jaar duurt. Na de kruising en het opkweken van de 50.000 klonen die jaarlijks uit die kruisingen voortspruiten, volgen 6 jaar selectiewerk, onder meer op basis van ziektegevoeligheid. "Dat is een afvalrace. Je moet kunnen weggooien of je komt er niet." Nadien wordt 3 jaar gewerkt aan de positionering. De kandidaat-rassen worden dan getest in de gebieden waar aardappelen voor de verwerking tot frieten geteeld worden. Dan wordt ook gezocht naar de behoefte qua bemesting, de plantafstand, wordt de stabiliteit in de bewaring getest ... Sommige klanten (aardappelverwerkers) willen ook al vroeg testen hoe het kandidaat-ras zich gedraagt in de verwerking. Voor de introductie willen ze minimaal 3 ha consumptie teelt om de opbrengst daarvan te verwerken in de fabriek. "Onze doelstelling is om na 5 jaar introductie minimaal 100 ha pootgoedteelt te hebben. De ontwikkelingskosten voor het nieuwe ras (inclusief de 49.999 die onderweg afgevallen zijn) bedragen al snel 1.500.000 euro." ■