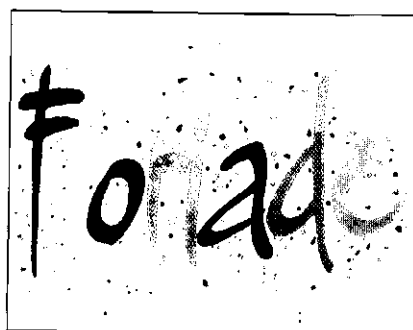
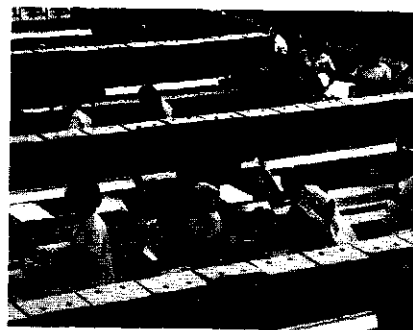


Visie op de internationale concurrentiekracht in het fruit



Visie op de internationale concurrentiekracht in het fruit

Augustus 1992

auteurs:

Ir. E.H.J.M. de Kleijn

Ing. H. Tap

Marktonderzoek, afdeling Tuinbouw, LEI-DLO

Ing. A.M.A. Heybroek

Internationaal Agribusiness Onderzoek,

Rabobank Nederland

Voor inlichtingen:

Sectormanagement Agrarisch

040-34 65 30

Voor de fotografie in deze brochure hebben wij medewerking gekregen van:

- CBT, Zoetermeer

- Wim Stegen

- Vakblad voor de handel

- Maarten Pelleboer

in A.G.F.

Overname van gegevens is toegestaan onder bronvermelding. Hoewel bij de uitgave de uiterste zorg is nagestreefd, kan Rabobank Nederland voor de eventuele aanwezigheid van (druk)fouten en onvolledigheden geen aansprakelijkheid aanvaarden.

564398

Inhoudsopgave

Voorwoord	3	7. Strategie	47
1. Inleiding	4	7.1 Marktstrategie	48
1.1 Plaatsbepaling	4	7.2 Distributiestrategie	50
1.2 Concurrentiepositie van de fruitteelt	4	7.3 Internationale strategie	51
1.3 Onderzoeksmethodiek	4	7.4 Teeltstrategie	51
1.4 Opbouw van de studie	5		
2. Wereldvraag	6		
2.1 Inleiding	6		
2.2 Ontwikkeling van het verbruik	6		
2.3 Trends en marktsegmenten in belangrijke verbruikscentra	7		
2.4 Samenvatting en perspectief	8		
3. Wereldaanbod	9		
3.1 Inleiding	9		
3.2 Produktiewaarde en -volume	9		
3.3 Belangrijke aanbodscentra	10		
3.4 Samenvatting en perspectief	12		
4. Wereldhandel	13		
4.1 Inleiding	13		
4.2 Ontwikkeling van de import en importmarkten	13		
4.3 Ontwikkeling van de export en exportlanden	14		
4.4 De betekenis van de re-export	14		
4.5 Prijsontwikkelingen	15		
4.6 Handelsstromen	17		
4.7 Samenvatting en perspectief	17		
5. Concurrentiekracht van aanbodscentra	18		
5.1 Inleiding	18		
5.2 Nederland	18		
5.3 Verenigde Staten	22		
5.4 Spanje	25		
5.5 Italië	28		
5.6 Frankrijk	30		
5.7 Chili	33		
5.8 Zuid-Afrika	36		
5.9 Ecuador	39		
5.10 Argentinië	41		
5.11 Polen	42		
6. Internationale concurrentiekracht	45		

Leeswijzer

Om op een snelle wijze achter de essentie van dit rapport te komen, adviseren wij u de volgende hoofdstukken te lezen:

- 1.3 Onderzoeksmethodiek
- 2.4 Samenvatting en perspectief
- 3.4 Samenvatting en perspectief
- 4.7 Samenvatting en perspectief
- 6. Internationale concurrentiekracht
- 7. Strategie

Bent u geïnteresseerd in een bepaald land leest u hiervan dan de paragraaf samenvatting en perspectief uit hoofdstuk 5.

Voorwoord

De Nederlandse tuinbouwsector staat steeds weer voor nieuwe uitdagingen. De jaren '90 staan in het teken van een verandering van produkt- naar marktgericht denken. Dit heeft gevolgen voor alle geledingen in de sector; voor veredelaar, teler, veiling, handelaar en winkelier.

Tegen deze dynamische achtergrond en de nadrukkelijke presentatie van de Nederlandse tuinbouw op de Floriade, heeft de Rabobank het LEI gevraagd de concurrentiekracht in de fruitteeltsector in beeld te brengen.

In dit rapport is tevens aangegeven welke strategische keuzemogelijkheden er zijn om de positie uit te bouwen.

Het rapport beoogt inzicht te geven in de betekenis van marktgericht denken en handelen. Het wil u daarnaast enkele handvatten bieden voor uw verdere gedachtenvorming over de nabije toekomst. De invulling zal ieder voor zich moeten maken.

Het onderzoek en de analyse zijn door LEI-DLO en Rabobank gezamenlijk uitgevoerd; zij dragen ook de verantwoordelijkheid voor deze studie.

Bij de samenstelling van dit rapport is dankbaar gebruik gemaakt van de actieve inbreng van:

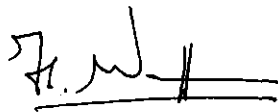
Bedrijfschap voor de groothandel en tussenpersonen in groenten en fruit, Den Haag

Bond van groenten- en fruitexporteurs, Den Haag
Centraal Bureau van de Tuinbouwveilingen in Nederland, Zoetermeer
Informatie en Kennis Centrum, afdeling fruitteelt, Wilhelminadorp
Nederlandse Fruittelers Organisatie, Den Haag
Produktschap voor Groente en Fruit, Den Haag
Vereniging voor Groot- en Tussenhandel in Groente en Fruit, Den Haag

Wij bedanken de betrokkenen hartelijk voor hun inbreng.

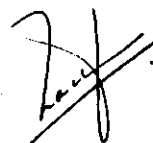
Eindhoven,
Rabobank Nederland

Den Haag,
Landbouw-Economisch
Instituut (LEI-DLO)



drs. H. H. F. Wijffels

Rabobank 



Prof. dr. ir. L. C. Zachariasse

lei-dlo



1. Inleiding

1.1 Plaatsbepaling

De fruitteeltsector in de wereld omvat de voortbrenging en handel van citrusfruit, bananen, zuidvruchten, zachtfruit en pit- en steenvruchten. De belangrijkste vertegenwoordigers van citrusfruit zijn: sinaasappels en citroenen, van zuidvruchten: ananas en avocado en van pit- en steenvruchten: appels, peren, perziken en druiven. De totale exportwaarde van vers fruit bedroeg in 1988 17,5 miljard dollar. Er zijn twee segmenten:

- de fruitteelt op het zuidelijk halfrond, met de nadruk op citrusfruit en bananen
- de fruitteelt op het noordelijk halfrond met de nadruk op druiven en pit- en steenvruchten.

1.2 Concurrentiepositie van de fruitteelt

In de produktie en de afzet van fruit vinden belangrijke wijzigingen plaats in de concurrentieverhoudingen in de wereld. Ook is er een sterke verandering in de samenstelling van de fruitconsumptie bij de consument. De Europese integratie binnen de EG, de democratisering in Oost-Europa, alsmede de liberalisatie van de wereldhandel in het kader van de GATT-onderhandelingen zullen gevolgen hebben. Een aantal 'traditionele' markten vertoont verzadigingsverschijnselen, hetgeen gevolgen heeft voor de winstmarges en de machtsverhoudingen in de produktiekolom. In het bijzonder in West-Europa zal nieuwe milieu-wetgeving invloed hebben op de gangbare produktiemethoden. De vele veranderingen bemoeilijken een goed inzicht in het perspectief van de fruitteelt. Een dergelijk inzicht is essentieel om tijdig te kunnen inspelen op kansen en bedreigingen. In het kader van de internationale tuinbouwtentoonstelling Floriade is onderzocht in hoeverre de verschillende krachten invloed hebben op de concurrentieverhoudingen binnen het fruitteeltvak in de wereld.



1.3 Onderzoeksmethodiek

Bij de bepaling van de concurrentiekracht van de Nederlandse fruitteelt is gebruik gemaakt van de theorieën van de Amerikaanse econoom Porter. Volgens hem wordt de kracht van een sector niet alleen bepaald door een lage kostprijs, maar zijn er meer factoren die een rol spelen. In deze studie is gekeken naar de factoren:

Basisproduktiefactoren zoals grondstoffen, klimaat, ongeschoolde arbeidskrachten en kapitaal. Deze factoren zijn in principe aanwezig en hebben een directe invloed op de kostprijs.

Hoogwaardige produktiefactoren zoals infrastructuur, geschoolde arbeid, onderzoek, onderwijs, voorlichting, telecommunicatiestructuren e.d. Deze factoren moeten door de mens gecreëerd worden en beïnvloeden kwaliteit en efficiëntie.

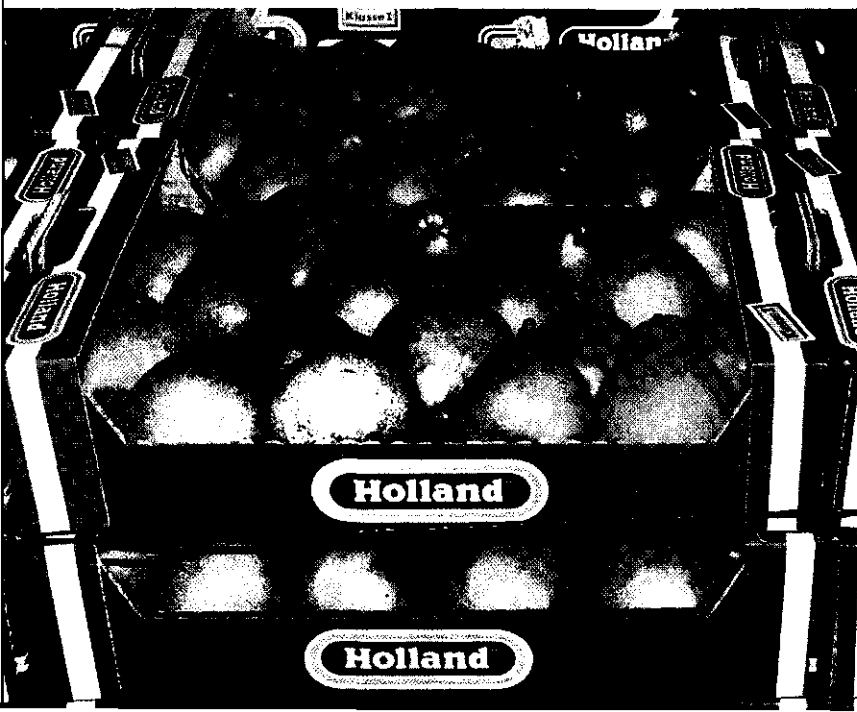
Binnenlandse vraag: de aard, omvang en ontwikkeling van de thuismarkt heeft veel invloed op de kracht van een sector. Een kritische thuismarkt versterkt de concurrentiekracht; het houdt de sector alert en vormt de basis voor een hoog innovatieniveau.

Netwerk van sectoren: dat wil zeggen de mate waarin de diverse schakels in de keten elkaar benutten om tot een effectieve marktaanpak te komen. Ook het gebruik maken van ideeën uit andere sectoren wordt bekeken.

Overheid: hierbij wordt beoordeeld welke rol de overheid speelt bij de ontwikkeling (of afremming) van de concurrentiekracht.

De economische orde: hierbij wordt gekeken hoe het staat met de ondernemersgeest, internationale gerichtheid, vermogen tot samenwerking, managementcultuur, e.d.

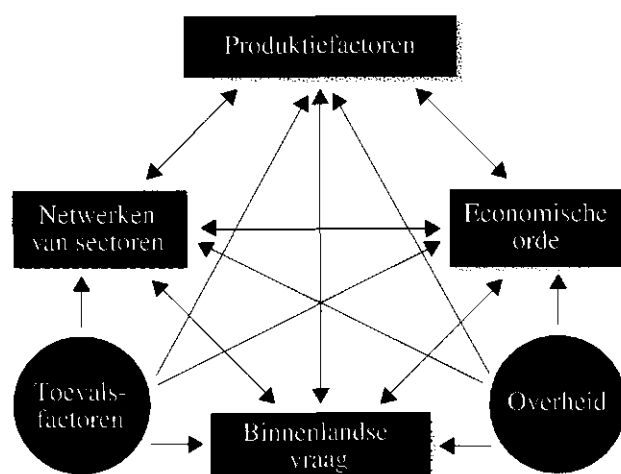
Toevalsfactor: hierbij wordt gekeken in welke mate de kracht wordt bepaald door onvoorspelbare zaken als koerswisselingen, politieke beslissingen, technische doorbraken, oorlogen, e.d. Bij de beoordeling van een sector is het belangrijk te onderscheiden of het een eigen verdienste is, of dat men sterk is geworden door toevalligheden.



2. Wereldvraag

Door nu sectoren of landen te analyseren met deze factoren ontstaat een beeld van de internationale concurrentiekracht. Daarbij is het denkbaar dat factoren elkaar versterken maar ook kunnen tegenwerken. Het totale rapport geeft inzicht in de sterkten en zwakten van een sector en biedt daarmee openingen voor verbeteringen.

Figuur 1: Porters determinanten van nationaal voordeel



1.4 Opbouw van de studie

In de hoofdstukken 2 t/m 4 wordt in het kort een overzicht gegeven van de ontwikkeling van de vraag, het aanbod en de handel in fruit op wereldniveau. Hierna wordt in hoofdstuk 5 een analyse gemaakt van de internationale concurrentiekracht van de belangrijkste landen die zich bezighouden met de uitvoer van fruit. Daar de consument binnen zijn bestedingspakket makkelijk wisselt van de ene fruitsoort naar de andere, zijn in deze studie alle belangrijke fruitsoorten meegenomen.

In hoofdstuk 6 worden de posities van de diverse beschreven landen tegen elkaar afgewogen. Ten slotte worden in hoofdstuk 7 conclusies getrokken en worden strategische keuzes weergegeven, die een sterke concurrentiepositie van de Nederlandse sector tot gevolg kunnen hebben.

Het onderzoek is afgesloten in april 1992.

2.1 Inleiding

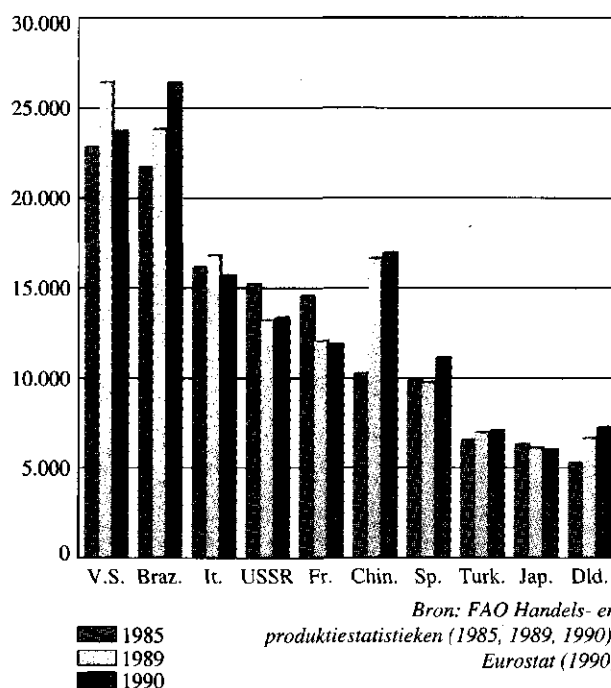
Fruit wordt over de gehele wereld geproduceerd en geconsumeerd. De produktie van fruit op de wereld in 1990 bedroeg 314 miljoen ton. Op grond van de ontwikkelingen in de verwerking bij de zeven belangrijkste fruitsoorten wordt de totale consumptie van vers fruit geschat op 250 miljoen ton.

2.2 Ontwikkeling van het verbruik

Het totale geschatte verbruik is in de belangrijkste consumptielanden in de periode 1985-1990 met 9% gestegen. Redenen voor de toeneming van het fruitverbruik in de wereld zijn het toegenomen gezondheidsbesef van de consument en de verhoogde fruitconsumptie tussen de maaltijden door. De belangrijkste fruitsoorten die op wereldschaal geconsumeerd worden zijn citrus, druiven, bananen en appels.

Het verbruik van de verschillende fruitsoorten is niet gelijk verdeeld over de wereld. Het grootste verbruik vindt plaats in Azië, waar appels, bananen en citrus in ongeveer gelijke hoeveelheden worden gebruikt. In Noord- en Zuid-Amerika bestaat een duidelijke voorkeur voor citrusfruit, terwijl in Europa vooral appels en citrus worden verbruikt.

Figuur 2: Ontwikkeling in de totale vraag naar (vers en verwerkt) appels, peren, perziken, ananas, bananen, druiven en citrusfruit in een aantal belangrijke landen
(x 1.000 ton)



Tabel 1: Vers verbruik van de belangrijkste fruitsoorten in verschillende consumptielanden (x 1.000 ton)

Land	Appels '90/'91	Ananas '90	Bananen* '90	Citrus '90/'91	Druiven '90	Peren '90/'91	Perziken '90
Nederland	343	7	130	419	42	52	26
BRD	1.915	39	1.143	1.165	603	420	324
Frankrijk	848	76	470	1.180	1.043	270	435
Spanje	668	20	374	1.685	2.290	427	453
Italië	1.094	39	430	1.788	2.710	988	763
Groot-Brittannië	708	21	469	652	119	134	92
Turkije	1.768	0	92	1.015	3.375	387	324
V.S.	2.416	600	2.585	2.234	3.180	369	640
Brazilië	640*	712*	5.435	4.493	488	80	105
Argentinië	230	16	330	764	1.000	55	110
China	4.748*	6	1.850	5.510*	1.010	2.889*	788*
GOS	6.090*	0	76	620*	3.482	500*	450*
Japan	433	160	757	2.333	222	436	150

* = inclusief verwerkt fruit

Bron: USDA en FAO

Naast de verse consumptie leent fruit zich ook voor diverse vormen van verwerking. Vooral druiven, citrus en appels worden in grote hoeveelheden verwerkt tot respectievelijk wijn en sap. Wijn wordt grootschalig geproduceerd in Frankrijk, Italië, Spanje, GOS, Argentinië en de V.S. Aanzienlijke hoeveelheden citrus worden verwerkt tot sap in Brazilië, Spanje, Italië, Turkije en de V.S. Verwerking van appels vindt o.a. plaats in Frankrijk, de V.S., China, GOS en Japan.

De vruchtensappen ondervinden op de verschillende markten de laatste jaren steeds meer concurrentie van

bronwaters. De consumptie van vruchtensappen heeft in Nederland min of meer het punt van verzadiging bereikt op een niveau van ongeveer 21 liter per persoon per jaar.

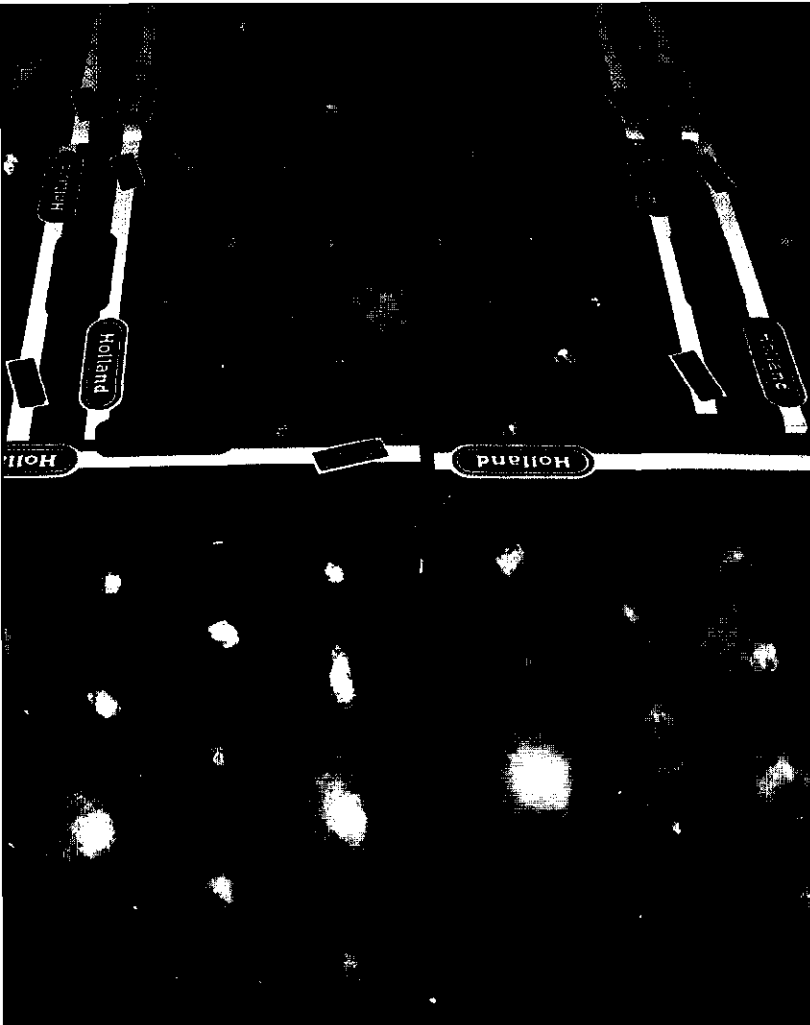
Binnen de werelddelen blijken zowel het totale fruitverbruik als het verbruik per fruitsoort te verschillen per land. Dit sluit traditioneel aan bij binnenlandse produktie, stijgende welvaart en verbreding van het sortiment. Landen waar de appel de belangrijkste geconsumeerde fruitsoort is, zijn de BRD, België/Luxemburg, Oostenrijk en Groot-Brittannië. In de landen Zwitserland, China en Japan is citrusfruit het belangrijkste. Bananen worden veel gegeten in Brazilië en de V.S.

Hoewel exacte gegevens over de wereldconsumptie van citrusfruit niet voorhanden zijn, kan gezegd worden dat deze de laatste jaren stijgt. De consumptie van citrusfruit verschilt sterk van land tot land. De belangrijkste citrusconsumerende landen zijn Frankrijk, Spanje, Italië en Brazilië. In de V.S., Groot-Brittannië en Duitsland wordt citrus voor een belangrijk deel als sap geconsumeerd.

2.3 Trends en marktsegmenten in belangrijke verbruikscentra

In Zwitserland, Duitsland, Italië, Griekenland, Spanje en Nederland wordt per hoofd van de bevolking meer dan 100 kg fruit (inclusief sap) geconsumeerd. De Zwitserse en Duitse markt zullen hier verder worden besproken. Italië en Nederland komen in hoofdstuk 5 aan de orde, omdat deze landen tevens als exporteur van belang zijn.

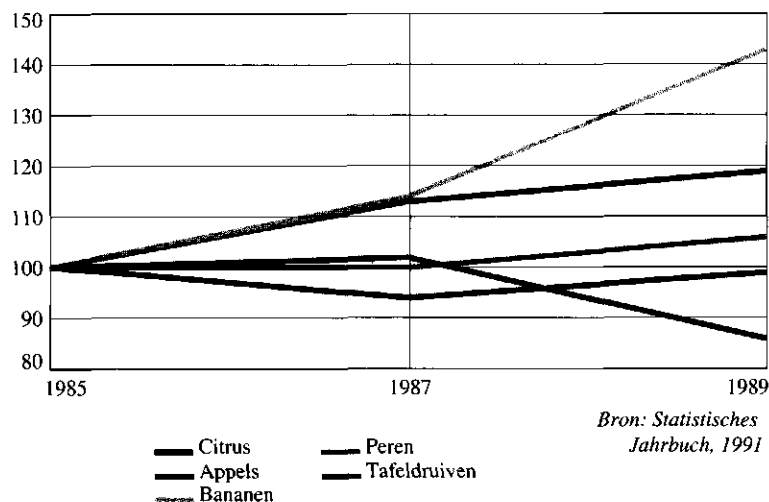




Duitsland

Duitsland heeft een populatie van 61 miljoen inwoners met een van de hoogste inkomens ter wereld. Handelaars en consumenten zijn prijsbewust, maar bereid voor goede kwaliteit hoge prijzen te betalen. Het inkomen heeft nog een belangrijke invloed op het verbruik. Geeft een 4-persoons huishouden met een gemiddeld inkomen f 100,- per hoofd uit aan fruit, eenzelfde type

Figuur 3: Geïndexeerd verbruik (1985 = 100) per hoofd van de vijf grootste fruitprodukten in 1985, 1987 en 1989 (in kg)



gezin met een hoog inkomen besteedt f 150,- per hoofd.

De fruitconsumptie in Duitsland (inclusief verwerkt produkt) bedroeg in 1990 140 kg per persoon (ruim 40 kg meer dan in 1986).

Hiervan was 36 kg citrus (incl. sap), 33 kg appels, 13 kg bananen, 7 kg peren en 4 kg tafeldruiven.

Er is de laatste jaren in Duitsland een aantal verschuivingen te constateren. Een verschuiving in het assortiment onder andere ook door toetreding van de voormalige DDR. De vraag naar citrus en bananen neemt sterk toe en dit gaat ten koste van de fruitsoorten die voor een groot gedeelte in eigen land worden geteeld, zoals appels, peren en tafeldruiven.

Binnen het sortiment treden ook verschuivingen op. Zo is de vraag naar appels van groene naar rode variëteiten verschoven. Het aandeel Golden Delicious en Granny Smith is gedaald van 45% in 1985 naar 30% in 1989.

De distributie van fruit is de laatste decennia verschoven van het groothandelsmarktkanaal naar die van het grootwinkelbedrijf (gwb). In 1989 werd 83% van de afzet gerealiseerd door het gwb. In de zeventiger jaren was dit nog geen 60%. Ook binnen het gwb treedt concentratie op. Nu verkoopt 4% van de winkels 30% van de omzet, in 1984 was dit nog 8% van de winkels.

Zwitserland

De Zwitserse consumenten zijn kwaliteitbewust, hebben hoge inkomens en zijn bereid veel geld te betalen voor produkten van topkwaliteit. Er is een voorkeur voor vers boven verwerkt fruit. Ondanks de kleine populatie van 6,4 miljoen inwoners is de invoer van vers fruit van belang.

De distributie van het geïmporteerde vers fruit is goed georganiseerd. Twee grote supermarktketens, Migros en Coop domineren de markt en een paar gespecialiseerde importeurs dekken de overige vraag. De importeurs voeren ook groothandelsfuncties uit door de produkten te distribueren naar secundaire groothandelaars en door de produkten direct aan de supermarktketens te verkopen. De importeurs in Frans-sprekend Zwitserland hebben goede contacten met de Franse importeurs en worden voor een groot deel door hen voorzien. De importeurs in het Duits-sprekende deel van het land hebben meer contact met importeurs uit Duitsland en Nederland.

Tabel 2: Consumptie per hoofd van de bevolking in 1988 (in kg)

Land	Verse citrus en sap	Non- citrus	Waarvan ingeblikt	Sap	Gedroogd
Australië	35,4	33,3	6,7	-	1,9
Oostenrijk	16,7	77,4	-	16,7	1,3
België/Luxemburg	18,1	54,7	-	-	1,1
Canada	11,9	41,7	7,2	24,6	0,7
Denemarken	15,4	48,8	-	-	2,0
Finland	17,2	44,4	4,9	-	1,6
Frankrijk	23,9	57,9	-	-	1,1
BRD	34,4	103,0	-	-	1,3
Ierland	16,4	33,6	-	-	1,4
Italië	43,6	85,4	-	-	0,6
Griekenland	55,2	72,6	-	-	0,6
Japan	-	38,7	-	-	-
Nederland	79,6	63,5	-	-	2,9
Nieuw Zeeland	12,9	67,5	-	-	3,0
Noorwegen	14,0	62,2	5,2	-	1,7
Portugal	-	51,6	-	-	1,0
Spanje	41,6	40,2	6,3	5,3	0,4
Zweden	14,7	47,9	4,5	12,3	1,7
Zwitserland	19,5	88,6	4,2	16,6	1,5
Turkije	17,9	62,2	0,2	0,7	2,7
Groot-Brittannië	21,3	37,8	-	-	2,6
V.S.	33,1	23,6	3,1	1,7	1,3
Joegoslavië	3,5	-	-	-	-

- = onbekend

Bron: Food consumption statistics 1979-1988 (OECD)

Tabel 3: Bestemming van fruit in de wereld (in % van de handelsproductie)

	Totale prod.	Handels- prod.	Verse export	Verwerking	Binnenl. consum.	Verliezen
Druiven ¹⁾	-	100	2	50	48	0
Citrus ¹⁾	-	100	13	35	48	2
Bananen ¹⁾	-	100	18	-	82	0
Appels ²⁾	110	100	9	32	57	2
Kersen ²⁾	122	100	7	45	48	0
Perzik/Nect.	103	100	11	26	55	8
Abrikozen ²⁾	104	100	8	45	44	3
Peren ²⁾	114	100	16	22	60	2

- = onbekend

Bron: ¹⁾ FAO (1988) wereldproductie

²⁾ USDA (1989) alleen belangrijkste landen

2.4 Samenvatting en perspectief

De consumptie van fruit zowel in verse als verwerkte vorm neemt over de gehele wereld toe. In de periode 1985-'90 is het verbruik met 9% gestegen. De belangrijkste fruitsoorten zijn in volgorde van belang citrus, druiven, bananen en appels.

De regionale voorkeur voor bepaalde fruitsoorten sluit aan bij de regionale productie. In Azië vindt het grootste verbruik plaats. Daar zijn zowel appels, citrus als bananen belangrijke produkten. In Noord- en Zuid-Amerika is er voorkeur voor citrus. Europa heeft een groot verbruik van zowel citrus als appels. De grootte van de consumptie van fruit is erg afhanke-



lijk van de produktie (beurtjaren). Deze relatieve beperking heeft grote invloed op de hoogte van de prijzen.

Het verbruik in Spanje groeit sterk. Japan en de Oost-europese landen zijn potentiële groeilanden. Wanneer de bescherming aan de grenzen kan worden opgeheven zal naar verwachting ook de import sterk groeien. In verschillende landen (voornamelijk in het Westen) worden fruitprodukten steeds meer als noodzakelijke voedingsmiddelen gezien en niet uitsluitend als luxe. In Azië is dit altijd al zo geweest. Naast het verse verbruik wordt ook veel fruit verwerkt, o.a. tot sappen. Lage-lonen-landen leggen zich voornamelijk toe op de fruitverwerking.

Door de intensievere verkoop van fruit via het grootwinkelbedrijf zijn de prijzen verlaagd, vanwege een grotere efficiëntie in de logistiek en betere verkrijgbaarheid. Deze verschuiving van de afzet van gespecialiseerde fruitwinkels naar het grootwinkelbedrijf wordt in zeer veel landen gezien. Het grootwinkelbedrijf heeft, gezien de financiële situatie, ook meer de mogelijkheid om te experimenteren met nieuwe fruitsoorten (exoten).

3. Wereldaanbod

3.1 Inleiding

Het wereld fruitaanbod is zeer uitgebreid en wordt nog verder uitgebreid met nieuwe exotische produkten. De produktie vindt voor het grootste deel plaats tussen de 30 en 50° breedtegraad. In Europa liggen de belangrijkste produktiecentra in rivierdalen, zoals de Povlakte in Italië en het Loiredal in Frankrijk. Klei en zavelbevattende stroomruggen genieten bij fruitelers dikwijls de voorkeur.

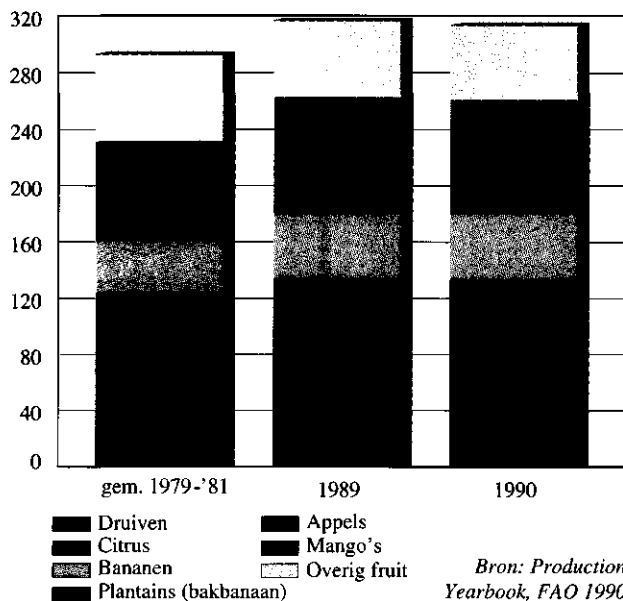
De belangrijkste fruitsoorten die in de wereld geproduceerd worden zijn citrus, druiven, bananen en appels met respectievelijk 20%, 17%, 13% en 13% van de totale wereldfruitproduktie. De wereldfruitproduktie is in de jaren '70 met bijna 30% gestegen; in de jaren '80 bedroeg de groei ongeveer 15%. Vooral de daling van de druivenproduktie, als gevolg van een dalende consumptie van goedkope wijn heeft aan deze vertraging van de groei bijgedragen. De overige fruitsoorten kenden een groei van 21%. Door de toegenomen welvaart, en het gezondheidsimago van vers fruit neemt de consumptie nog steeds toe, zodat er over het algemeen voldoende vraag is voor de groeiende produktie.

Omdat de produktiecentra van de verschillende fruitsoorten over de hele wereld verspreid liggen, vallen de oogsttijdstoppen van de centra niet samen. Het gevolg hiervan is een levendige wereldhandel. Het zuidelijk en het noordelijk halfrond kunnen elkaar daardoor aanvullen op de belangrijkste markten.

3.2 Produktiewaarde en -volume

In 1990 bedroeg de wereldproduktie van fruit 314 miljoen ton. Ten opzicht van 1988 en 1989 betekent dat weinig verandering.

Figuur 4: Ontwikkeling van de wereldfruitproduktie en van de belangrijkste fruitsoorten, excl. meloenen
(in mln. ton)



Bron: Production Yearbook, FAO 1990



De druivenoogst (inclusief druiven voor wijn) van 1990 bedraagt 60 miljoen ton waarvan 30 miljoen ton wordt verwerkt tot wijn. De druivenproductie vindt bijna uitsluitend plaats op het noordelijk halfrond. Uitzonderingen zijn Argentinië, Chili en Zuid-Afrika. Citrus wordt voor verreweg het grootste deel geproduceerd in Brazilië. De Verenigde Staten zijn de tweede sinaasappelproducent, andere grote producenten zijn China, Spanje en Mexico. Bananen worden vooral in Brazilië, India en de Filipijnen geteeld. In dit overzicht worden de bakbananen niet meegerekend omdat ondanks de grote productie er nauwelijks internationale handel voorkomt. De appelproductie komt zowel op het noordelijk als het zuidelijk halfrond voor. De grootste appelproducenten zijn het GOS, China en de V.S. In Europa wordt 33% van de wereldproductie geteeld. In de EG is er een rooiregeling voor de sanering van te kleine

bedrijven en ter stimulering van de innovatie. De subsidie bedraagt f9.205,- per ha. Door de voormalige DDR is daar het laatste jaar voor bijna 10.000 ha gebruik van gemaakt. De produktie in China is sterk uitgebreid de laatste jaren. Andere landen met een groeiende produktie zijn Turkije en Polen. De markt van uitgangsmateriaal ten behoeve van de fruitteelt in de EG is bijna 750 miljoen gulden groot. Italië heeft daarin de grootste bijdrage met 57%, daarna volgt Frankrijk met 15% en op de derde plaats Nederland met 11%.

De landen die een groot deel van hun fruitproductie exporteren en een belangrijke plaats in de wereldfruit-handel hebben, worden in hoofdstuk 5 besproken. De fruitproductie in de andere belangrijke produktielanden zoals het GOS, China, Brazilië en India worden hieronder kort besproken.

3.3. Belangrijke aanbodscentra

Het GOS

Het fruitareaal in het GOS bedraagt ongeveer 3 miljoen ha. Ruim 60% van het areaal ligt in Rusland en de Oekraïne.

De totale fruitproductie in het GOS bedroeg in 1990 bij benadering 10 miljoen ton. Hiervan bestond 6 miljoen ton uit appels. Het land is hiermee de grootste appelproducent van de wereld. Op de goed geleide bedrijven is er een produktie van gemiddeld 18 ton per ha. Naast de appelproductie werd er een miljoen ton

Tabel 4: Produktie van de acht belangrijkste fruitsoorten in de zes belangrijkste fruitproductie-landen in 1990 (x 1.000 ton)

Land	Citrus	Druif	Banaan ¹⁾	Appel	Mango	Peer	Ananas	Perzik
Brazilië	18.668		5.500	4.330	415		725	
V.S.	9.888	5.045				870	520	1.190
China	5.575		1.900	4.710	485	2.930	790	790
Spanje	4.675	6.480				445		585
Mexico	3.080				800			
Italië	2.955	8.480		1.970		900		1.720
Frankrijk		7.340		2.400				500
GOS		5.600		5.800		500		
Turkije		3.420						
India			6.200		9.500		600	
Filippijnen			3.800				1.170	
Ecuador			2.815					
Indonesië			2.360					
Pakistan					760			
Thailand					570		1.865	
Duitsland				2.660				
Japan						460		
Griekenland								780

¹⁾ exclusief bakbananen

Bron: Production Yearbook, FAO 1990

pruimen en 500.000 ton peren geproduceerd. Van de appelproductie werd in 1989 slechts 0,3 miljoen ton geëxporteerd. De pruimenproductie werd volledig op de binnenlandse markt afgezet. De export van het GOS zal in de toekomst weinig betekenis hebben, omdat de potentiële binnenlandse vraag vele malen groter is dan het aanbod en de kwaliteit voor de internationale markt onvoldoende is.

China

De fruitteelt in China breidde zich de laatste jaren sterk uit. De oppervlakte fruit bedroeg in 1989 6 miljoen ha. De belangrijkste gewassen zijn appels (1,7 miljoen ha), citrus (1 miljoen ha), peren (0,5 miljoen ha), druiven (0,2 miljoen ha) en bananen (0,1 miljoen ha). In de toekomst verwacht men een verdere stijging van de produktie door zowel een areaalsuitbreiding (er is een hulpprogramma hiervoor van de FAO), als een verhoging van de produktie per ha. Ondanks het feit dat de inkomens laag zijn, wordt de produktie voor het grootste gedeelte opgenomen door de binnenlandse markt. Zo werd van de totale citrusproduktie van 5,6 miljoen ton slechts 105.000 ton geëxporteerd. Het lijkt erop dat de consumptie sterker zal stijgen dan de produktie ondanks de relatief hoge prijzen, zodat China fruit zal moeten importeren.

De gemiddelde fruitproduktie per ha is laag (5 tot 6 ton) door toepassing op minder goede gronden, door de prioriteit van de rijst- en maïsteelt, en door de vaak voorkomende droogte in het voorjaar, die niet kan worden opgevangen door bevoeiing. Door middel van introductie van nieuwe rassen (het assortiment is niet afgestemd op de wereldhandel), andere produktiemethoden en invoering van laagstambomen wordt geprobeerd de fruitproduktie te laten groeien.

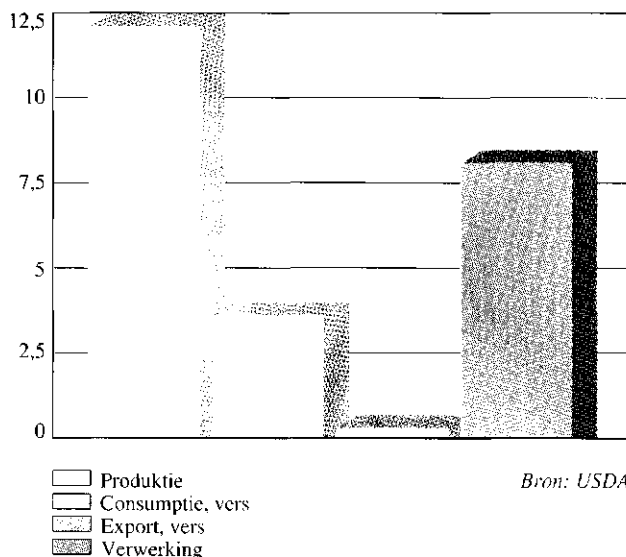
De bedrijven in China zijn zeer klein en hebben een

oppervlakte van zo'n 0,4-0,5 ha. Sinds 1978 is er grotere ondernemersvrijheid en mag een gedeelte van het bedrijf benut worden met zelf te kiezen gewassen. Voor de afzet van deze gewassen kunnen contracten worden afgesloten met de staat. Fruitprijzen schommelen sterk o.i.v. beurtjaren. Het ontbreken van voldoende verwerkingsfaciliteiten en opslagmogelijkheden zijn knelpunten bij een meer gelijkmatige afzet door het jaar heen. China moet voor de technische ontwikkeling hiervan een beroep op het buitenland doen. De produktie van klein fruit zoals aardbeien, bessen etc., die nu nog zeer beperkt is, wordt gestimuleerd. Export van fruit wordt aangegrepen om deviezen te verkrijgen. Bij export wordt uniformering van sortering, kwaliteit en verbetering van de verpakking van groot belang.

Brazilië

Brazilië is de grootste fruitproducent ter wereld. Volgens een opgave van de Verenigde Naties brengt het land rond 25 miljoen ton fruit voort van de meest uiteenlopende soorten. Dit is ongeveer 7% van de wereldfruitproduktie. De Braziliaanse fruitteelt wordt gekenmerkt door grootschalige monocultuur. Wat betreft moderne technieken loopt het land echter achter. De Braziliaanse citrusproduktie bedroeg in het seizoen '90-'91 ruim 17 miljoen ton (ongeveer 20% van de wereldcitrusproduktie). Brazilië is met een produktie van ruim 17 miljoen ton sinaasappels de grootste producent van sinaasappels in de wereld. De produktie van citrus stijgt nog steeds. Produktie, verwerking, handel en transport zijn in handen van een beperkt aantal grote bedrijven. Het grootste deel (84%) van de produktie wordt verwerkt tot citrusconcentraat. Slechts 2% wordt als vers produkt geëxporteerd. Ook de bananen en appels zijn grotendeels voor de binnenlandse markt bestemd.

Figuur 5: Productie, consumptie, export en verwerking van sinaasappels in Brazilië (1991-'92)
(in mln. ton)



Brazilië kan gezien de vruchtbare grond, het zonnige klimaat en de voldoende neerslag een belangrijke positie op de wereldmarkt van fruit veroveren. De grote interne markt van 135 miljoen consumenten geeft echter een belangrijke basis voor louter binnenlandse afzet, zodat een exportfilosofie voor het verse produkt vooralsnog ontbreekt. De gebrekkige infrastructuur (met name in de havens) en de bureaucratie zijn een rem op de export.

India

India is de grootste bananenproducent in de wereld. In 1990 bedroeg de produktie 6,2 miljoen ton, goed voor 13% van de totale wereldbananenproduktie. Andere belangrijke produkten zijn mango's (9,5 miljoen ton in 1990) en citrus (1,9 miljoen ton in 1990). Ook in dit land is de fruitproduktie voornamelijk bestemd voor de binnenlandse markt. Minder dan 0,5% is bestemd voor de verse export.



Japan

De fruitproduktie in Japan bedroeg in 1990 bij benadering 5 miljoen ton. Citrus is het grootste produkt (2,4 miljoen ton); hierin overheersen satsuma's (75% van het produktievolume). Vervolgens zijn appels (1 miljoen ton) en peren (0,5 miljoen ton) belangrijk.

De vraag naar fruit - dat in het verleden niet als voedingsmiddel is beschouwd - neemt toe. Japan is daarmee een interessante markt, omdat de produktie nauwelijks groeit. Vervolgens is ook door het opheffen van invoerbeperkingen voor fruitconserven een snelle toename van de invoer tot stand gekomen. Eenzelfde ontwikkeling wordt voor vers fruit verwacht als de fytosanitaire beperkingen ook hier worden opgeheven. De bedrijfsstructuur in Japan is vergelijkbaar met die van China. Er zijn kleine bedrijven.

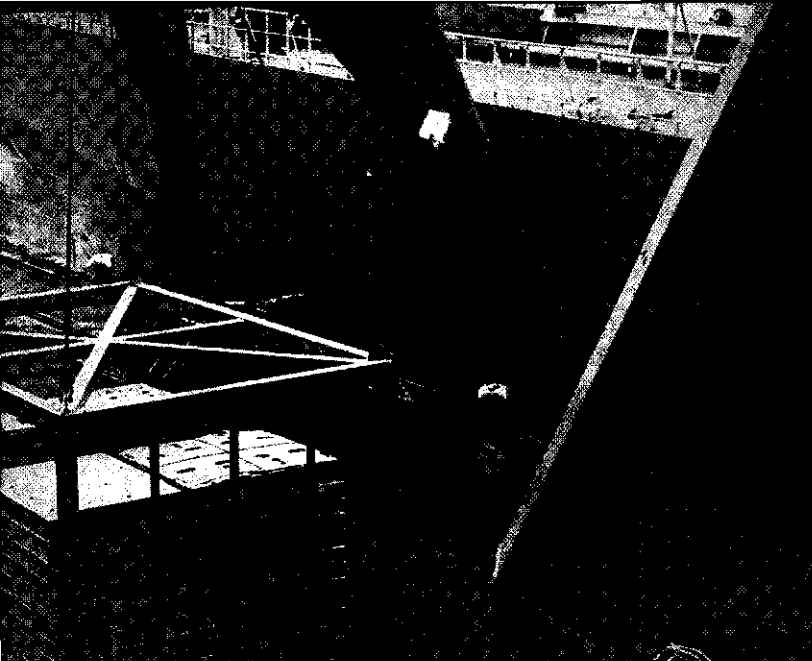
Export komt nauwelijks voor. Er is wel enige import (1,4 miljoen ton). Bananen (0,8 miljoen ton) en citrus (0,5 miljoen ton) overheersen hierbij.

3.4 Samenvatting en perspectief

Over het algemeen vindt de produktie van fruit m.u.v. bananen en citrus en enkele exoten plaats in de gematigde klimaatzones. De fruitproduktie neemt nog steeds toe, maar minder snel (onder invloed van de afnemende teelt van wijndruiven) dan in de jaren '70. In 1990 bedroeg de produktie 314 miljoen ton. Het assortiment fruit wordt steeds verder uitgebreid.

Wat betreft het aanbod van citrusfruit wordt de komende jaren een flinke groei verwacht. Of de consumptie van citrusfruit even snel zal groeien is nog onzeker, zodat rekening moet worden gehouden met overschotten, wellicht ook bij concentraten. Het extra exportaanbod zal ervoor zorgen dat de verschillende producenten elkaar steeds meer zullen gaan beconcurreren. Een goede kwaliteit van het produkt en spreiding van de afzet zullen daardoor steeds belangrijker worden. Wat betreft de produktie van citrussap zijn de Verenigde Staten en Brazilië dominerende landen. De V.S. pro-





4. Wereldhandel

4.1 Inleiding

Van de wereldfruitproductie wordt slechts een klein gedeelte als vers produkt internationaal verhandeld. Vooral voor druiven, appels en citrus is de uitvoer van het verwerkte produkt van grote betekenis. Door de verbeterde houdbaarheid van het fruit tijdens transport is de handel in vers produkt mogelijk geworden.

De internationale handel heeft bovendien een sterke impuls gekregen door de toegenomen welvaart en de behoefte van de consument aan een breder sortiment en jaarrond aanbod. Van de wereldcitrusproductie wordt rond 12% als vers produkt uitgevoerd, van druiven 2%, van bananen 18% en van appels 9%. Het export-aandeel kan van land tot land sterk verschillen en hangt niet altijd samen met de produktie. De V.S. en de EG zijn veruit de grootste invoermarkten. Het belang van het Verre Oosten (Japan) neemt echter toe.

4.2 Ontwikkeling van de import en importmarkten

De wereldimport van fruit en noten bedroeg in 1990 33 miljard gulden. In de periode 1984-1988 is de import met ruim 42% toegenomen. De Europese landen samen zijn de grootste importeur met een aandeel van 61,9% van de totale wereldimport van fruit. De handel in fruit tussen de EG landen onderling bedraagt 45% van de totale wereldhandel. De belangrijkste produkten die worden geïmporteerd zijn citrus, bananen en appels. Duitsland is de belangrijkste afnemer (19,2% van de wereldimport). Het zuidelijk halfrond wordt bij de import van appels steeds belangrijker.

In 1990 betrof dit een 555.000 ton, goed voor 28% van de totale import in de EG.

Het relatieve belang van het Amerikaanse continent als importeur neemt af, evenals dat van Azië en het

duceren voornamelijk voor de eigen markt. Brazilië is de grootste exporteur.

De wereld-appelproductie is in de periode 1980-1990 met 20% gestegen tot 40,3 miljoen ton. De produkten van de 3 grootste producenten (GOS, China en V.S.) worden vrijwel niet internationaal verhandeld.

Bananen worden in de subtropische klimaatzone geteeld. India en Brazilië zijn de grootste producenten. De produktie stijgt nog steeds. De stijging van de produktie is gelijk verdeeld over de continenten.

De bekende bananenrepublieken zijn niet de belangrijkste producenten, maar danken hun reputatie aan de enorme export. Een aantal zeer grote producenten richt zijn afzet vooral op de binnenlandse markt, omdat deze nog veel groei kan opvangen. Als deze producenten zich op de buitenlandse markt gaan begeven mag verwacht worden dat er snel verstoring van het marktevenwicht, zowel nationaal als internationaal, zal optreden.

De produktie van druiven voor de verse markt neemt nog toe, die voor wijndruiven stagneert. Het merendeel van de produktie is te vinden in Europa (50%).

De markt wordt meer internationaal omdat de druivenproducenten moeten exporteren om hun meerproduktie kwijt te raken.

Tabel 5: De verdeling van de belangrijkste appelfrassen over de landen van de EG (in % van de totale EG-produktie)

Rassen	Nl.	Dld.	Fr.	G.B.	Bel./Lux.	Den.	It.	Sp.	Pol.	Gr.
Golden + Red Delicious	1,4	1,5	20,2	-	0,7	0,0	5,4	6,4	0,7	2,7
Cox's Orange Pippin	0,8	0,8	3,6	1,5	0,1	0,0	-	-	-	0,2
Jonagold	1,1	1,4	0,3	-	1,7	-	0,5	-	-	-
Elstar	1,3	-	-	-	0,1	-	-	-	-	-
Gloster	0,2	1,1	-	-	-	0,1	0,4	-	-	-
Boskoop	0,3	1,1	-	-	0,2	0,0	-	-	-	-
Granny Smith	-	-	0,0	-	-	-	0,3	-	-	-
Overige rassen	1,2	3,7	3,2	2,3	0,6	0,3	3,2	2,7	0,4	1,4
Totaal	6,3	9,6	27,3	3,8	3,4	0,4	9,8	9,1	1,1	4,3

Bron: Prognosfruit



Midden Oosten. Afrika en Oceanië spelen een zeer geringe rol, die bovendien steeds kleiner wordt. Sinds 1984 is de import in absolute hoeveelheden van vrijwel alle landen gestegen. Relatief gezien is het aandeel in de totale wereldimport echter voor een groot aantal landen gedaald. Voor Duitsland, Frankrijk, Groot-Brittannië en Japan is dit echter gestegen.

4.3 Ontwikkeling van de export en exportlanden

Van de belangrijkste fruitprodukten werd in 1990 24,8 miljoen ton geëxporteerd. Hiervan had Noord-Amerika een exporttaandeel van 32%, Europa 31%, Zuid-Amerika 23% en Azië 13%.

Het Europese aandeel is vrijwel geheel voor rekening van de EG-landen en is ook voornamelijk bestemd voor de Europese landen. Noord- en Zuid-Amerika exporteren vooral citrus en bananen, Europa citrus, appels en druiven. De belangrijkste exportlanden zijn V.S. (citrus, appels en peren), Spanje (citrus), Italië (druiven, appels en perziken), Filippijnen (ananas) en Ecuador (bananen). Samen vertegenwoordigen zij 40% van de totale wereldexport. Het aandeel van de export van het Amerikaanse continent is sinds 1984 iets afgenomen door het belangrijker worden van andere landen. Hetzelfde geldt voor de export vanuit Italië. Het aandeel van Spanje in de wereldexport is daarentegen gestegen. De aansluiting van het land bij de EG heeft de Spaanse citrusexport een extra impuls gegeven.

4.4 De betekenis van de re-export

Van het geïmporteerde fruit wordt een min of meer belangrijk gedeelte weer doorverkocht naar andere lan-

den (de zogenaamde re-exporten). Van de niet in een land geteelde produkten, zoals bij citrus en bananen in Europa, blijkt dit simpelweg uit de handelsstatistieken. De gere-exporteerde hoeveelheid fruit in Nederland is volgens het KCB gestegen van 287.000 ton in 1985 tot 486.000 ton in 1990. Deze hoeveelheid komt overeen met 71% van de totale export van vers fruit.

In Nederland houden 80 exporteurs zich bezig met fruit, waarvan er 10 volledig gespecialiseerd zijn in fruit. In 1990 was de re-export van appels 108.000 ton: dit is 45% van de totale export van appels en 16% van de totale export van vers fruit. De herkomst van deze appels was voor 51% Chili en 21% Argentinië. De bestemming was West-Duitsland 48%, Frankrijk 15% en Engeland 12%. In 1990 was de re-export van peren 43.000 ton, 50% van de totale export van peren en 6% van de totale export van vers fruit. De herkomst van deze peren was voor 46% Chili, 25% Argentinië en 11% V.S. De bestemming was 40% West-Duitsland, 21% Frankrijk en 10% voor Italië en Groot-Brittannië. De re-export van citrus fruit in 1990 bedroeg 190.000 ton ofwel 28% van de totale export van vers fruit, voor bananen en druiven 43.000 ton en voor meloenen ten slotte 16.400 ton. Voor de bovengenoemde produkten was West-Duitsland de grootste afnemer gevolgd door België, Frankrijk en Groot-Brittannië.

Naast Nederland is België ook een land met een belangrijke doorvoerfunctie van vers fruit. De re-export van fruit bedroeg in 1990 niet minder dan 185.000 ton; dit komt overeen met 60% van de totale Belgische export. Voor appels was de re-export 95.000 ton. Dit is 58% van de totale appellexport en 36% van de totale fruitexport. De belangrijkste herkomstlanden waren Chili en Argentinië en de bestemmingslanden waren West-Duitsland 64%, Groot-Brittannië 17% en Frankrijk 13%.

De re-export van peren bedroeg in 1990 24.000 ton. Dit is 50% van de totale perenexport en 8% van de totale fruitexport. Ook hier waren Chili en Argentinië de belangrijkste herkomstlanden. De bestemmingslanden waren Frankrijk 45%, West-Duitsland 35% en Oostenrijk 12%.

De re-export van citrusfruit bedroeg in 1990 34.700 ton ofwel 11% van de totale export van vers fruit. De re-export van bananen bedroeg in 1990 10.820 ton. De re-export van appels in West-Duitsland bedroeg in 1990 6.735 ton. Dit is 10% van de totale exporthoeveelheid van appels. De re-export van peren bedraagt niet minder dan ruim 90% van de totale export van peren. Voor 1990 was dit 8.860. In 1990 was de re-export van citrus en bananen uit Frankrijk respectievelijk 44.000 en 26.000 ton. Dit is samen goed voor 7% van de totale export van vers fruit.

Voor West-Duitsland was dit respectievelijk 25.000 en 29.000 ton. Dit is samen goed voor 33% van de totale export van vers fruit.

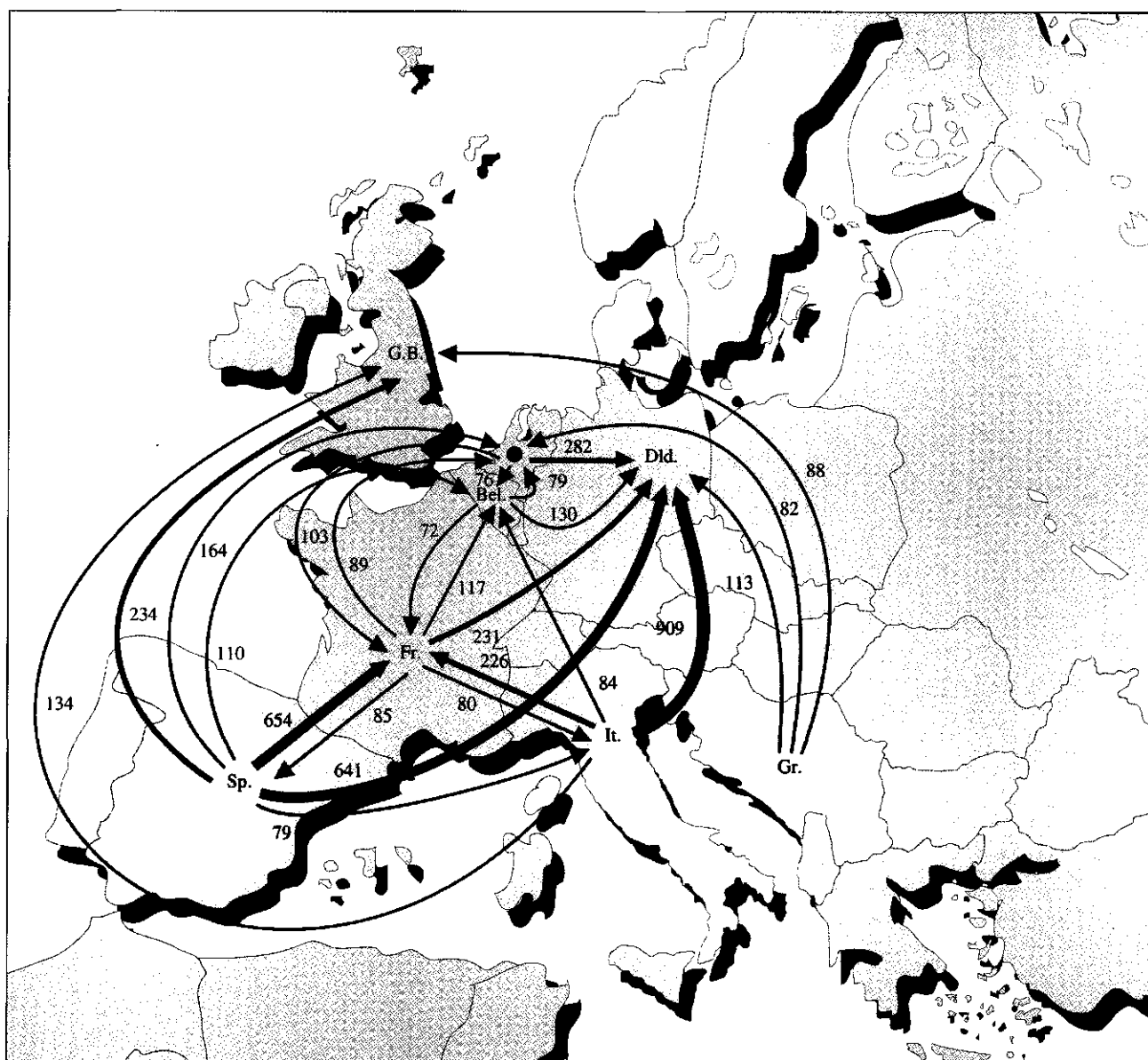
4.5 Prijsontwikkelingen

De analyse in dit hoofdstuk is tot stand gekomen met behulp van exportprijzen. De prijzen van de diverse fruitsoorten hebben zich in het verleden niet op dezelfde wijze ontwikkeld. De prijs van bananen is in het begin van de jaren '80 redelijk stabiel geweest, maar is na 1986 licht gaan stijgen en in de laatste jaren echter

weer gedaald vanwege overproductie. De prijs voor sinaasappels is sinds 1980 gedaald, maar is na 1988 met 10% gestegen. In de jaren na 1988 is de appelprijs met 25% gestegen. Dit is het gevolg van het op de markt komen van nieuwe moderne rassen.

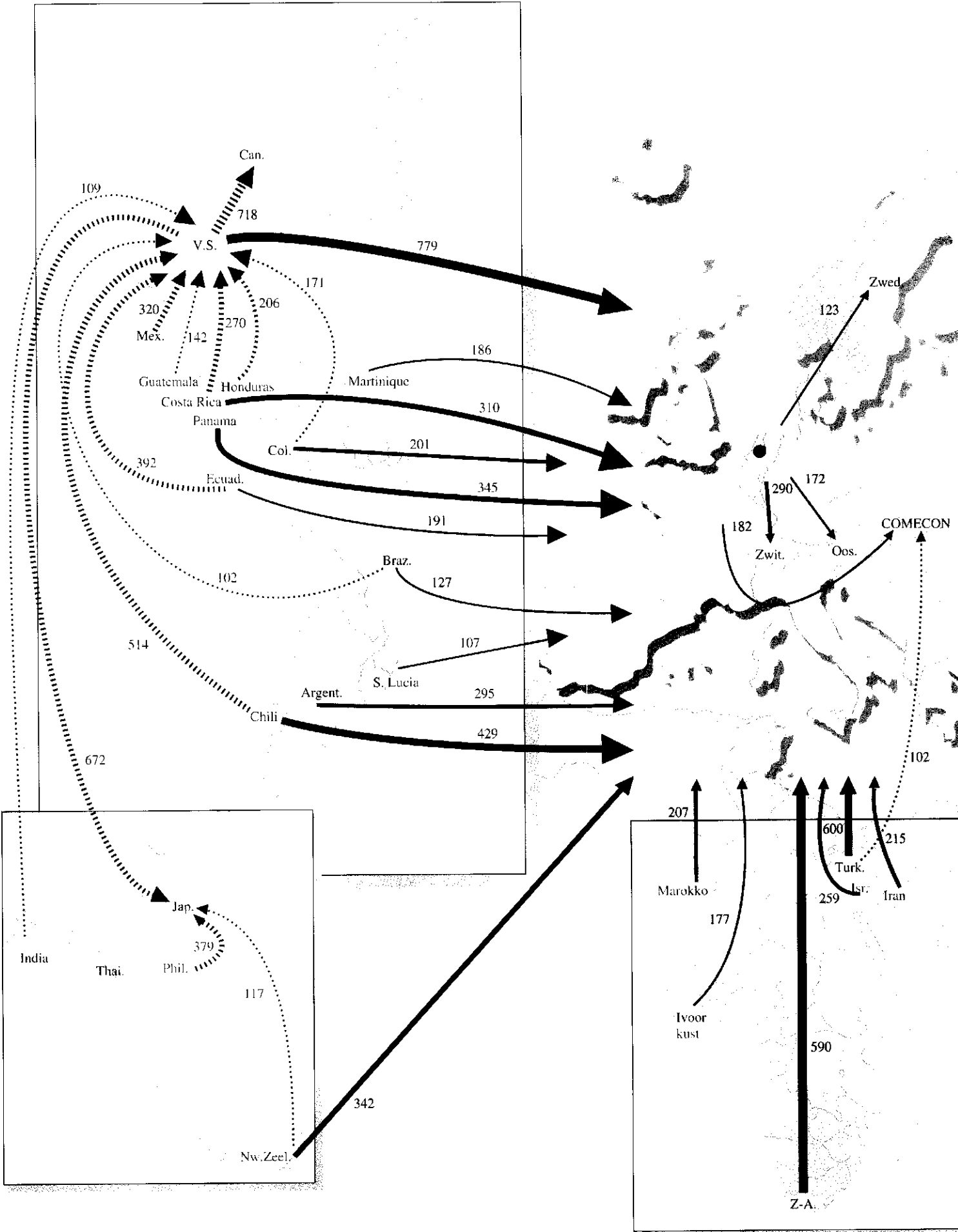
De prijs van druiven is na 1988 met 5% gestegen. De prijzen van peren en perziken zijn na 1988 met 20% gestegen, die van ananas en citroenen zijn stabiel. Er bestaan grote prijsverschillen tussen de diverse markten. De prijs van een bepaalde fruitsoort is mede afhankelijk van het aanbod van ander fruit en van handelspolitieke factoren. Zo worden de wereldhandels-

Figuur 6: Handelsstromen van fruit binnen de EG 1990 (in mln. gld.)
Alleen handelsstromen > 50 miljoen gulden



Bron: OECD

Figuur 7: Wereldhandelsstromen fruit en noten 1990 (in mln. gld.)
Alleen handelsstromen > 50 miljoen gulden



EG

→ = handelsstromen van en naar de EG

Bron: OECD

prijzen van appels beïnvloed door die van sinaasappels en peren. Bananen met hun gereguleerde prijzen (handelspolitiek, importquota EG) en een beperkt aantal aanbieders, kunnen worden gezien als vervangers voor iedere andere fruitsoort.

4.6 Handelsstromen

De wereldhandel in citrusfruit heeft van alle fruitsoorten de hoogste waarde. De handel hiervan is overigens seizoensgebonden. De produkten van het zuidelijk halfmond worden vooral aangevoerd van juli t/m oktober, terwijl het noordelijk halfmond van oktober tot in het late voorjaar levert. Door het telen van vroege en late rassen en de betere bewaarmethoden overlappen de handelstijdvakken elkaar steeds meer.

West-Europa heeft een invoeraandeel van 70%, waarbij alleen al de Spaanse uitvoer naar de overige EG landen ongeveer 30% van de wereldhandel bedraagt. Daarnaast is de uitvoer van de overige Middellandse-zee-landen naar de EG van belang, en van de V.S. naar Japan en Hong Kong.

In volume wordt van de banaan het meeste internationaal verhandeld, in 1990 9,1 miljoen ton, dit is 18% van de wereldproduktie.

De consumptiecentra voor bananen liggen in de V.S., West-Europa en Japan. De handelsstromen van bananen naar de V.S. en Europa lopen voornamelijk vanuit Midden- en Zuid-Amerika. Ecuador is de belangrijkste bananenleverancier voor de Amerikaanse markt gevolgd door Costa Rica en Colombia. Japan haalt zijn bananen voornamelijk uit de Aziatische landen waarvan de Filippijnen verreweg de grootste leverancier is.

De belangrijkste handelsstromen van verse druiven beperken zich tot een klein aantal landen. Italië, Chili en de V.S. beschikken samen over 63% van de wereldhandel. Van de Chileense uitvoer (in het voorjaar) gaat bijna tweederde naar de V.S.

Italië (in het najaar) richt zich vooral op Duitsland en Frankrijk. Naast de EG-landen en de V.S. is ook Canada een grote importeur.

Voor de internationale handel in appels vormt de EG, met een totale invoer van 2,0 miljoen ton (56% van de wereldinvoer), de belangrijkste markt. Het merendeel wordt door de EG-landen zelf geleverd. Duitsland, Groot-Brittannië, GOS en Nederland zijn de grootste importeurs. Frankrijk, Chili, Italië en Hongarije zijn de grootste appelexporteurs.

4.7 Samenvatting en perspectief

De handel in fruit is een wereldwijde aangelegenheid omdat produktie- en consumptiegebieden niet samen vallen. Ieder produkt kent specifieke produktiegebieden,



den, terwijl de consumptie over de hele wereld verdeeld is.

Opvallend is dat in Europa citrus en appels zowel worden geïmporteerd als geëxporteerd. Dit heeft onder andere te maken met de verschillende oogstseizoenen op het noordelijk en zuidelijk halfmond, waardoor de beide halfmonden elkaar aanvullen. De handel tussen de Europese landen is van grote betekenis.

De bananenhandel wordt door enkele Midden Amerikaanse landen bepaald. Voor de handel in citrus geldt dat 50% van de export in handen is van de 3 grootste exporterende landen.

De handel in appels blijft grotendeels beperkt tot het noordelijk halfmond. Op het zuidelijk halfmond zijn Chili, Argentinië en Zuid-Afrika belangrijke exporteurs die een steeds groter deel van de appelexport uit dat gebied voor hun rekening nemen. Aanvankelijk zijn deze landen aanvullend op het noordelijk halfmond door tegengestelde seizoenen en een ander sortiment. Door de verbeterde bewaartechnieken en de teelt van vroege en late rassen wordt de concurrentie tussen de beide halfmonden steeds groter.

De import blijkt zich steeds meer te concentreren in de EG en Japan. De BRD is een grote importeur van fruit. Door de hereniging van de beide Duitslanden is de bananenimport in Duitsland met 30% gestegen. Verwacht kan worden dat in de toekomst de export van fruit naar Duitsland nog verder zal toenemen.

Voor de toekomst kan worden verwacht dat naast de handelsstromen van appels, bananen en citrus ook de handelsstroom van exoten steeds groter zal worden. Naarmate het besteedbaar inkomen van de consument zal toenemen, zal de vraag naar exotisch fruit steeds groter worden. Als potentiële markten voor deze produkten worden vaak de V.S., West-Europa en Japan genoemd. De V.S. zijn vooral zelfvoorzienend. Behalve bij bananen is de import een aanvulling op de binnenlandse produktie, de export is minder dan 10% van de produktie.

5. Concurrentiekracht van aanbodscentra

5.1 Inleiding

In dit hoofdstuk worden de specifieke aspecten van de productie en afzet van de landen met een internationaal concurrerende fruitsector onder de loupe genomen. Per land zal een korte schets gegeven worden van het aanbod en de handel vanuit het land. Daarna volgt een beschrijving van de concurrentiekracht aan de hand van productiefactoren, thuismarkt, netwerk van sectoren, economische orde en overheid. De productiefactoren zullen schematisch weergegeven worden. Om de concurrentiekracht van de belangrijkste fruitexporterende landen te bepalen, is een selectie gemaakt op grond van de positie die ze in de wereldhandel innemen. De geselecteerde landen behoren tot de elf belangrijkste exportlanden, terwijl de export niet voor- namelijk is gericht op gemakkelijk toegankelijke markten.



Om het aantal landen te beperken is slechts één land dat bananen exporteert meegenomen, namelijk Ecuador. Op basis van deze criteria zijn de Verenigde Staten, Spanje, Italië, Frankrijk, Chili, Zuid-Afrika, Ecuador, Argentinië, Polen en Nederland geselecteerd. De bovengenoemde landen hebben voor citrus, bananen, appels, druiven, peren perziken, en ananas samen 30% van het wereldaanbod en 42% van de wereldhandel. Het aandeel in de wereldhandel stijgt tot 68% indien de bananen en ananas buiten beschouwing worden gelaten.

5.2 Nederland

Aanbod en handel vanuit Nederland

Aanbod

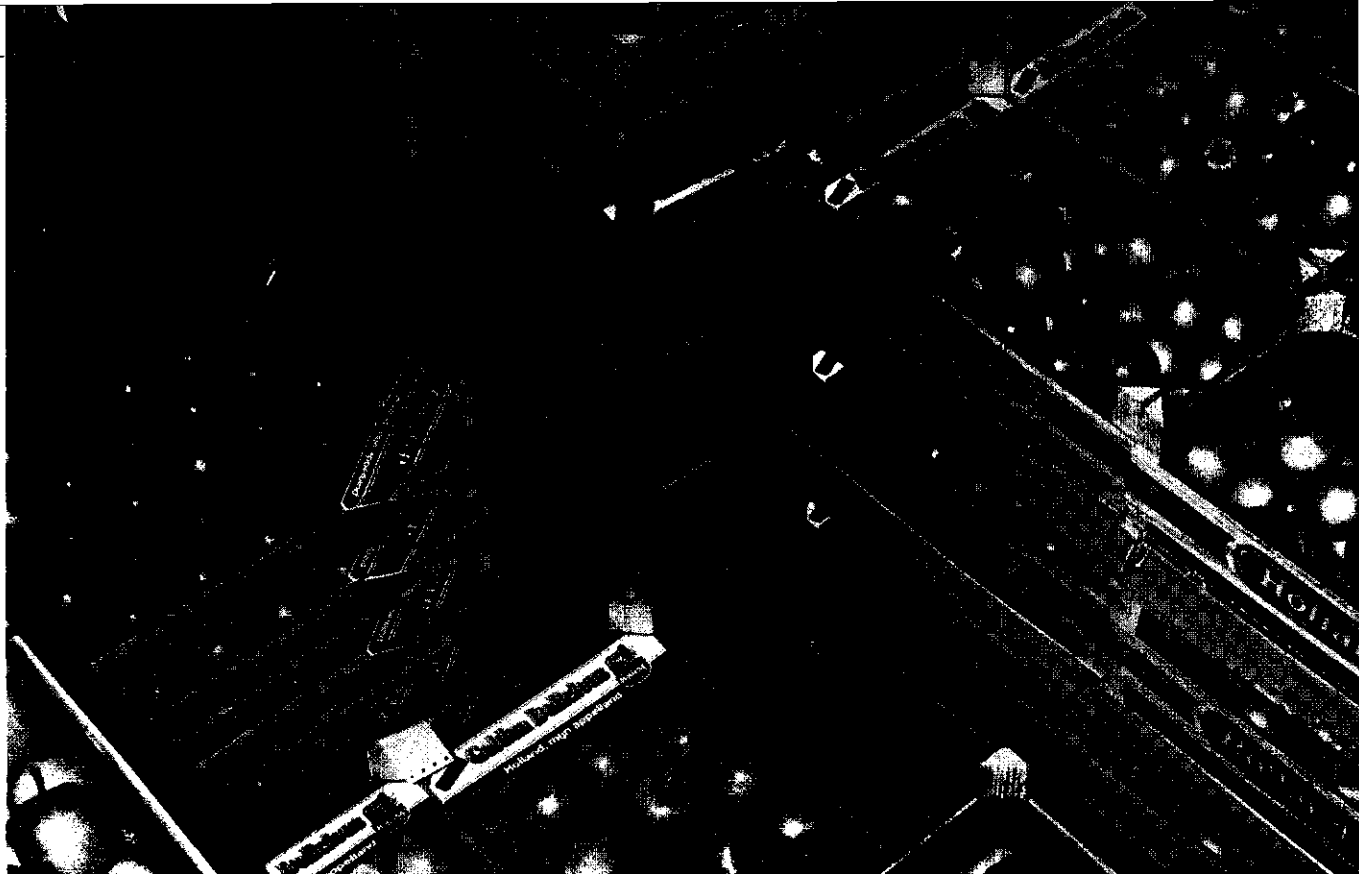
Na een sterke daling na 1965 is het fruitareaal in Nederland sinds 1985 vrijwel constant gebleven en bedroeg in 1990 23.250 ha. Het aantal bedrijven, waar fruit geteeld wordt, is in die tijd nog wel afgenomen en bedroeg in 1990 4.820 (waarvan 3.000 gespecialiseerde fruitbedrijven), zodat de gemiddelde bedrijfsgrootte verder is toegenomen. Deze bedroeg in 1985 nog 3,8 ha en was in 1990 toegenomen tot 4,5 ha. In 1990 waren er 914 bedrijven met meer dan 7 ha appels; dit is slechts 25% van het totaal aantal bedrijven met appels. Het totale fruitareaal bestond in 1990 voor 70% uit appels, voor 22% uit peren, voor 6% uit steenvruchten en voor 2% uit houtig kleinfruit.

Het Nederlandse fruitareaal is over een groot deel van het land verspreid met concentraties in Gelderland, Zeeland, Limburg, Flevoland en Utrecht. Voor steenvruchten (pruimen, morellen en kersen) zijn de concentratiegebieden Gelderland, Utrecht, Noord-

Tabel 6: De productie van appelrassen in de EG en Nederland (in 1.000 ton) en het aandeel (in %) in de totale appelproductie van de EG in 1990/1991 en de Nederlandse veilingprijs (in ct. per kg)

Appelras	EG		Nederland		Prijs
	Productie	%	Productie	%	
Golden en Red Delicious	3.774	55,2	95	1,4	110
Cox's Orange Pippin	218	3,2	54	0,8	132
Jonagold	368	5,4	75	1,1	119
Elstar	185	2,7	87	1,3	115
Gloster	174	2,6	14	0,2	93
Boskoop	131	1,9	23	0,3	166
Granny Smith	327	4,8	0	0,0	-
Overige	1.660	24,2	82	1,2	93
Totaal	6.837	100,0	430	6,3	108

Bron: Prognosfruit



Brabant en Limburg en voor kleinfruit bovendien nog Zeeland.

In de 80-er jaren is het assortiment van appels verbeterd ten gunste van de gebloste rassen. Dit komt sterk tot uiting in het aandeel van Golden-Delicious enerzijds en Elstar, Jonagold en Gloster anderzijds.

De aandelen van deze rassen in de totale aanvoer van appels bedroeg in 1985 respectievelijk 22%, 3%, 5% en 2%. In 1990 was dit respectievelijk 15%, 22%, 18% en 5%.

Het aandeel van de diverse rassen in het Europese aanbod is zeer beperkt. In Nederland komt het aandeel voor de grootste rassen net boven de 1% uit. Dit geeft de sector gelegenheid het aanbod van hoogrenderende rassen uit te breiden ten koste van lager renderende, zonder dat er sterk prijsbederf optreedt. De prijsvorming vindt immers op Europees niveau plaats.

Handel

Van de binnenlandse fruitproductie wordt slechts 40% geëxporteerd. Dit is in vergelijking met de overige tuinbouwprodukten laag. In 1990 bedroeg de handelsproductie van fruit 510.000 ton, deze bestond voornamelijk uit appels (73%) en peren (20%). Daarnaast werd er dat jaar 1.3 miljoen ton aan fruit geïmporteerd, ruim 2,6 maal de eigen productie. De belangrijkste produkten die worden ingevoerd zijn sinaasappels 20%, appels 17% en druiven 10% van de totale fruitimport. De totale importwaarde is gestegen van 1.766 miljoen gulden in 1986 tot 2.238 miljoen gulden in 1990. Het belangrijkste herkomstland van de sinaasappels is Spanje. De appels en druiven komen vooral uit Chili. Andere belangrijke herkomstlanden van geïmporteerd fruit zijn België/Luxemburg en Argentinië.

De uitvoer van vers fruit vanuit Nederland bedroeg in 1990 684.000 ton, waarvan echter slechts 198.000 ton uit Nederlands produkt bestond. De overige 486.000 ton was re-export van geïmporteerd produkt. Vooral appels en sinaasappels zijn bestemd voor de re-export. Het feit dat ruim 71% van de export uit niet-Nederlandse produkten bestond, geeft aan dat Nederland een belangrijke doorvoerhaven voor fruit is. De Nederlandse export van vers fruit richt zich vooral op Duitsland (appels en druiven) en Groot-Brittannië (peren). Van de Duitse appelimport kwam in 1990 ruim 22% uit Nederland. De Duitse importdruiven kwamen voor 7% uit Nederland. Van de peren die in Groot-Brittannië werden geïmporteerd kwam in 1990 ruim 28% uit Nederland. De exportwaarde van vers fruit is gestegen van 898 miljoen gulden in 1986 tot 1.375 miljoen gulden in 1990.

Tabel 7: De productie, import en export (x 1.000 ton) van een aantal fruitprodukten in Nederland in 1990

Produkt	Productie	Import	Export
Sinaasappels	-	405	102
Citroenen	-	37	21
Ander citrus	-	164	65
Bananen	-	140	43
Appels	335	247	240
Druiven	1	77	42
Peren	80	54	86
Perziken	-	36	10
Ananas	-	14	7
Totaal	416	1.174	616

Bron: FAO productie- en handelsstatistiek, 1990

Basis- en hoogwaardige produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Gunstige ligging t.o.v. Europa - Lage transportkosten	
Klimaat	- Goed klimaat voor rode rassen	- Nachtvorst-gevoeligheid tijdens de bloeiperiode
Grondstoffen	- Hoogwaardig uitgangsmateriaal	- Grond duur - Goed water schaars
Arbeid	- Arbeidskosten stabiel - Arbeidsproductiviteit hoog	- Vaste en losse arbeidskosten hoog (f 32/uur) - Moeilijk voldoende oogstpersoneel te vinden
Kapitaal	- Beschikbaarheid kapitaal groot - Rente (9,8%) - Lage inflatie (3%) - Financieringsmogelijkheden uitgebreid aanwezig	
Infrastructuur	- Wegennet goed ontwikkeld - Rotterdamse haven	
Kennisinfrastructuur	- Toenemend cursuscircuit en netwerk van studieclubs - Open kennisinfrastructuur; sector heeft voor kennis geld over. Info verspreidt zich snel - Veel onderzoek van fundamenteel tot praktijkgericht - Kwalitatief goede opleidingen op diverse niveaus	- Weinig marketingkennis bij de producenten - Informatie uit de markt dringt onvoldoende door naar producenten

Thuismarkt

Het verbruik van vers fruit in Nederland bedroeg in 1990 1.150.000 ton. Ongeveer 75% van de consumptie bestond uit geïmporteerd fruit. Voor de afzet van de Nederlandse appelproductie is de binnenlandse markt erg belangrijk. Zeventig procent van de Nederlandse handelsproductie wordt in Nederland afgezet, terwijl 30 tot 50% van het totale appelaanbod op de Nederlandse markt afkomstig is uit het buitenland. Doordat het aanbod de vraag, gemiddeld genomen, overtreft, bestaat er voortdurend een druk op het prijspeil.

De markt voor vers fruit groeit sterk in Nederland. In volume steeg het verbruik met 20% en naar waarde 40% in de laatste 10 jaar. Deze groei wordt voorname-

lijk veroorzaakt door de grotere gekochte hoeveelheid fruit per huishouden, maar ook door een toename van het aantal huishoudens.

De belangrijkste fruitsoorten die in Nederland worden geconsumeerd zijn appels, sinaasappels en bananen. De consumptie per hoofd was in 1980 68 kg, in 1990 73 kg. Hiervan was in 1990 28 kg per persoon citrus, in 1955 was dit nog maar 10 kg/hoofd; en hardfruit 24 kg. Appels worden voornamelijk gekocht door gezinnen met jonge kinderen.

Naast de sterke groei van het verbruik, is ook het kwaliteitsbewustzijn van de consumenten toegenomen. De markt is in dit opzicht voor de Nederlandse producent veel concurrentiegevoeliger geworden, maar in vergelijking tot onze voornaamste exportmarkten nog gering. Krap eenderde van het verse fruit wordt tegen-



woordig in voorverpakte vorm aangeboden. Het sterkst is de voorverpakking ontwikkeld bij citrus en zomerfruit, maar ook appels worden voor 25% voorverpakt aangeboden.

Netwerk

Veiling

De basis voor de Nederlandse fruitafzet is het veilingklokstelsel. De prijs die op de veiling tot stand komt is tevens het kompas voor de prijsvorming bij andere verkoopmethoden. Om het veilsysteem te kunnen toepassen, is het belangrijk dat er een groot aantal kopers is, waardoor er voldoende concurrentie ontstaat. De laatste jaren is het aantal kopers teruggelopen door verlies van marktaandeel van de gespecialiseerde fruithandel aan het grootwinkelbedrijf. Het aantal vei-

lingen is gedaald tot 19, waarvan 8 samen 85% van de aanvoer voor hun rekening nemen. Desondanks is het de vraag of het aantal kopers per veiling nu nog voldoende groot is. Het grootste gedeelte van de handel in Nederlands fruit verloopt nog via de veilingen (65%). Dit aandeel is in vergelijking met bijvoorbeeld groente altijd veel lager geweest omdat er relatief veel uitval is, een gedeelte via fruitpachters wordt verhandeld (zij hebben geen veilplicht) en relatief een groot aantal fruittelers geen lid van de veiling is.

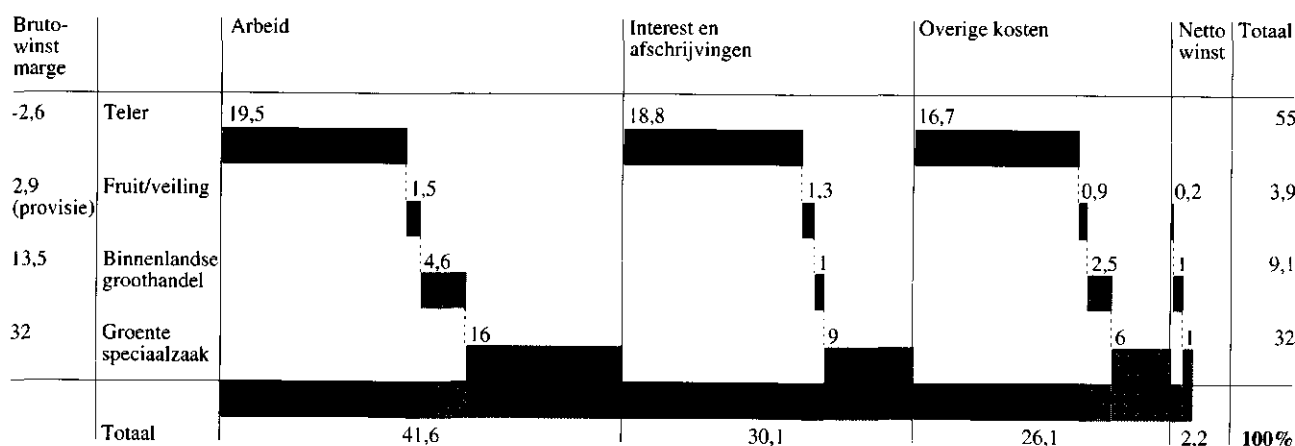
De prijsvormingsfunctie van de veiling is daarmee altijd beperkter geweest dan in de groenteteelt. Dit betekent een verzwakking van het kwaliteits- en marketingbeleid.

Naarmate de veilingconcentratie toeneemt, de markt hogere kwaliteitseisen stelt en de macht van het grootwinkelbedrijf toeneemt, neemt ook het belang van een sterke band tussen leden aanvoerders en afzetorganisatie toe. Kopers zijn dan in staat fruit efficiënt te kopen. De veilduur wordt verkort door mogelijkheden van blokken en grotere uniforme blokken komen dan tot stand. Overigens is het aantal gespecialiseerde veilingen net zo groot als het aantal gespecialiseerde groothandelaren.

Detailhandel

In 1990 werd de helft van het fruit door supermarkten verkocht. In 1991 is dit bijna 60%. Andere belangrijke bronnen zijn de groentewinkels (20%) en de markt (17%). Ongeveer 40% van het fruit werd in zelfbediening gekocht, dit betreft vooral citroenen, bananen, ananas, kiwi's en meloenen. Bij peren en zomerfruit is dit nauwelijks het geval. Aankoop bij telers heeft een marktaandeel van 4%.

Figuur 8: Kostenopbouw in de keten fruit (in % consumentenbesteding)



Bron: Rabobank Nederland 1992

Economische orde

Nederland wordt wel een marktgeleide economie genoemd, waarmee bedoeld wordt dat het marktmechanisme een belangrijke rol speelt maar dat de overheid ook een belangrijke invloed heeft op de organisatie van de economie. De rentabiliteit van de bedrijven kan beïnvloed worden door marktverhoudingen, die zich slechts over een langere periode wijzigen, maar ook door seizoensinvloeden en bedrijfsspecifieke factoren zoals het produktieniveau en de kwaliteit. De sector is coöperatief ingesteld. Van de Nederlandse fruitproduktie wordt 65% afgezet via de veilingen. Een voordeel van het veilsysteem is dat telers elkaar niet als directe concurrenten tegenkomen, waardoor collegialiteit wordt gestimuleerd. De overheidsbemoeienis met de fruitteeltsector is relatief klein. Vooral het grootwinkelbedrijf dringt aan op directe contacten met de teler. Dit kan de concurrentie tussen de telers bevorderen, waardoor de open kennisinfrastructuur en daarmee de innovatieve kracht, ernstig zal verzwakken.

Overheid

De overheid heeft in het verleden een aantal keren met regelingen ingegrepen ter ondersteuning van het toekomstperspectief, in de vorm van een overbruggingsfinanciering in 1969-'70, rooipremies in de jaren zeventig en een vorstschaderegeling in 1985.

De overheid heeft zich de afgelopen jaren enigszins teruggetrokken uit de fruitsector. De rol van de overheid heeft een financiële en een maatschappelijke kant. De financiële situatie bij de overheid leidt tot verdere beperkingen in de overheidsdeelname zoals 50% medefinanciering van het proefstation voor de fruitteelt en de proeftuinen, (de beperking van) de bijdrage in de keuringskosten en de privatisering van de voorlichtingsdienst. Tegenwoordig zijn milieu-aspecten, volksgezondheid ten aanzien van voedingsmiddelen, gewasbescherming en landschap belangrijke maatschappelijke aspecten waar de overheid zich mee bezig houdt. De maatschappelijke ontwikkelingen vergroten de regelgeving, waaraan produkt en produktieproces moeten voldoen. De individuele bedrijven zullen hierdoor in een zwakkere positie komen.

Samenvatting en perspectief

De Nederlandse fruitteeltsector had geen sterke exportoriëntatie. De binnenlandse markt is nog niet erg kwaliteitskritisch t.a.v. produkt en verpakking. Dit geeft onvoldoende innovatieve prikkels aan dezelfde Nederlandse fruitteelt. Door een afnemende levensduur van de fruitbomen en een toegenomen internationalisatie zijn de marktomstandigheden zodanig gewijzigd

dat de innovatie op gang is gekomen. De concurrentiepositie van Nederland is derhalve toegenomen. De appelteelt in het gematigde zeeklimaat heeft het geluk gehad dat er een aantal zeer bruikbare rassen is ontwikkeld. Verder heeft het hoge niveau van onderzoek, voorlichting en onderwijs hier ook toe bijgedragen. De centrale ligging van Nederland, de goede infrastructuur en het sterke distributie-apparaat hebben er verder toe bijgedragen dat Nederland een zeer belangrijke doorvoerhaven voor fruit is geworden. Het is overigens van groot belang dat de export van Nederlands fruit (niet alleen appels) verder toeneemt. De Nederlandse produktie kan nog stijgen indien de oriëntatie op de moderne rassen groter wordt en de teelttechnieken nog verfijnd worden. Dit kan geschieden zonder dat er sterk prijsbederf optreedt omdat de prijsvorming op Europees niveau tot stand komt.

5.3 Verenigde Staten

Aanbod en handel vanuit de Verenigde Staten

Aanbod

De fruitproduktie in de Verenigde Staten is sinds 1970 met 25% gestegen tot 23,8 miljoen ton in 1990. In 1990 bedroeg het totale fruitareaal 1.155.000 ha waarvan citrus 460.000, druiven 300.000, appels 196.000 perziken, 75.000 en peren 29.000 ha. De produktiewaarde bedroeg 14 miljard gulden.

De belangrijkste produkten die worden voortgebracht zijn sinaasappels (7,0 miljoen ton), druiven (5,1 miljoen ton) en appels (4,4 miljoen ton). De citrusteelt vindt voornamelijk plaats in de staat Florida (63%) en Californië (34%).

De belangrijkste staten voor de appelteelt zijn Washington (50% van de totale appelproduktie), New York, Californië en Michigan.

Druiven en perziken worden voor respectievelijk 90% en 75% in Californië geteeld.

Peren worden voor respectievelijk 40% in Washington, 34% in Californië en 24% in Oregon geteeld.

Handel

Van de totale fruitproduktie wordt slechts 7% als vers fruit geëxporteerd. De belangrijkste exportprodukten zijn citrus en appels.

De appelexport naar het Verre Oosten, in het bijzonder naar Taiwan en Hong Kong, vertoont een stijgende lijn. De Amerikaanse exporteurs dringen aan op het snel afbouwen van directe en indirecte handelsbelemmeringen. Een voorbeeld van de laatste categorie zijn de fytosanitaire eisen die vooral in Korea en Japan



zeer strikt zijn en voor veel problemen zorgen. Ook de distributiestructuur in Japan is handelsbelemmerend voor de Amerikaanse export van fruit.

De fruitimport bestaat voor circa 80% uit bananen, voornamelijk afkomstig uit Midden- en Zuid Amerikaanse landen.

Tabel 8: De produktie, import en export van een aantal fruitprodukten in de Verenigde Staten in 1990 (x 1.000 ton)

Produkt	Produktie	Import	Export
Sinaasappels	7.085	33	540
Citroenen	705	60	145
Ander citrus	2.170	7	322
Bananen	5	3.244	337
Appels	4.300	110	397
Druiven	5.095	375	254
Peren	870	40	120
Perziken	1.190	52	63
Ananas	520	114	17
Totaal	21.940	4.035	2.195

Bron: USDA

Basis- en hoogwaardige produktiefactoren

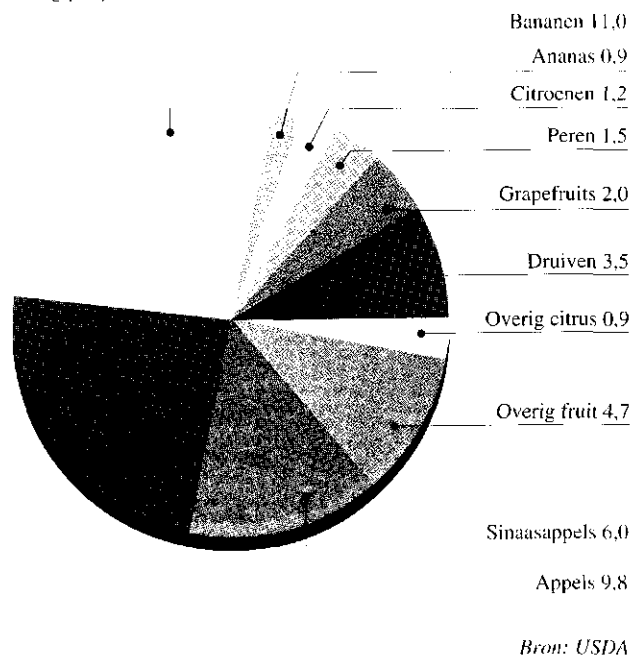
	sterk	zwak
Geografie	- Dichtbij grote bevolkingsconcentraties	- Relatief ongunstige ligging t.o.v. exportmarkten (Europa en Zuidoost-Azië)
Klimaat	- In de belangrijkste teeltgebieden, Californië en Florida, een gunstig klimaat	
Grondstoffen	- Goed irrigatiesysteem	- In Californië gebrek aan water
Arbeid	- Lage loonkosten - Voldoende laaggeschoold personeel	- Geschoolde arbeid beperkt
Kapitaal	- Gunstig belastingklimaat - Rente (5,4%) - Lage inflatie (4,8%)	
Infrastructuur	- Goed wegennet en goede havens - Modern communicatienet	
Kennisinfrastructuur		- Afstand tussen onderzoek en praktijk erg groot - Weinig voorlichting - Buiten de universiteiten geen minbouwkundige opleidingen - Weinig kennisuitwisseling tussen de telers

Thuismarkt

In de V.S. wonen ongeveer 250 miljoen mensen, waarvan 12% ouder is dan 65 jaar, 38% van de bevolking is jonger dan 25 jaar. Het totaal aantal huishoudingen (gemiddeld gezinsinkomen is 30.000 dollar) ligt ongeveer op 85 miljoen.

In 1990 bedroeg de fruitconsumptie in de V.S. 41,5 kg per persoon. Hiervan was 10 kg citrusfruit (het merendeel van de consumptie van citrus is echter sap) en 31 kg ander vers fruit. Bananen en appels zijn de meest populaire fruitsoorten in de V.S. De consumptie van bananen is de laatste jaren gestegen. De appelconsumptie bedroeg in 1990 10 kg per persoon. De grote oogst en de daardoor lage prijzen hebben hier aan bijgedragen. Opmerkelijk is de toename van de consumptie van bevroren fruit in de V.S. Per persoon werd in 1990 1,9 kg bevroren fruit gekocht. Vooral aardbeien, maar ook appels worden steeds meer bevroren gekocht. De verwerkte appelprodukten in de V.S. bestond in 1990 voor 40% uit sap.

Figuur 9: Consumptie van vers fruit in de V.S. in 1990
(in kg per persoon)



Verbreding en vernieuwing van het sortiment kan de consumptie stimuleren. Door stagnatie van het gemiddeld inkomen en in sommige gevallen hogere belastingen, heeft de Amerikaanse consument minder geld te besteden. Dit kan een tendens naar meer prijsbewustzijn veroorzaken.



Netwerk

Groothandel en exporteurs

De export van appels uit het belangrijkste teeltgebied, de staat Washington, vindt plaats door de marketingorganisatie Washington Apple Commision (WAC). Deze wordt financieel ondersteund door de overheid. Levering van fruit aan Europa verloopt gedeeltelijk via de haven van Rotterdam.

Economische orde

In de sector is nauwelijks sprake van samenwerking tussen de telers onderling, ook is er geen export-oriëntatie. De Verenigde Staten van Amerika vormen een federale staat, waarbij de verdeling van de bevoegdheden over de federatie en de staten in de grondwet is vastgelegd. De Amerikaanse economie is een zeer liberale markteconomie, waarin de overheid zeer summier intervenueert.

Overheid

De overheid stelt steeds strengere eisen aan de telers wat betreft het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen. Vooral in Californië is het gebruik van gewasbeschermingsmiddelen aan strenge restricties gebonden. Het internationale handelsverkeer vindt plaats onder strenge fytosanitaire eisen, die de invoer bemoeilijkt. De overheid stimuleert de export. Het belastingklimaat is gunstig.

Samenvatting en perspectief

Van de Amerikaanse fruitproductie is slechts een klein deel bestemd voor de export. Dit is gedeeltelijk te verklaren uit de omvangrijke thuismarkt. De basisfactoren voor export zijn gunstig, (goed klimaat, irrigatiesysteem, lage pluklonen, voldoende arbeidskrachten).

De hoogwaardige factoren zijn minder goed ontwikkeld. Alleen de infrastructuur is goed. Kennisuitwisseling tussen de verschillende partijen vindt onvoldoende plaats. Omdat ook het netwerk tussen schakels in de keten en tussen de verschillende sectoren zwak is, lijkt het klimaat voor innovatie matig. Gezien de grote, nog lang niet verzadigde, binnenlandse markt, is het niet waarschijnlijk dat de export een belangrijk afzetkanaal zal worden.

5.4 Spanje

Aanbod en handel vanuit Spanje

Aanbod

Spanje is na Italië de grootste fruitproducent van de EG. De nadruk ligt bij de Spaanse fruitteelt op citrus. Van deze produktie is 50% bestemd voor export. Ook de produktie van wijndruiven is omvangrijk. De totale fruitproduktie in Spanje is sterk afhankelijk van de weersomstandigheden per seizoen. Om het probleem van overproduktie na een gunstig seizoen op te lossen, wordt er in de produktiegebieden in Zuid-Spanje uitgekeken naar alternatieve gewassen zoals de granaatappel en de cactusvijg. De produktie van citrus is vooral geconcentreerd in Valencia, het zomerfruit in



Andalusië, die van hardfruit in Leerida en Zaragoza. De voornaamste rassen zijn Golden- en Starking Delicious en Granny Smith. In 1989 bedroeg het totale fruitareaal ruim 500.000 ha exclusief wijndruiven waarvan citrus 265.000, appels 50.000, abrikozen 22.000, perziken 62.000, verse druiven 60.000 en peren 34.000 ha.

Handel

De totale import van vers fruit is in 1990 ten opzichte van 1986 met 65% gestegen tot 617.000 ton. De Canarische eilanden en Frankrijk zijn de grootste leveranciers. De totale importwaarde bedroeg in 1990 4 miljard gulden.

De import is geconcentreerd in de maanden oktober tot en met december en de periode van april tot en met juni. In de zomermaanden is de import minimaal door de grote aanvoer van het binnenlandse zomerfruit. De import bestaat voor het grootste gedeelte uit bananen (56%) en appels (24%) en verder uit o.a. ananas, peren, en perziken. De EG-landen, Chili, Nieuw-Zeeland en Israël zijn de voornaamste handelspartners. Het vergunningenbeleid van de Spaanse kwaliteitsdienst (SOIVRE) drukt een stempel op het invoerregime van Spanje.

Nederland heeft een aandeel van 2% in de Spaanse import en het pakket bestaat vrijwel alleen uit appels en peren. In 1990 bedroeg de export van vers fruit 3 miljoen ton, circa eenvierde van de produktie. De belangrijkste produkten waren sinaasappels, mandarijnen en citroenen. Spanje is marktleider in de wereldhandel van sinaasappels. De belangrijkste bestemmingslanden waren Duitsland (30%) en Frankrijk (29%). Daarnaast ging er ook nog fruit naar Groot-Brittannië (9%) en Nederland (8%).

De exportwaarde van fruit is gestegen van 3,5 in 1986 tot 4,1 miljard gulden in 1990.

Tabel 9: De produktie, import en export van een aantal fruitprodukten in Spanje in 1990 (x 1.000 ton)

Produkt	Produktie	Import	Export
Sinaasappels	2.567	-	11.182
Citroenen	580	-	380
Ander citrus	1.530	-	850
Bananen	380	346	6
Appels	643	139	22
Druiven	6.480	1	95
Peren	445	11	32
Perziken	585	15	49
Ananas	-	21	-
Totaal	13.210	533	2.615

Bron: FAO produktie- en handelsstatistiek, 1990

Basis- en hoogwaardige produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Gunstige ligging t.o.v. Europa	
Klimaat	- Relatief gunstig mits gelegen aan Middellandse zee kust	
Grondstoffen	- Grond goedkoop	- Water een probleem
Arbeid	- Voldoende ongeschoold personeel - Lage lonen	- Lage arbeidsproductiviteit - Snel stijgende loonkosten
Kapitaal		- Hoge rente (16%) - Hoge inflatie (6,7%)
Infrastructuur	- Redelijk goed wegennet	
Kennisinfrastructuur		- Opleiding vooral in de praktijk - Onderzoek en voorlichting gebrekkig - Weinig kennis-uitwisseling

Thuismarkt

In Spanje woonden in 1990 in totaal 39,2 miljoen inwoners in 11,2 miljoen huishoudens. Spanje heeft een relatief jonge bevolking: 25% is jonger dan 15 jaar, de 65 jarigen en ouder maken 11% uit van de totale bevolking. Qua welvaartsniveau is er een groot verschil tussen de regio's.

In Spanje wordt een kwart van de consumptieve bestedingen uitgegeven aan voeding. Vers fruit komt binnen de groep van voedingsmiddelen op de derde plaats.

Het aandeel van vers fruit in het totaal aan bestedingen neemt de laatste jaren af van 6,9% in 1987 tot 6,5% in 1989. Huishoudens met een modaal inkomen geven per persoon relatief meer aan fruit uit dan de gezinnen met hogere inkomens. Gemiddeld bedraagt het verbruik van vers fruit 107,7 kg per hoofd van de bevolking.

Sinaasappel is het belangrijkste produkt binnen het fruit-assortiment, goed voor 28% van de fruitconsumptie. Appels komen op de tweede plaats. De appels scoren qua koperspenetratie wel het hoogst binnen het fruit-assortiment. Veel huishoudens kopen dus wel appels maar in kleinere hoeveelheden dan sinaasappels. De fruitconsumptie is in de zomermaanden het grootst, als gevolg van het grote aanbod van perziken, meloenen, druiven, pruimen en abrikozen. Als er geen aanvoer van citrus van Spaanse bodem is, valt de citrusconsumptie bijna geheel weg.

Spanje is vanuit verschillende oogpunten een interessante markt. Als afzetland voor consumptiegoederen is de groeiende koopkracht van de Spanjaard en de concentratie van die koopkracht in bepaalde regio's een belangrijke ontwikkeling. Een grotere koopkracht leidt ook tot een duidelijk kwaliteitsbesef bij de consumenten. Er is een sterke groei in de afzet van zowel bewerkte (kant en klaar) als de verwerkte produkten. Zo is in 1989 de markt voor vruchtesappen met 18% gegroeid, tot 6,1 liter per hoofd van de bevolking. De verwachting is dat de koopkracht van de gemiddelde Spanjaard de komende jaren alleen maar verder zal toenemen.



Teelt

In de citrusteelt is er een aantal zeer grote productiebedrijven, dat tevens een groothandelsfunctie uitoefent. Kleinere telers leveren ook aan deze bedrijven. Bijna de helft van de bedrijven is kleiner dan 1 ha. Het zwaartepunt bij de grotere bedrijven (eenderde van het totaal) ligt rond de 10 ha. Een van de zwakke punten is daarom het sterk versnipperde aanbod. Sinds enige jaren zijn er initiatieven om kleine coöperaties op te richten voor het gezamenlijk vermarkten van fruit.

Distributie van fruit

Op het gebied van de distributie doet zich in Spanje een aantal veranderingen voor. Op de eerste plaats is dat de steeds grotere integratie van de Spaanse bedrijven in de EG, wat inhoudt dat een groot aantal Spaanse bedrijven wordt overgenomen door buitenlandse bedrijven.

Daarnaast is er een toenemende tendens om de logistiek in Spanje anders op te zetten. De van oudsher zeer gedecentraliseerde distributie in Spanje wordt de laatste jaren steeds vaker semi-centraal opgezet. Door de omvang van met name de landelijk opererende ketens is het economisch haalbaar om de logistiek op beperkte schaal te centraliseren. Er wordt dan gewerkt met een beperkt aantal (5 à 6) depots om het gehele land, of de belangrijkste koopkrachtige regio's, te bereiken.

Hoewel de laatste jaren de supermarkt en ook de hypermarkt sterk aan belang hebben gewonnen, gaat bij het verse fruit 58% van de afzet via de traditionele winkel. De hypermarkt heeft slechts een aandeel van 2,8% van de totale afzet.

De supermarkt komt uit op 22%, terwijl via de markt 8,8% van de afzet gaat. Bij de verschillende fruitsoorten zijn er grote verschillen wat betreft de afzetkanalen. Sinaasappels en mandarijnen zijn echte marktartikelen. Pruimen worden relatief veel via de hypermarkt verkocht. Bananen worden vooral bij de supermarkt gekocht.

Bij de versprodukten ontstaat bij de supermarkten steeds meer interesse voor rechtstreekse inkoop bij de producent. Een reden hiervoor is dat de grote supermarkten hoge eisen stellen aan de presentatie van het produkt, wat eerder geregeld kan worden bij direct contact.

De afgelopen jaren is er bij de Spaanse groothandelsbedrijven een concentratietendens te bemerken. De belangrijkste argumenten zijn de compleetheid van het assortiment en/of de aanwezigheid in interessante regio's waar men nog geen vestiging heeft. Daarnaast geldt natuurlijk ook de reactie op de veranderingen bij de inkoop van de detailhandel. De structuur van de groothandel voor de versmarkt blijft echter nog zeer



versnipperd met een beperkt aantal grote bedrijven en een groot aantal zeer kleine regionaal opererende bedrijven met een beperkt assortiment. Er zijn zowel particuliere als coöperatieve bedrijven.

Economische orde

De landbouw draagt 5% bij tot het bruto nationaal produkt. Vers fruit heeft een aandeel van 6,5% in de produktiewaarde van de landbouw.

Spaanse fruittelers werken weinig samen. Dit is een rem op de verdere ontwikkeling van de fruitsector.

Overheid

De Spaanse tuinbouw wordt zeer sterk door de overheid gesteund in de vorm van subsidies aan de bedrijven en voor de afzet ter voorbereiding voor de toetreding tot de EG. Deze subsidies gelden ook voor infrastructurele ontwikkelingen. Het doel van de subsidies is de grote werkloosheid in het zuiden van Spanje op te lossen.

Samenvatting en perspectief

Circa een derde deel van de fruitproductie wordt geëxporteerd. De gunstige basisfactoren maken een lage kostprijs mogelijk. Aansluiting bij de EG heeft, naast nu nog ruime subsidies ook snel stijgende lonen opgeleverd. Op den duur zullen naar verwachting de produktiekosten vergelijkbaar worden met de concurrenten uit de EG. Hoogwaardige factoren (infrastructuur, onderwijs, voorlichting en onderzoek) en het netwerk van sectoren moeten nog verder ontwikkeld worden. Door de geringe bereidheid van telers om samen te werken, is dit niet eenvoudig te realiseren. Het is de vraag of de structurele ontwikkelingen doorgaan als de subsidies wegvallen en de produktiekosten stijgen. Een concurrerende export wordt dan niet langer ondersteund door een lage kostprijs. Door de sterke welvaartsgroei zal de binnenlandse vraag echter sterk toenemen, zodat er voorlopig voldoende ruimte blijft voor zowel binnenlandse produktie als import. De innovatie komt van enkele grote handelsbedrijven, die gedeeltelijk zelf produceren.

5.5 Italië

Aanbod en handel vanuit Italië

Aanbod

Het totale fruitareaal in Italië bedroeg in 1990 ruim 3,3 miljoen ha. Hiervan bestond 1,1 miljoen ha uit olijven, 1,1 miljoen ha uit wijndruiven, 184.000 ha uit totaal citrus 110.000 ha uit sinaasappels, 80.000 ha uit appels, perziken en druiven en 25.000 ha uit peren. Italië is de belangrijkste perenproducent in Europa. De aanplantingen zijn jong. In de jaren 1970-'80 zijn namelijk veel pereboom-gaarden gerooid vanwege het verouderde rassensortiment. De produktie van wijndruiven is over heel Italië verspreid en is in bijna elke regio de belangrijkste teelt. De produktie van tafeldruiven daarentegen concentreert zich grotendeels in het zuiden van het land evenals de produktie van citrusfruit. Wat betreft de overige fruitsoorten (perziken, appels en peren) zijn de voornaamste teeltgebieden in het noorden Emilia-Romagna, Trentino A.A., Veneto en Piemonte en in het zuiden Campania. De teelt van appels in Tirol is voornamelijk bestemd voor de export naar West-Duitsland.

Handel

In 1990 bedroeg de totale fruitimport in Italië 1,1 miljoen kg. De importwaarde is tussen 1986 en 1990 gestegen met 46% tot 1,6 miljard gulden. De belangrijkste herkomstlanden waren Spanje (11%), Costa Rica (10%), Frankrijk (9,5%) en Griekenland (8,5%). Bananen en peren zijn de twee belangrijkste produkten die worden geïmporteerd. De bananen komen voornamelijk uit Costa Rica en Panama en de peren uit Spanje en Argentinië.

De uitvoer van vers fruit bedroeg in 1990 1,480 mil-

joen kg. Opvallend is de geringe export van sinaasappels. Dit komt doordat de Italiaanse soorten niet in de smaak vallen in Europa en de concurrentie van Spanje te zwaar is. De export van fruit heeft zijn hoogtepunt in de maanden juni-september. De export van appels is echter over het hele jaar verdeeld. De belangrijkste bestemmingslanden van appels waren Duitsland (77%), Spanje (5%) en Frankrijk (4%). De belangrijkste exportprodukten zijn perziken (29%), druiven (5%), appels (13%) en sinaasappels (9%). Voor alle fruitsoorten is Duitsland het belangrijkste bestemmingsland. De exportwaarde is tussen 1986 en 1990 gestegen met 12% tot 3,5 miljard gulden.

In de jaren van 1980 tot 1990 is de export van peren vanuit Italië, ondanks verjongd assortiment, sterk gedaald, terwijl de import van het zuidelijk halfrond in dezelfde tijd sterk is gestegen. In 1990 importeerde Italië net zoveel peren als er geëxporteerd werden.

Tabel 10: De produktie, import en export van een aantal fruitprodukten in Italië in 1990 (x 1.000 ton)

Produkt	Produktie	Import	Export
Sinaasappels	1.820	4	157
Citroenen	610	-	60
Ander citrus	520	495	2
Bananen	-	430	-
Appels	1.970	66	268
Druiven	8.450	10	412
Peren	900	93	80
Perziken	1.720	4	500
Ananas	-	40	1
Totaal	15.990	1.142	1.480

Bron: FAO produktie- en handelsstatistiek, 1989



Basis- en hoogwaardige produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Gunstige ligging t.o.v. Europa	
Klimaat	- Gunstig warm klimaat	
Grondstoffen	- Goed (grond)water in noorden	- Gebrek aan water in zuiden
Arbeid		- Aanbod laaggeschoold personeel schaars - Arbeidskosten hoog (f 25/uur)
Kapitaal	- Financiering vrij gemakkelijk indien men eigen grond bezit	- Hoge rente (14%) - Hoge inflatie (6,0%)
Infrastructuur	- In noorden redelijk goed wegennet	- In het zuiden minder goed wegennet
Kennisinfrastructuur	- Structuur onderzoek en voorlichting goed	- Uitvoering voorlichting en onderzoek niet optimaal - Opleiding in de praktijk matig

Thuismarkt

Het grootste deel van de verhandelbare fruitproductie wordt op de binnenlandse markt als vers produkt verkocht. Er wordt slechts weinig geconserveerd fruit gegeten.

De Italiaanse bevolking telt 58 miljoen personen. De fruitconsumptie per hoofd van de bevolking is hoog. In 1989 werd gemiddeld 55 kg citrusfruit, 30 kg appels en 15 kg peren geconsumeerd.

Netwerk

Telers

De Italiaanse fruitteeltbedrijven zijn gemiddeld 5-10 ha groot en overwegend familiebedrijven. Er bestaat een trend waarbij de grotere bedrijven de kleinere opkopen, zodat de gemiddelde bedrijfsomvang toeneemt. Ook is er steeds meer specialisatie (1 fruitsoort per bedrijf). Door de kleinschaligheid is intensief gebruik van machines niet mogelijk en is de fruitteelt zeer arbeidsintensief.

De Italiaanse telers zijn verenigd in coöperaties die diensten verlenen met betrekking tot de gewasbescherming, dunnen, de oogst en rassenkeuze evenals het verpakken en de marketing.

De ontwikkeling van nieuwe variëteiten van appels en citrusvruchten zal de ontwikkeling van de Italiaanse fruitteelt in belangrijke mate beïnvloeden. Nieuwe

variëteiten van bestaande fruitsoorten worden ontwikkeld met als doel de teelt te intensiveren of de mechanisatie van de teelt te vergemakkelijken.

Groothandel en exporteurs

In het noorden van Italië wordt het grootste gedeelte van de productie via coöperaties verkocht, terwijl in het zuiden de verkoop voornamelijk door middel van tussenpersonen en groothandelaren wordt geregeld. Hier wordt veel gebruik gemaakt van contractproductie. In Centraal en Zuid-Italië zijn de distributiekanaalen ingewikkeld gestructureerd door de versnippering van het aanbod in een ingewikkeld net van ondernemingen en de tussenkomst van talloze tussenpersonen.

Economische orde

De landbouw draagt slechts 4% bij tot het bruto nationaal produkt.

Vanuit werkgelegenheidsoogpunt is de agrarische sector echter van meer belang (ruim 10% van de beroepsbevolking). Italië heeft een markteconomie, de invloed van de nationale overheid is gering. De fruitsector heeft met toenemende regelgeving van de EG te maken.

Door de individualistische inslag van de Italiaanse ondernemer zijn de mogelijkheden tot samenwerking beperkt.



Overheid

De zeer grote overheidstekorten zijn een structureel probleem van de Italiaanse economie. Het Ministerie van Buitenlandse Handel heeft campagnes in werking gesteld om de Italiaanse fruitprodukten op de voornaamste buitenlandse afzetmarkten te promoten.

Onder het Ministerie van Landbouw valt een aantal instituten met uitvoerende taken zoals het IRVAM (onderzoek en informatie over marktgegevens), het INEA (landbouweconomie), het ITPA (technische voorlichting). Tot voor 1970 viel de algemene voorlichting onder de verantwoordelijkheid van het Ministerie van Landbouw. Thans wordt deze gegeven door standsorganisaties en coöperaties, die voor 85% gesubsidieerd worden door de regionale overheid. Onderzoekers geven hun kennis door aan de voorlichters of direct aan de tuinders.

Samenvatting en perspectief

Circa 9% van de produktie wordt geëxporteerd. De Italiaanse export kan deels profiteren van gunstige basisfactoren als het klimaat en de ligging, maar heeft ook te maken met ongunstige factoren als hoge loonkosten en hoge kapitaalkosten. Hoewel er een goede structuur is voor onderzoek en voorlichting, blijkt het in de praktijk niet goed te werken. Vanuit het zuiden is de infrastructuur niet optimaal. Door het hoge levenspeil van de Italiaanse bevolking heeft het land een goede thuismarkt waaraan het vele voordelen kan onttrekken om de export verder te ontwikkelen.

Er is een groot verschil tussen Zuid-Tirol, dat een sterke positie heeft op de Westduitse markt en het veel zwakkere Zuid-Italië.

De telers in het noorden van het land zijn verenigd in coöperaties en verzorgen gezamenlijk de afzet en verschillende teeltaangelegenheden. In het zuiden, met een verouderd citrusassortiment, is het distributie-

kanaal moeilijk te doorgronden, waardoor het verder ontwikkelen van de export vanuit dit gebied wellicht een probleem zal vormen in de toekomst.

5.6 Frankrijk

Aanbod en handel vanuit Frankrijk

Aanbod

Het fruitareaal in Frankrijk bedroeg in 1989 1,2 miljoen ha, hiervan is de oppervlakte wijndruiven met 965.000 ha verreweg het belangrijkste op grote afstand gevolgd door die van appels met 72.000 ha, perziken met 26.000 ha en druiven, olijven en peren met ieder 16.000 ha. De belangrijkste teeltcentra zijn het zuidoosten, het zuidwesten en het Loiredal. De belangrijkste fruitsoort na wijndruiven is de appel. In 1990 bedroeg de appelproduktie 2,4 miljoen ton. Het appelassortiment is eenzijdig en verouderd. Dit assortiment bestaat voor 45% uit Golden en Red Delicious, voornamelijk in het zuiden geteeld. Er is de laatste jaren een ontwikkeling van de teelt van gebloste rassen.

Verder werd in 1990 in Frankrijk 320.000 ton peren, 498.000 ton perziken en nectarines en ruim 7 miljoen ton wijndruiven geproduceerd.

De waarde van de Franse fruitproduktie bedroeg in 1989 4,1 miljard gulden. De voornaamste gebieden zijn de Côte d'Azur en Rhône Alpes.

Handel

Frankrijk is met 0,7 miljoen ton de grootste exporteur van appels in de wereld en neemt 1,7% van de wereld-



Basis- en hoogwaardige produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Gunstige ligging in Europa	
Klimaat	- Mogelijkheden voor rassen met lange teeltduur en zeeklimaat-rassen	- Droge perioden
Grondstoffen	- Water van prima kwaliteit - Vruchtbare grond	- In zuiden schaarste aan water
Arbeid	- Voldoende aanbod personeel	- Scholing matig
Kapitaal	- Lage inflatie (3,5%)	- Hoge rente (16%)
Infrastructuur	- Goede wegen en goed ontwikkeld spoorwegnet - Modern telecommunicatienet	
Kennisinfrastructuur	- Onderzoek afgestemd op regionale problemen	- Voorlichting beperkt en weinig samenhangend - Doorstroming onderzoeksresultaten per regio verschillend

produktie en 18,4% van de wereldhandel voor zijn rekening. De Franse export is een Europese aangelegenheid. Ongeveer 60% van het fruit wordt geëxporteerd naar Engeland, Nederland en België. De totale exportwaarde bedroeg in 1990 1,8 miljard gulden waarvan voor ruim 900 miljoen gulden

aan appels. De totale importwaarde was in 1990 ruim 4 miljard gulden, waarvan meer dan 50% voor citrusfruit en bananen.

Sinaasappels komen voor meer dan 50% uit Spanje, daarnaast is Marokko met ruim 15% van belang. Martinique is de belangrijkste bananen-leverancier. Italië is de belangrijkste leverancier voor tafeldruiven en perziken.

Nederland levert de meeste appels.

Tabel 11: De produktie, import en export van een aantal fruitprodukten in Frankrijk in 1990 (x 1.000 ton)

Produkt	Produktie	Import	Export
Sinaasappels	0	920	40
Citroenen	1	140	2
Ander citrus	31	133	2
Bananen	-	497	26
Appels	2.400	108	678
Druiven	7.340	128	25
Peren	320	84	90
Perziken	498	66	46
Ananas	-	80	4
Totaal	10.590	2.156	913

Bron: FAO produktie- en handelsstatistiek, 1990



Thuismarkt

In Frankrijk wonen 58,4 miljoen personen, waarvan 75% in de stedelijke gebieden. Het aantal gezinnen bedraagt 21 miljoen waarvan 9 miljoen met kinderen. Fruit wordt het meeste verkocht in de supermarkten, gevolgd door de markt.

Tabel 12: Distributiekkanalen in Frankrijk van vers fruit (in %)

	Totaal fruit	Appels	Peren
Hypermarkten	20,9	17,2	17,5
Supermarkt	28,8	24,8	26,0
Superettes	5,5	4,8	5,9
Dorpswinkels	5,6	4,4	6,2
Delicatessenwinkels	8,7	7,7	10,6
Markt	24,0	25,8	28,0
Directe verkoop	5,1	13,0	5,1
Andere kanalen	1,4	2,3	0,7
Totaal	100	100	100

Bron: Secodip

Fruit wordt relatief veel geconsumeerd door de groep van 35- tot 65-jarigen. Alleenstaanden eten relatief weinig fruit. De consumptie van fruit is geconcentreerd in het noorden, in Parijs en in het zuiden.

Netwerk

Teelt

In het noorden van Frankrijk (Loiredal) is de teelt van Jonagold in opkomst. In het zuiden is Golden Delicious nog steeds het belangrijkste ras.

Er zijn in Frankrijk een kleine 90.000 bedrijven. Het aantal loopt terug, hetgeen voornamelijk veroorzaakt wordt door de afnemende van het aantal kleine bedrijven (< 10 ha). Driekwart van de bedrijven is kleiner dan 1 ha. Bedrijven groter dan 10 ha hebben maar een aandeel van 4% van het aantal bedrijven in Frankrijk. Door deze verschuivingen is de gemiddelde bedrijfs-grootte tussen 1979 en 1989 gestegen van 1,9 naar 3,1 ha.

Distributie

De coöperatieve afzetorganisaties zijn klein vergeleken met de Nederlandse veilingen. Het belang van telersorganisaties neemt af. In het zuidwesten is de positie van de telersorganisaties het sterkst. De leden zetten ruim 60% van hun oogst via de coöperatie af. Daarnaast gaat 18% van de oogst weg via de tussenhandel. Bij de



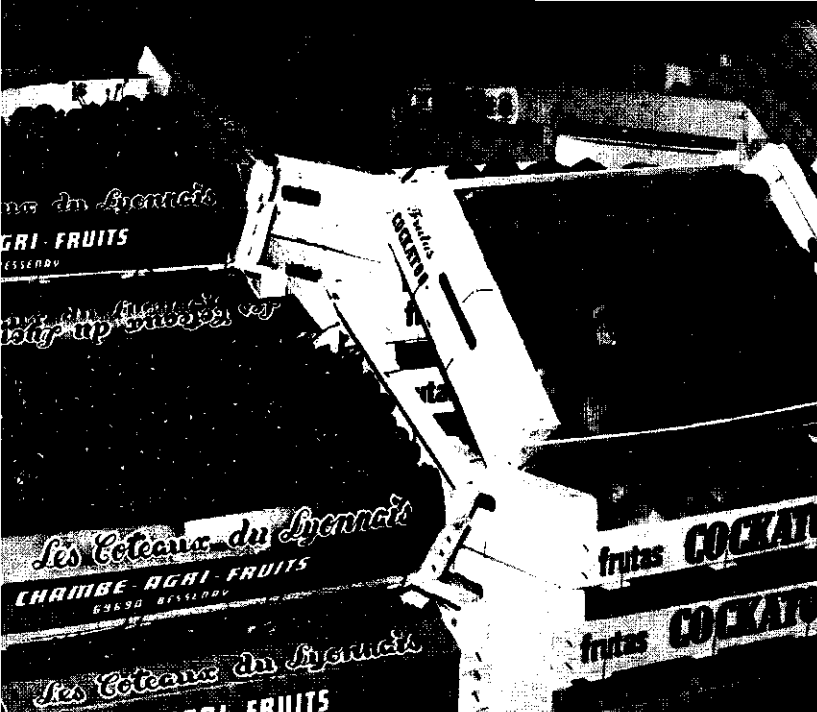
niet-leden heeft de tussenhandel een sterke positie (40% van de oogst). Pruimen en perziken worden via coöperaties afgezet. Peren worden veel via de tussenhandel of via telersmarkten verhandeld.

In het Loiredal is de afzet van het fruit strak geregeld via particuliere pakstations en afzetcoöperaties. Het blijkt dat gebieden met een hoge organisatiegraad ook een duidelijker marketingbeleid voeren, waardoor zij als regio of per produkt sterker voor de dag komen. Daarentegen voeren de verschillende afzetsegmenten in gebieden met een lage organisatiegraad concurrentie met elkaar. Een gebrek aan organisatie kan door een steviger greep van de overheid niet worden gecompenseerd.

De Association Francaise des Comite's Economique des Fruits et Legumes (AFCOFEL) is een nationale organisatie waarin de regionale Comite's Economiques (economische vakorganisaties) zijn georganiseerd. Via deze Comites is ongeveer 50% van alle Franse telers bij AFCOFEL aangesloten. De taak van de AFCOFEL is de marktordening van groenten en fruit. Het werk ligt op het terrein van coördineren van de produktie, afzet, prijsvorming en marktinformatie en het voeren van overleg met de overheid. De AFCOFEL is in veel opzichten te vergelijken met het Nederlandse Centraal Bureau van de Tuinbouwveilingen. De organisatie Association Interprofessionnelle des Fruits et Légumes frais (INTERFEL) kan het beste vergeleken worden met het Nederlandse PGF. Het heeft als taak het bevorderen van de afzet, het laten uitvoeren van marktstudies en het verschaffen van marktgegevens.

Economische orde

De omschreven organisatiestructuur vormt een zeker draagvlak voor samenwerking en marktwerking. Door de individualistische instelling van de Franse ondernemer wordt hier niet optimaal gebruik van gemaakt. Regionaal bestaan echter hechte (coöperatieve)



samenwerkingsverbanden, bijvoorbeeld om te kunnen voldoen aan specifieke kwaliteitseisen van bepaalde grootwinkelorganisaties.

Overheid

De overheid heeft de Franse tuinbouw van een aantal belangrijke organisatiestructuren voorzien. Een deel van de reclame en de kwaliteitscontrole wordt door de overheid geregeld.

De staat draagt 9% bij in de kosten van de gebouwen van de afzetcoöperaties. Daarnaast draagt het EG-fonds ook nog eens 35% bij.

De massale steun voor de appeltelers die deels afkomstig waren uit Algerije heeft in de jaren '60 en '70 geleid tot de beruchte Golden-crisis.

Samenvatting en perspectief

De basisfactoren voor de fruitteelt in Frankrijk zijn gunstig. De afzet kan door een sterkere organisatie verbeterd worden en hierdoor kunnen de Franse telers een nog grotere concurrent worden op de Europese markten. De gunstige basisfactoren vormen een goed uitgangspunt voor de Franse fruitteelt. De infrastructuur is goed. Het opbouwen van kennis is in principe mogelijk, doch in de praktijk lijkt de kennisuitwisseling niet optimaal. Dit kan deels verklaard worden door de individualistisch ingestelde telers. Op het gebied van afzet en promotie wordt op beperkte schaal samengewerkt. De telers hebben echter nauwelijks een machtsblok kunnen vormen. De overheid heeft met het creëren van organisatiestructuren, belangrijke randvoorwaarden voor een bloeiende fruitsector geschapen. Toch is de export van vers fruit beperkt. Alleen van de appelproductie wordt een groot deel geëxporteerd. De geringe export is onder meer te verklaren door de sterke gerichtheid op de omvangrijke thuismarkt. Innovatie en/of de vervanging van verouderde boomgaarden blijft achter.

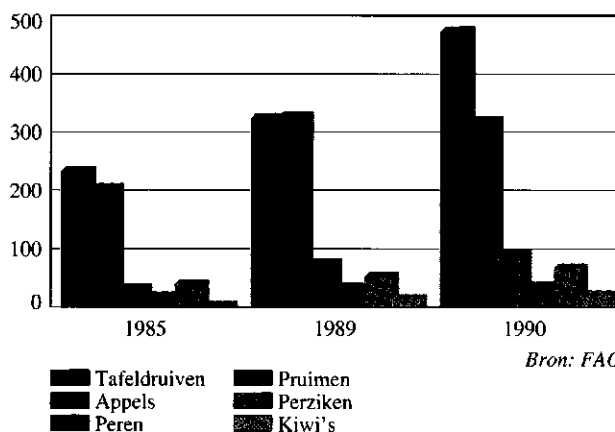
5.7 Chili

Aanbod en handel vanuit Chili

Aanbod

Het areaal fruit in Chili is sinds de jaren '70 fors gegroeid en omvatte 171.400 ha in 1990. Druiven (47.700 ha), appels (25.800 ha), peren (14.100 ha) en kiwi's (10.000 ha) zijn qua oppervlakte de belangrijkste gewassen. De groei van het fruitareaal is voornamelijk toe te schrijven aan een toename van het areaal druiven en appels. Maar de laatste jaren neemt ook het areaal kersen, nectarines, peren en kiwi's sterk toe. De sterke areaalsuitbreiding heeft ook gevolgen gehad voor de productie. De appelproductie steeg van 250 miljoen kg in 1980 tot naar schatting 700 miljoen kg in 1990. Dit is echter meer het gevolg van het in productie komen van jonge beplantingen dan aan een uitbreiding van het areaal. Het assortiment appels is echter zeer eenzijdig (belangrijkste rassen Granny Smith met 33% en Delicious soorten met 30%).

Figuur 10: Export van een aantal Chileense fruitsoorten
(x 1.000 ton)



Handel

De Chileense fruitteelt heeft zich sinds de jaren '70 ontwikkeld van een onbetekenend land tot wereldexporteur. De totale export van vers fruit had in het seizoen 1989-'90 een waarde van circa 1,3 miljard gulden. Dit was vergeleken met het voorafgaand seizoen een stijging met 30%.

Appels en druiven zijn de belangrijkste exportproducten. De totale appellexport bedroeg in 1990 320.000 ton, waarvan meer dan de helft naar Europa ging. Een kwart ging naar het Midden Oosten en 10% naar Noord-Amerika. Door verzadiging van de Amerikaanse markt, een toenemende productie in Brazilië en de economische malaise in veel Zuid Amerikaanse

landen, wordt het belang van export naar Europa groter. De laatste jaren is het assortiment aanzienlijk verbreed. Nectarines, kersen, peren en zeer recentelijk kiwi's zijn belangrijke exportprodukten geworden.

Tabel 13: De produktie, import en export van een aantal verse fruitprodukten in Chili in 1990 (x 1.000 ton)

Produkt	Produktie	Import	Export
Sinaasappels	75	-	1
Citroenen	60	-	3
Ander citrus	-	-	-
Bananen	-	57	-
Appels	690	-	318
Druiven	1.150	-	472
Peren	140	-	90
Perziken	175	-	66
Ananas	-	1	-
Totaal	2.290	58	950

Bron: FAO produktie- en handelsstatistiek, 1990



Basis- en hoogwaardige produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie		- Ongunstige ligging t.o.v. VS, Europa - Zeer hoge transportkosten bij afzet naar Europa
Klimaat	- Uitermate gunstig klimaat, ook voor Elstar en Jonagold	
Grondstoffen	- Vruchtbare bodem - Schoon en goedkoop water	
Arbeid	- Zeer lage arbeidskosten	- Weinig geschoold personeel
Kapitaal	- Relatief lage grondkosten - Veel buitenlandse investeerders door gunstig investeringsklimaat	- Export afhankelijk van dollarkoers - Hoge rente (22%) - Inflatie (26%) - Zwakke financiële positie van individuele ondernemers
Infrastructuur	- Sterk netwerk	
Kennisinfrastructuur	- Kennis vooral bij exporteurs	- Voorlichting niet gericht op de individuele teler - Teelttechnisch onderzoek beperkt

Thuismarkt

Tabel 14: Consumptie van vers fruit in Chili in 1990
(in mln. kg en in % van de produktie)

Fruitsoort	mln. kg	%
Tafeldruiven	78	37
Appels	110	15
Peren	44	28
Perziken/Nectarines	86	46
Abrikozen	7	47
Kersen	5	37

Bron: USDA

Van de totale fruitproduktie in Chili wordt slechts een gering gedeelte door de binnenlandse bevolking geconsumeerd. Alleen van de steenvruchten en druiven blijft een behoorlijk gedeelte in eigen land. Appels en peren zijn vooral voor de export.

Door gebrek aan koopkracht en de geringe bevolkingsomvang is de binnenlandse fruitmarkt in Chili gering. Van de ruim 12 miljoen Chilenen woont circa 75% in het centrum van het land.

Netwerk

Telers

Hoewel de fruittelers zich bewust zijn van de eenzijdigheid van het assortiment appels, verloopt de vernieuwing van het assortiment traag door de slechte rentabiliteit van de appelteelt. De kleine telers zijn in hoge mate afhankelijk van 7 à 8 grote exporteurs en worden gemanipuleerd omdat er een ondoorzichtige marktsituatie bestaat. Daarnaast zijn er zo'n 300 à 400 kleine exporteurs actief.

Distributie

De afzetstructuur, en met name de uitbetaling, is zeer ondoorzichtig.

De Rotterdamse haven en een vijftal Nederlandse importeurs spelen voor de afzet naar Europa een overheersende rol. De importveiling in Rotterdam is meestal prijsbepalend. Naar schatting loopt meer dan 40% van de appelimport in Europa via Rotterdam. Van hieruit vindt het fruit zijn weg naar andere bestemmingen.

Door de hoge transportkosten moet de exporteur een hoge prijs voor zijn produkten krijgen om de kosten te kunnen dekken. Aangezien de prijs pas veel later dan de verzending uit Chili tot stand komt, reageert de aanvoer nauwelijks op de prijs. Men stuurt wat men aan klasse I en bootcapaciteit ter beschikking heeft.

Een deel van de fruithandel geschiedt door levering vanuit Chili in consignatie. Omdat hierbij de exporteur, en na hem de teler, maar moeten afwachten wat er na aftrek van de kosten van transport en de importeur, voor hen overblijft, wordt steeds meer gewerkt met minimumprijzen, al of niet gekoppeld aan winstdeling met de importeur.

Voor de export van appels worden de kwaliteitseisen gevolgd zoals die gelden in de belangrijkste bestemmingslanden. De exporteurs schrijven voor welke gewasbeschermingsmiddelen moeten worden toegepast en geven plukvoorschriften. Men is zeer goed bekend met de residu-wetgeving in de verschillende bestemmingslanden.

Groothandel en exporteurs

Het aantal fruitexporteurs is de laatste 15 jaar gestegen van 20 tot meer dan 400 in 1990. De 5 grootste nemen samen ongeveer tweederde van de export voor hun rekening. De exporteurs telen zelf een belangrijk deel van de export en kopen bij van de kleinere telers.

Economische orde

Fruitteelt en fruitexport zijn van groot belang voor Chili. Naar schatting 20% van de bevolking is direct of indirect afhankelijk van deze bedrijfstak. De totale export bedraagt 12 miljard gulden, waarvan fruit circa 10% voor zijn rekening neemt. Van de geproduceerde appels en peren worden respectievelijk 45 en 65% uitgevoerd. Het aandeel van de tuinbouw bedraagt 8% van het bruto nationaal produkt.

De binding tussen teler en exporteur is sterk. Veel telers zijn financieel volledig afhankelijk van de exporteurs. De telers krijgen te weinig voor hun produkten om investeringen te financieren. Zij zijn ook voor kennis aangewezen op dezelfde exporteur.

Een telersorganisatie ontbreekt. De fruitteler in Chili heeft geen enkel inzicht in de markt en ondervindt weinig of geen stimulans uit collegiale kennisuitwisseling.

Er bestaat een sterke concurrentie tussen de exporteurs onderling. Ondanks het feit dat de appels veruit het grootste deel van het transport dezelfde weg gaan is er van coördinatie tussen de exporteurs geen sprake. De Chileense exporteurs zijn op hun beurt sterk afhankelijk van de importeurs in de exportlanden. Chili beschikt over een sterke, stabiele economie en vormt daarmee een uitzondering in Latijns-Amerika.

Overheid

De overheidsorganisatie PRO-Chili, die de gezamenlijke promotie verzorgt, probeert iets te doen aan de ondoorzichtigheid van de afzetstructuur van vers fruit.

De heffing van 1 cent per doos die deze organisatie oplegt op al het geëxporteerde fruit wordt nu vooral benut ter verbetering van de fytosanitaire en residucontrole.

Samenvatting en perspectief

De Chileense fruitteelt is goed georganiseerd en is zeer sterk op export gericht. De kostprijs van het produkt is zeer laag. Het merendeel van de fruitproduktie wordt door de export betaald in dollars. Als gevolg van de revaluatie van de pesos zijn de opbrengsten in pesos gedaald. Als reactie hierop wordt getracht de loonkosten te drukken. Een verdere revaluatie kan de opbrengsten op een te laag niveau brengen. Het assortiment is breed en vaak aanvullend in het seizoen op de produktie in het noordelijk halfrond, te lage marges voor de teler kunnen leiden tot te late vervanging van de fruitaanplant. De hoge kosten van verwerking en transport en de revaluatie van de pesos vormen een rem op een verdere explosieve groei van de fruitteelt.

Ook de innovatie ontvangt te weinig stimulansen door de zwakke thuismarkt. Er is een sterke binding tussen telers en exporteurs. De afhankelijke positie van de teler staat de vernieuwingsgezindheid van de fruitteler in de weg.

De vele exporteurs, die vaak ook sterke financiële bindingen hebben met de groothandel van de importlanden, zijn over het algemeen goed georganiseerd. Zij beschikken over indrukwekkende, moderne installaties en gebouwen voor de verwerking van het produkt. Zij weten ook snel en doeltreffend in te spelen op de wensen van de afnemers in verre landen met een kwalitatief hoogwaardig, uniform en omvangrijk aanbod. Dit zijn sterke wapens in de internationale concurrentiestrijd om de gunst van de consument. Met Chili moet op de Europese markt dan ook terdege rekening worden gehouden. Stagnatie van de export naar andere bestemmingen, alsmede een groeiend exportvolume zullen leiden tot een verdergaande stijging van het aanbod op de Westeuropese markt en wellicht in grotere mate ook voor Oost-Europa.

5.8 Zuid-Afrika

Aanbod en handel vanuit Zuid-Afrika

Aanbod

De landbouwcentra van Zuid-Afrika voor tropisch en subtropisch fruit liggen vooral in de provincies Transvaal en Natal. De teelt van pit- en steenvruchten en bessen is echter geconcentreerd in de Kaapprovincie.



De teeltcentra voor appels en peren liggen in het zuiden van de Kaapprovincie. Het totale areaal fruitteelt bedroeg in 1990 60.000 ha.

Handel

Zuid-Afrika is van het zuidelijk halfrond een van de grootste exporteurs van hardfruit naar de EG. De fruitoogst valt in maart en april. Door de lage consumptie in eigen land en het gegeven dat in de Zuidafrikaanse oogstperiode in Europa geen eigen vers fruit op de markt is, werd specialisatie in de export van vers fruit gestimuleerd. Van de Zuidafrikaanse fruitproduktie wordt zo'n 25% uitgevoerd (excl. druiven, het merendeel hiervan wordt verwerkt tot wijn).

Tabel 15: De produktie, import en export van een aantal verse fruitprodukten in Zuid-Afrika in 1990 (x 1.000 ton)

Produkt	Produktie	Export
Sinaasappels	520	305
Citroenen	45	27
Ander citrus	70	62
Bananen	180	-
Appels	450	220
Druiven	1.465	60
Peren	200	86
Perziken	170	1
Ananas	265	4
Totaal	3.365	765

Bron: FAO produktie- en handelsstatistiek, 1990

Circa 45% van het hardfruit wordt geëxporteerd. De export van vers fruit vertegenwoordigt 80% van de produktiewaarde op telersniveau. De belangrijkste exportprodukten zijn citrus, appels en druiven. De export van appels is tussen 1986 en 1990 stabiel gebleven, ter-



wijl de export van druiven in deze jaren sterk is gestegen (20%). Van het zogenaamde zomerfruit zijn pruimen het belangrijkste produkt. De export hiervan is de laatste jaren licht gestegen.

Thuismarkt

De Zuidafrikaanse bevolking telt 28,5 miljoen personen (1989). Van de totale fruitproduktie in Zuid-Afrika wordt maar een klein deel door de binnenlandse bevolking geconsumeerd, wat wordt veroorzaakt door de lage levensstandaard voor grote groepen van de bevolking. Ook de vraag naar kwaliteitsfruit is om die reden laag.

Netwerk

Telers

In 1989 telde Zuid-Afrika 10.000 fruitbedrijven. De Zuidafrikaanse fruitteeltbedrijven kunnen zeer groot zijn. De gemiddelde bedrijfsgrootte van de gespecialiseerde bedrijven bedraagt ongeveer 25 ha, maar bedrijven van 200 en 300 ha zijn geen uitzondering als het gaat om appelboomgaarden. Tweederde van de bedrijven is privébezit.

De overige bedrijven zijn coöperaties.

Circa 1.500 bedrijven worden beschouwd als gespecialiseerde bedrijven voor export. Deze bedrijven zijn goed voor 65% van de totale produktie.

Tabel 16: Consumptie van vers fruit in Zuid-Afrika in 1990 (in mln. kg en in % van de produktie)

Fruitsoort	mln. kg	%
Appels	205	37
Peren	30	15
Abrikozen	5	8
Kersen	5	37
Perziken/Nectarines	44	30
Tafeldruiven	43	37

Bron: USDA

Basis- en hoogwaardige produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie		- Ongunstige ligging t.o.v. Europa
Klimaat	- Gunstig voor vele fruitsoorten	- Weinig neerslag
Grondstoffen		- Goede grond schaars - Irrigatie noodzakelijk
Arbeid	- Zeer goedkope arbeidskrachten - Veel aanbod laaggeschoold personeel	
Kapitaal		- Hoge rente (21%) - Hoge inflatie (14%)
Infrastructuur	- Goed ontwikkeld	
Kennisinfrastructuur		- Nauwelijks ontwikkeld

Exporteurs

Controle en de verkoop voor de export is in Zuid-Afrika in handen van enkele boards, zoals SACCE (Outspan) voor citrus en van de Unifruco (Cape), een nationale exportorganisatie met rond de tweeduizend leden (boeren en coöperaties). Unifruco heeft zeer intensieve contacten met telers. Jaarlijks worden telers geïnformeerd over de vraagverwachtingen van de handel in de komende jaren. Op basis daarvan worden richtlijnen verstrekt over de aan te planten cultivars. Unifruco en Outspan zijn de organisaties waarlangs fruit vanuit Zuid-Afrika mag worden geëxporteerd. De afzetstrategie wordt bepaald aan de hand van door de telers gemaakte schattingen van hun aanvoer.

Tafeldruiven, steenvruchten, appels en peren worden uitsluitend onder de merknaam CAPE geëxporteerd. De kwaliteitscontroles zijn uiterst streng. Alleen de beste kwaliteit is bestemd voor export. Controles bij het sorteren en het laden in de haven garanderen de importeurs van het Zuidafrikaanse fruit de gewenste kwaliteitsnormen.

De 'Perishable product export control board' is een organisatie, die op initiatief van het exporterende agrarische bedrijfsleven is opgericht. Het is een semi-overheidsinstantie met regelgevende bevoegdheden. De taak is het reguleren van geconditioneerd transport van produkten die worden geëxporteerd. Daartoe zijn voor alle produkten temperatuurregimes opgesteld, moeten transportmiddelen zijn geregistreerd en mag het zeetransport uitsluitend in goedgekeurde containers geschieden.

Groothandel

Naast de afzet via Unifruco worden de produkten voor de binnenlandse markt vaak ook rechtstreeks verkocht. Dit gebeurt via groothandelsmarkten, de informele markt en de detailhandel. De groothandelsmarkt is een belangrijk afzetkanaal. In totaal zijn er 15 markten die alle in het bezit zijn van en geëxploiteerd worden door de lokale autoriteiten. Naar schatting wordt door de

telers 60% van de totale produktie via deze markten afgezet. De hoge kosten van afzet via de groothandelsmarkten is voor veel telers reden om rechtstreeks aan groot- en kleinhandelaren te leveren. Bovendien heeft men twijfels of op de groothandelsmarkt een optimale prijs behaald wordt.

Om de verkoopagenten meer inzicht te kunnen verschaffen in het actuele prijsverloop op de markt in Kaapstad is sinds kort een computerinformatiesysteem in gebruik. De prijsinformatie wil men ook aan telers beschikbaar gaan stellen.

Hoewel cijfers over de omvang van het informele circuit niet beschikbaar zijn, wordt alom opgemerkt dat deze aanmerkelijk is en naar verwachting de komende jaren fors zal stijgen. De laatste jaren is door de lokale autoriteiten geprobeerd enige structuur aan te brengen in de informele markt.

Tegenwoordig worden de plaatsen aangewezen waar de informele handel is toegestaan en worden tevens de nodige faciliteiten beschikbaar gesteld, waarvoor grote bedrijven bescheiden fondsen beschikbaar stellen.

Economische orde

De producenten zijn sterk georganiseerd en kunnen daardoor op de internationale markt als één partij naar buiten treden. De goede samenwerking in de hele keten heeft het mogelijk gemaakt om gezamenlijke kwaliteitsnormen en een gecoördineerde export op te zetten. In de Zuidafrikaanse fruitsector is de Integrale Keten Beheersing sterk ontwikkeld.

Overheid

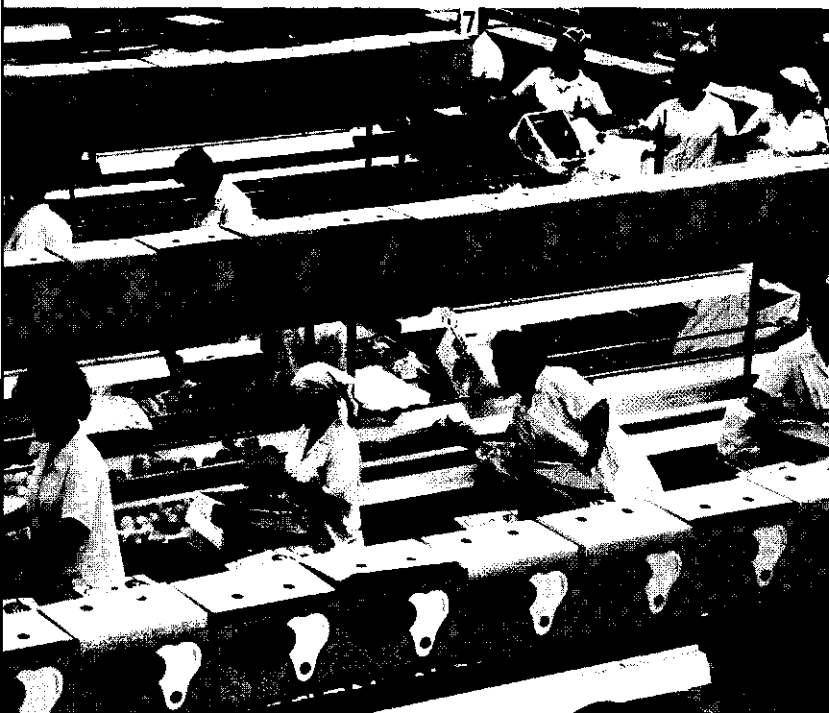
In Zuid-Afrika zijn twee departementen van landbouw:

- Ministerie van Landbouwonwikkeling (Pretoria)
- Ministerie van Landbouw

Het Ministerie van Landbouwonwikkeling heeft als hoofddoel de ontwikkeling van de landbouw in de ruimste zin des woords. Dit ministerie is dan ook verantwoordelijk voor onderzoek, voorlichting en onderwijs op landbouwgebied. Het Ministerie van Landbouw houdt zich met landbouwpolitiek bezig, waaronder de commissie voor verse marktprodukten en de produktstandaarden.

Samenvatting en perspectief

De zeer goed georganiseerde export en de goede kwaliteit van het fruit hebben Zuid-Afrika een sterk imago op de Europese markten opgeleverd. Het gunstige klimaat en de lage loonkosten wegen ruim op tegen de hoge transportkosten door een minder gunstige geografische ligging.



De werkwijze van Unifruco kan als schoolvoorbeeld van Integrale Keten Besturing dienen. Als verkopende partij met rechtstreekse contacten met afnemers heeft men een goed inzicht in marktontwikkelingen, concurrentieverhoudingen, marktwensen enz. Deze kennis wordt aan de telers doorgegeven in adviezen omtrent te telen rassen. Voorts worden telers intensief begeleid bij teeltmaatregelen, gewasbeschermingszaken (inclusief boekhouding), oogsttijdstip en marktklaar maken van de produkten.

De uitbetaling aan telers gebeurt naar daadwerkelijk geleverde marktkwaliteit. Onderzoekers speuren naarstig naar zoetzure appellassen. Als ze hierin slagen, betekent dit een verbetering van de Zuidafrikaanse concurrentiepositie op de Midden- en Noordwesteuropese markten. Zeker wanneer door afschaffing van de apartheid de handelsbeperkingen met dat land worden opgeheven.

5.9 Ecuador

Aanbod en handel vanuit Ecuador

Aanbod

In de fruitproductie is de banaan verreweg het belangrijkste. De provincie El Oro in het zuiden is het belangrijkste productiegebied, goed voor 50% van de productie. De V.S. is nog steeds de belangrijkste afnemer, maar Europa is een grote groeimarkt voor bananen.



Tabel 17: De productie, import en export van een aantal fruitprodukten in Ecuador in 1990 (x 1.000 ton)

Produkt	Productie	Export
Sinaasappels	85	-
Citroenen	30	-
Ander citrus	60	-
Bananen	2.820	2.190
Appels	30	-
Druiven	-	-
Peren	7	-
Perziken	5	-
Ananas	55	-
Totaal	3.092	2.190

Bron: FAO productie- en handelsstatistiek, 1990

Basis- en hoogwaardige produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Gunstige ligging t.o.v. V.S.	- Ongunstige ligging t.o.v. Europa
Klimaat	- Gunstig	
Grondstoffen	- Irrigatie aanwezig	- Hoge kosten grondstoffen
Arbeid	- Zeer lage lonen	- Lage produktiviteit
Kapitaal		- Hoge inflatie (35%) - Hoge rente (31%) - Moeilijk te verkrijgen
Infrastructuur		- Slecht ontwikkelde wegen en spoornet
Kennisinfrastructuur		- Praktisch afwezig, voorlichting en onderwijs slecht ontwikkeld

De monocultuur is zo intensief, dat men met veel ziektes te kampen heeft.

In 1990 was er 77.000 ha bananenplantage. Latijns-Amerikaanse producenten lobbyen bij de EG om de voorkeursbehandeling van de Caraïbische producenten te beëindigen, zodat de toegang tot de EG verbetert.

Export

Ecuador is de grootste bananenexporteur van de wereld en voorziet in 25% van de wereldmarkt. In 1990 bedroeg de export ruim 2 miljoen ton en deze was daarmee met 57% gestegen t.o.v. 1987. Deze toename is het gevolg van een grotere vraag door de opening van de EG-markt (Frankrijk in het bijzonder) en de verkopen aan Oost-Europa. Van de totale produktie werd in 1990 77% geëxporteerd. De produktie van de zogenaamde bakbananen bedroeg in 1990 970.000 ton. In 1991 heeft wederom een stijging van de export plaatsgevonden. Naast de uitbouw van de bestaande exportmarkten V.S., Europa en Saoedi-Arabië zijn nieuwe markten in het verre oosten aangeboord zoals China en Japan.

Thuismarkt

Van de ruim 10 miljoen inwoners woont 56% in de stedelijke gebieden. Er is nauwelijks sprake van een kritische thuismarkt omdat de bevolking op een laag financieel niveau leeft. In principe is de V.S. de thuismarkt.

Netwerk

De landbouwbedrijven zijn over het algemeen klein. Ze hebben een lage produktiviteit, ook ten opzichte

van andere bananenproducenten. De mechanisatiegraad is laag. De irrigatie is niet optimaal. Voor het bananentransport is er de scheepvaartonderneming Flota Bananera Ecuatorianos. Er zijn verder 9 particuliere scheepvaartondernemingen, die zich met de internationale handel van bananen bezighouden.

Economische orde

De landbouw draagt voor 47% bij in het bruto nationaal produkt, hetgeen een beeld geeft van de ontwikkelingssituatie van dit land.

De overheid wordt geteisterd door sterke inflatie en door tekorten aan financiële middelen om de economie te stimuleren.

Samenvatting en perspectief

De positie van Ecuador op de internationale fruitmarkt is gebaseerd op het produkt bananen met een aandeel van 25% in de wereldhandel. Aangezien het beleid sterk gericht is op het uitbouwen van bestaande en openbreken van nieuwe afzetlanden, gekoppeld aan een scherpe selectie van en controle op eventuele ziekten ligt het voor de hand dat Ecuador een belangrijke concurrent voor andere bananenexporterende landen zal blijven.

De concurrentiekracht wordt verzekerd door de extreem lage kostprijs veroorzaakt door de lage arbeidskosten.



5.10 Argentinië

Aanbod en handel vanuit Argentinië

Aanbod

De Argentijnse fruitproductie kent een relatief smal sortiment. Naast de appel- en perenproductie zijn de druiven- en citrusteelt van een zodanige omvang dat er geëxporteerd wordt.

In 1990 bedroeg het areaal druiven 275.000 ha, appels 36.000 ha, peren 24.000 ha. Van citrus is geen areaal bekend. Het belang hiervan wordt afgemeten aan het volume.

De appelproductie is na 1980 nauwelijks gegroeid. In 1990 was deze 980.000 ton, de perenproductie was in hetzelfde jaar 210.000 ton. De teelt van appel en peer is geconcentreerd rond de rivier de Rio Negro. Een tweede fruitgebied ligt nabij Mendoza. 15% Van de landelijke productie komt hier vandaan, het gebied is echter sterk verouderd. De afzet is gericht op het binnenland en op Brazilië. De citrusproductie bedroeg 1,6 miljoen ton.

Er is een tendens naar grootschalige bedrijven, de kleine en middelgrote bedrijven verdwijnen omdat zij de concurrentieslag niet overleven door tekorten aan kennis van teelt en afzet.

Er zijn bij appels twee belangrijke rassen: Red Delicious met 65% van de productie en Granny Smith met 25%.

Bij peren zijn de hoofdassen Williams, Packham's

Tabel 18: De productie, import en export van een aantal verse fruitproducten in Argentinië in 1990 (x 1.000 ton)

Produkt	Productie	Import	Export
Sinaasappels	750	-	110
Citroenen	450	-	50
Ander citrus	440	-	50
Bananen	260	73	-
Appels	980	-	260
Druiven	3.050	-	17
Peren	210	-	158
Perziken	250	-	-
Ananas	5	12	-
Totaal	6.395	85	645

Bron: FAO productie- en handelsstatistiek, 1990

Triumph en Beurre d'Anjou. Voor citrusproducten is de sinaasappel met een aandeel van 45% de belangrijkste vertegenwoordiger. Daarnaast zijn tangarines, mandarijnen, clementines en citroenen in productie. Van de druivenproductie wordt bijna de gehele oogst vers verhandeld, 8% wordt verwerkt.

Handel

De export vanuit Argentinië stagneert en blijft ver achter bij hetgeen in 1980 is uitgevoerd. De export is sterk

Basis- en hoogwaardige produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	-	- Ongunstige ligging t.o.v. Europa
Klimaat	- Gebieden met gunstige omstandigheden	
Grondstoffen	- Goede grond - Voldoende water van goede kwaliteit	
Arbeid	- Voldoende aanbod ongeschoold personeel - Loonkosten laag	
Kapitaal		- Inflatie erg hoog (1340%) - Slechte financiële positie telers
Infrastructuur	- Uitgebreid spoorwegnet	- Weinig verharde wegen
Kennisinfrastructuur		- Slecht onderwijs

gericht op het buurland Brazilië. 40% Van de appel-export bestaat uit Red Delicious. Vervolgens zijn Scandinavië en de EG (Italië) belangrijke exportgebieden. In 1990 exporteerde Argentinië voor 573 miljoen gulden aan fruit, waarvan 185 miljoen gulden peren, 178 miljoen gulden appels en 81 miljoen gulden sinaas-appels.

Argentinië kent alleen import van bananen en ananas, voor deze produkten is er nauwelijks eigen produktie. Argentinië heeft een exportaandeel van 2% van de wereldhandel in fruit.

Thuismarkt

De thuismarkt speelt voor de afzet een belangrijke rol. Er is een beperkt sortiment aanwezig waardoor er nog redelijk veel fruit geïmporteerd moet worden. Niet minder dan 86% van de 32 miljoen inwoners woont in de stedelijke gebieden.

De binnenlandse koopkracht loopt terug. De vraag naar kwalitatief goede produkten wordt hierdoor minder sterk. Ongeveer 60% van de appelproduktie gaat naar de verwerkende industrie. Argentinië is een van de grootste leveranciers van appelconcentraat.

Netwerk

Telers/groothandel/detailhandel

De fruitsector is in feite in handen van grote exporteurs, die zelf zeer grote boomgaarden hebben. Telers verkeren in een uiterst zwakke positie. Ze worden gedomineerd door de grote exporteurs. Bij een gemiddelde opbrengst op de buitenlandse markten van ongeveer f 1,50 per kg, bedragen alleen al de transportkosten f 0,70 per kg; voor de teler resteert slechts f 0,20 - f 0,24 per kg. De telers zijn niet georganiseerd. Door de slechte rentabiliteit worden de opstanden (te) laat vervangen. Het logisch gevolg is een verouderd assortiment en minder goede kwaliteit.

De handel van fruit is uiterst ondoorzichtig. De export is in handen van grote bedrijven die vaak gefinancierd worden met buitenlands kapitaal. Exporteurs zijn op hun beurt afhankelijk van de importeurs in Europa. Men zoekt daarom naar rechtstreekse contacten, zoals supermarkten in de importlanden.

Er bestaat een aantal organisaties in de fruitsector die een stimulerende invloed zouden moeten hebben op de teelt en afzet. De bereidheid om samen te werken is te gering om te kunnen spreken van een succesvol opereren. Een van de belangrijkste organisaties is de CAFI, te vergelijken met een Kamer van Koophandel in Europa. Deze organisatie, met slechts 120 leden, vertegenwoordigt rond 80% van de export.

Economische orde

De Landbouw draagt voor 14% bij in het bruto nationaal produkt. Bereidheid tot samenwerking is zowel bij de telers als bij de verpakkers en de exporteurs volstrekt afwezig.

Overheid

Het beleid van de overheid is op een vergroting van de afzet in het binnenland gericht.

Argentinië kent een exportbelasting: voor appels bedraagt deze 23%. Dit belemmert het vrije handels-verkeer enorm.

Samenvatting en perspectief

De Argentijnse fruitexport bestaat vooral uit appels en druiven. De produktie en export worden gedomineerd door een aantal grote exportgerichte bedrijven. De kleine en middelgrote bedrijven verdwijnen omdat zij de concurrentieslag niet overleven door tekorten aan kennis van teelt en afzet. Bereidheid tot samenwerking is zowel bij de telers als bij de verpakkers en de exporteurs volstrekt afwezig. Een sterke groei van de export wordt derhalve niet verwacht.

5.11 Polen

Aanbod en handel vanuit Polen

Aanbod

De produktie van fruit in Polen varieert, afhankelijk van de oogst (beurtjaren), de laatste jaren tussen 1,3 en 2,1 miljoen ton en is daarmee één van de grootste in Europa.

De appelteelt is de belangrijkste sector (58% van pit- en steenvruchtenbestand). Deze vindt over het gehele land plaats, met concentraties rond de grote steden. Er zijn rond de 600.000 bedrijven waarop appels worden geteeld. Naast rassen als Idared, Jonathan en de MacIntosh-typen worden de laatste jaren ook de modernere rassen Jonagold, Elstar, Gloster en Gala aangeplant. Onderstammen zijn van Poolse origine omdat deze beter bestand zijn tegen vorst. Er vindt een overschakeling plaats naar zwakkere onderstammen. Zure kersen en pruimen zijn daaropvolgend van belang.

Er is een belangrijke produktie van zachtfruit. Naast 60.000 ha aardbeien (80% Senga Sengana), worden er nog frambozen (11.000 ha), rode en zwarte bessen (75 miljoen struiken) en kruisbessen (12,5 miljoen struiken) geteeld.



Handel

De teelt van fruit voor eigen verbruik speelt een belangrijke rol. Rond een kwart van de produktie wordt hiervoor bestemd. De coöperaties zijn bij de commerciële afzet belangrijk. De laatste jaren is de privé-handel hier ook sterk in opkomst. De afzet van fruit is sterk op industriële verwerking gericht. Ongeveer de helft van de produktie wordt opgenomen door de industrie en verwerkt tot concentraat en diepvriesprodukten. De produktiecapaciteit bedraagt 120 miljoen ton, bijvoorbeeld 60% van de appelproduktie komt hierin terecht. Veel van het verwerkte produkt wordt geëxporteerd.

Tabel 19: De produktie, import en export van de voornaamste fruitprodukten in Polen in 1990 (x 1.000 ton)

Produkt	Produktie	Import	Export	
			vers	verwerkt*
Appels	740	-	20	85
Aardbeien	242	-	5	35
Bessen	130	-	-	-
Kersen	75	-	-	-
Peren	43	-	-	-
Sinaasappels	-	60	-	-
Citroenen	-	57	-	-
Ander citrus	-	18	-	-
Bananen	-	30	-	-
Druiven	-	2	-	-
Perziken	-	5	-	-
Overig fruit	100	1	3	50
Totaal	1.330	173	28	170

* = op basis van output

Bron: ZMP/COBRO/FAO

Basis- en hoogwaardige produktiefactoren

	sterk	zwak
Geografie	- Gunstige ligging t.o.v. Europa	
Klimaat	- In NW goed klimaat	- In binnenland strenge winters
Grondstoffen	- Voldoende grond, erg goedkoop	- Sterk stijgende brandstofprijzen - Meststoffen/bestrijdingsmiddelen duur
Arbeid	- Veel goedkope ongeschoolde arbeid	
Kapitaal	- Staatsbedrijven konden gemakkelijk geld krijgen	- Hoge inflatie (75%) - Hoge rente (80%) - Kapitaal is duur voor de particuliere bedrijven en ook moeilijk te verkrijgen
Infrastructuur	- Redelijk goed spoorwegennet - Kleinschalige bedrijven	- Sterk vervuilde lucht en water in industriegebieden - Lage wegendichtheid en beperkt telefoonverkeer
Kennisinfrastructuur	- Onderzoek goed georganiseerd - Voldoende ongeschoolde arbeid	- Voorlichting niet efficiënt - Studieclubs ontbreken

De export was in het verleden gericht op de Sovjet-Unie. De laatste jaren is dit beduidend teruggelopen. De export naar het Westen is voor een belangrijk deel bestemd voor Scandinavië (Zweden). Er worden de laatste jaren pogingen gedaan om de afzet in de EG te vergroten. De gemiddelde kwaliteit van het Poolse fruit is echter nog te laag om te kunnen concurreren, ook de ongunstige wisselkoersen belemmeren de afzet. De import van fruit speelde geen grote rol tot 1989; 4 tot 10% van de consumptie was afkomstig van import. Na 1989 is er sprake van een snelle toeneming van de import van bananen en citrus.

Thuismarkt

Polen telt ongeveer 38 miljoen mensen, 46% is jonger dan 30 jaar. 60% Van de Polen woont in de steden. Het inkomen per hoofd bedraagt 40% van dat in de EG. De consumptie van commercieel verhandeld vers fruit bedraagt maar 30 kg per hoofd, daarbij wordt nog 4 kg per hoofd verwerkt fruit geconsumeerd. De grootste produkten in volgorde van belang zijn appels, aardbeien en kersen. Men verwacht een stijging van het verbruik door een groter aanbod en grotere import van citrusfruit, afhankelijk van de economische ontwikkelingen.

Netwerk

Teelt

Het merendeel van de Poolse fruitteelt heeft plaats op particuliere bedrijven, die klein zijn. Grote bedrijven (5-10% van de totale oppervlakte) zijn collectieve en staatsbedrijven.

De bedrijfsuitrusting is gemiddeld van een zeer matig niveau. Daardoor is de intensivering achterwege gebleven. Sinds kort is men gestart om plantsystemen tot 2000 bomen per ha (appels) te realiseren. Ook de bewaring is technisch achtergebleven bij de ontwikkelingen in andere landen. Bewaring is alleen mogelijk in lucht- en watergekoelde ruimten.

Distributie

Een georganiseerd afzetapparaat voor fruit is er nauwelijks. Er wordt veel gebruik gemaakt van buitenlandse handelaren, naast de afzet van de coöperaties.

Economische orde

Polen was het eerste land in Oost-Europa dat door hervormingen zijn centraalgeleide economie wilde veranderen in een markteconomie. Hiervoor is het nodig dat de inflatie wordt beheerst en de economie wordt geherstructureerd. Om dit te bereiken heeft men de subsidies op voedingsmiddelen, energie en grondstof-

fen verminderd of afgeschaft. De zloty is convertibel gemaakt, de centrale planning afgeschaft, de staatsbedrijven pooft men te privatiseren en buitenlandse investeringen te stimuleren. De maatregelen hebben aanvankelijk een grote toename van de werkloosheid, daling van de reële lonen en van de produktie tot gevolg. Voor de fruitteelt, die niet direct produceert ten behoeve van de eerste levensbehoefte, heeft dit enorme consequenties. De druk om te exporteren neemt daarmee sterk toe.

Van een ondernemerscultuur is vooralsnog nauwelijks sprake. Samenwerkingsverbanden (coöperaties) waren door de staat opgelegd.

Overheid

Om de eigen produktie te beschermen heeft de overheid de invoertarieven sterk verhoogd, afhankelijk van het produkt met 25-30%. De directe invloed op de bedrijven is in Polen nooit zo sterk geweest als in de andere Oostbloklanden. Zo zijn er altijd veel, weliswaar kleine, privé-bedrijven gebleven. Wel was er invloed op de commerciële afzet die voor een groot gedeelte door staatsbedrijven en coöperaties werd geregeld.

Door de hervormingen lijkt deze invloed af te nemen. Bedrijven kunnen buitenlandse valuta meer naar eigen goeddunken besteden.

Samenvatting en perspectief

Polen behoort tot de grote fruitproducenten van Europa. Teeltmethoden en assortiment zijn niet zo modern. De matige kwaliteit die wordt geoogst, leidt tot een onevenredig sterke verwerking tot sap, concentraat en diepvriesprodukten voor export. De lage arbeidslonen in Polen zijn voor de verwerking van fruitprodukten een voordeel. Het wegvallen van de vraag uit de voormalige Sovjet-Unie en het snel groeien van een vraag naar kwaliteitsprodukten in Polen zelf, stelt de fruitteelers echter in de toekomst voor grote problemen, vooral ook omdat investeringsmiddelen zeer schaars zijn. De koers van de zloty is na het convertibel maken in mei 1991 met 15% gedevalueerd ten opzichte van de dollar. Als de hoge inflatie niet wordt gecompenseerd door koersdalingen zullen de gestegen produktiekosten de winstgevendheid van de export verder verminderen. Export naar de EG ondervindt belemmeringen door importheffingen.

De fruitteelers produceren zeer kleinschalig en passen geen moderne produktietechnieken toe. Er zijn dan ook weinig schaalvoordelen te behalen. Verder ontbreekt kennis op het gebied van de marketing, transport, verpakking en kwaliteitscontrole. Op korte termijn zal dit niet snel veranderen.

6. Internationale concurrentiekracht

In hoofdstuk 5 is een overzicht gegeven van de concurrentiekracht van de belangrijkste landen die zich met de export van fruit bezighouden. In dit hoofdstuk zal een analyse gemaakt worden van de concurrentiepositie van deze landen onderling.

Landen kunnen hun concurrentiekracht ontleen aan een lage kostprijs, aan een hoog investeringsniveau, aan snelle innovaties of aan de concurrentiepositie en innovaties uit het verleden. Zij die hun kracht ontleen aan snelle innovaties hebben de grootste concurrentiekracht, aangezien zij hun produkt snel kunnen aanpassen aan de snel wijzigende marktomstandigheden. Deze landen zijn niet afhankelijk van een lage kostprijs of van investeringen in innovaties door andere landen, maar hebben zelf de kracht om tot innovaties te komen. Deze innovaties zijn het resultaat van een goede afstemming tussen produktiefactoren, de economische orde, de binnenlandse vraag en de netwerken. Er wordt actief gezocht naar nieuwe kansen en naar het beste antwoord op bedreigende ontwikkelingen.

Nederland is sterk in de factoren kennis, netwerken en infrastructuur, waardoor we leidend zijn in de teeltinnovatie. Dit heeft er sterk toe bijgedragen dat in de tachtiger jaren een modern assortiment appels tot stand is gekomen, het kwaliteitsbewustzijn is toegenomen en dat over goed uitgangsmateriaal beschikt kan worden. Negatieve aspecten zijn de hoge arbeidskosten en het soms niet kunnen beschikken over goed water. De kans op vorstschade tijdens de bloei wordt daarmee groter. Ook het versnipperde en daardoor te kleine afzetapparaat doet de exportpositie verzwakken.



Nederland fungeert als Europese toegangspoort voor importfruit.

De Verenigde Staten. De produktiefactoren zijn gunstig, onder andere goed klimaat en irrigatiesysteem met daarnaast lage lonen, waardoor de produktiekosten laag zijn. Het innovatieve vermogen is gering door het ontbreken van een goed netwerk en kennisuitwisseling. Door het grote belang van de verwerkende industrie hebben de telers ook minder direct contact met de markt. Gezien de nog niet verzadigde thuismarkt en de goede infrastructuur is het te verwachten dat de concurrentie van het Amerikaanse produkt gering zal blijven. De exportgerichtheid is te beperkt.

Tabel 20: Vergelijking van de concurrentiekracht

	Nl.	V.S.	Sp.	It.	Fr.	Chi.	Z-A.	Ecuad.	Arg.	Pol.
Assortiment										
Geografie										
Klimaat										
Grondstoffen										
Arbeid										
Kapitaal										
Infrastructuur										
Kennis										
Thuismarkt										
Netwerk										
Overheid										
Economische orde										

	slecht / zeer schaars en duur
	matig
	goed
	zeer goed / ruim beschikbaar en goedkoop

Toelichting:
1. Goed voor Elstar en Jonagold,
matig voor Golden Delicious.

	appel, peer
	banaan
	citrus
	druif

Bron: Rabobank

Spanje. De gunstige produktiefactoren maken een lage kostprijs mogelijk. Door het geleidelijk afnemen van de EG-subsidies en de snelle kostenstijgingen (arbeid) zal de concurrentiekracht echter afnemen. De infrastructuur, kennisuitwisseling en netwerken behoeven nog een sterke verbetering. Bij de verwachte welvaarts-groei zal de binnenlandse vraag sterk toenemen. De conclusie is dat er voorlopig ruimte overblijft voor import naast de eigen productie.

Italië. De Italiaanse concurrentiekracht is gebaseerd op de gunstige produktiefactoren als klimaat, grondstoffen en ligging ten opzichte van de afzetlanden. Daarnaast zijn er ook minder gunstige factoren zoals hoge loonkosten en kapitaalkosten, terwijl vooral in het zuiden de infrastructuur minder goed is ontwikkeld. De kennisstructuur is aanwezig, maar wordt niet optimaal benut. Door een grote thuismarkt ontbreken impulsen tot innovatie in export-activiteiten.

Frankrijk. De produktiefactoren voor de fruitteelt zijn gunstig. Er zijn twee klimaattypen, die geschikt zijn voor hardfruitteelt: het noorden voor de gebloste rassen en het zuiden voor Golden Delicious en Granny Smith. De afzet kan door een sterkere organisatie worden verbeterd. De infrastructuur is goed, de kennisuitwisseling behoeft duidelijk verbetering. De overheid heeft met het creëren van organisatiestructuren de randvoorwaarden geschapen voor een bloeiende fruitsector. Met uitzondering van appels (waar er een sterke concurrentie bestaat met Nederland), is er sprake van een relatief kleine export. Dit is onder meer te verklaren door een omvangrijke thuismarkt.

Chili. Met een kwalitatief hoogwaardig, uniform en omvangrijk aanbod heeft dit land sterke wapens voor een succesvolle uitvoer en verdere stijging van het marktaandeel op de Europese markt. De produktiefactoren zijn gunstig, gecombineerd met een stimulerende overheid werpt dit zijn vruchten af. Door de matige



rendementen van de kleine telers blijven innovaties bij deze bedrijven achterwege. Chili kan hierdoor achterblijven ten opzichte van andere aanbieders. Indien netwerken en kennisuitwisseling verder ontwikkeld zouden worden, zijn slechts de grote vervoersafstand en de koers van de pesos de remmende factoren voor een sterke groei van de fruitteelt in dit land.

Zuid-Afrika. De kracht van de exportcombinatie en de goede kwaliteit van het fruit, gecombineerd met een stimulerende overheid, heeft geresulteerd in een goed imago op de Europese markten.

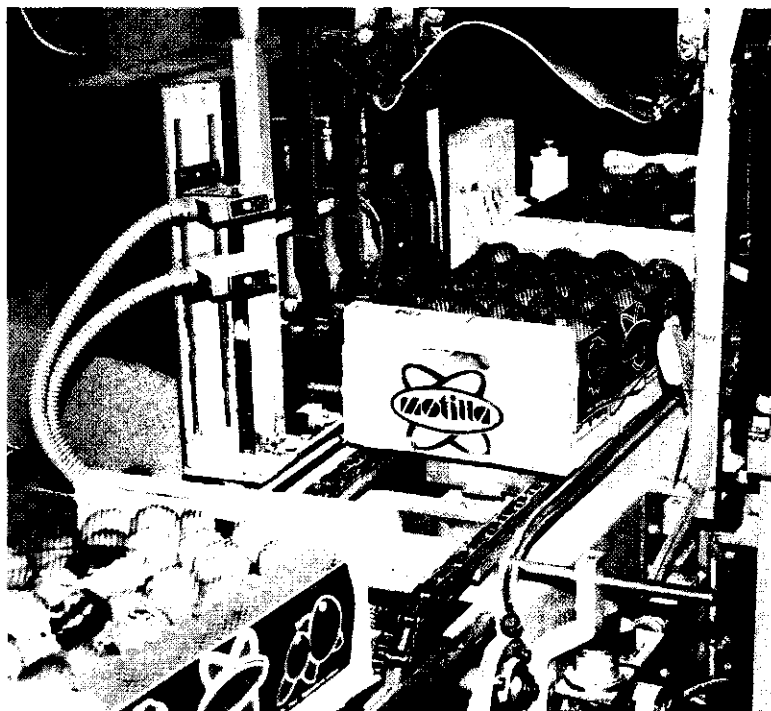
Hoewel geografisch excentrisch gelegen, hebben de andere gunstige produktiefactoren zoals lage arbeidskosten en een goed netwerk gezorgd voor een sterke concurrentiekracht. Het land heeft een redelijk breed sortiment fruitprodukten. Het perspectief is echter sterk afhankelijk van de politieke ontwikkelingen.

Ecuador. De positie van Ecuador op de internationale fruitmarkt is gebaseerd op bananen met een aandeel van 25% in de totale wereldhandel. Alles in dit land is er dan ook op gericht die voorwaarden te scheppen die noodzakelijk zijn om deze positie te vast te houden. De hoogwaardige produktiefactoren zijn echter niet sterk.

Bij een verdere ontwikkeling van de bananenmarkt kan dit risico's met zich meebrengen.

Argentinië. De Argentijnse fruitexport bestaat vooral uit druiven en appels. De produktiefactoren zijn uitgezonderd de geografie vrij positief. Men levert aan de Europese landen in hun bewaarperiodes. Op termijn zal het marktaandeel van Argentinië onder druk komen te staan door het ontbreken van een voldoende kennisniveau en door de slecht functionerende netwerken.

Polen. De hoge inflatie, met de stijgende produktiekosten, doet de winstgevendheid van de export verminderen. Door het wegvallen van de Russische markt en de toenemende vraag naar kwaliteitsprodukten worden de fruittelers voor grote problemen gesteld. Dit wordt nog





versterkt door het ontbreken van investeringsmiddelen en van voldoende kennis op het gebied van marketing, transport en verpakking.

Samenvatting en perspectief

Veel fruitproducenten met export ontleen hun concurrentiekracht aan de gunstige produktiefactoren en dus aan een lage kostprijs. Naarmate de markt zich verder ontwikkelt en de mondiale concurrentie tussen landen en produkten toeneemt, zal het belang van de kostprijs als concurrentiewapen afnemen. Het belang van snelle innovaties in kwaliteit, assortiment en marktwerking wordt steeds groter om de steeds belangrijker wordende vraag van het grootwinkelbedrijf (en de consument) te kunnen beantwoorden. Innovatie in het assortiment vindt nagenoeg alleen in de breedte plaats (nieuwe produkten zoals kiwi, exoten etcetera.).

Binnen het traditionele assortiment (appel, peer, bananen, citrus en druiven) kent in feite alleen de appel een voor de consument duidelijke produktinnovatie. Nederland scoort hier tot nu toe sterk met haar nieuwe assortiment, waardoor leveranciers met verouderde assortimenten kunnen worden verdrongen. In een aantal landen zijn eveneens nieuwe rassen op komst (Nieuw-Zeeland). Met deze nieuwste ontwikkelingen speelt de Nederlandse fruitteelt echter minder mee; dat kan achterstand opleveren.

Een aantal landen op het zuidelijk halfrond levert in het off-seizoen een belangrijke aanvulling op het West-europese fruit. Dit is marketing- en kostprijsstechnisch alleen mogelijk door het aanbieden van een hoge kwaliteit via grote, gecentraliseerde exportorganisaties. Nederland kan hierin een rol spelen. De noodzaak van een lage kost(telers)prijs kan de noodzakelijke innovaties sterk beperken; dit is sterker het geval als de (loon)kosten in de landen op het zuidelijk halfrond gaan stijgen.

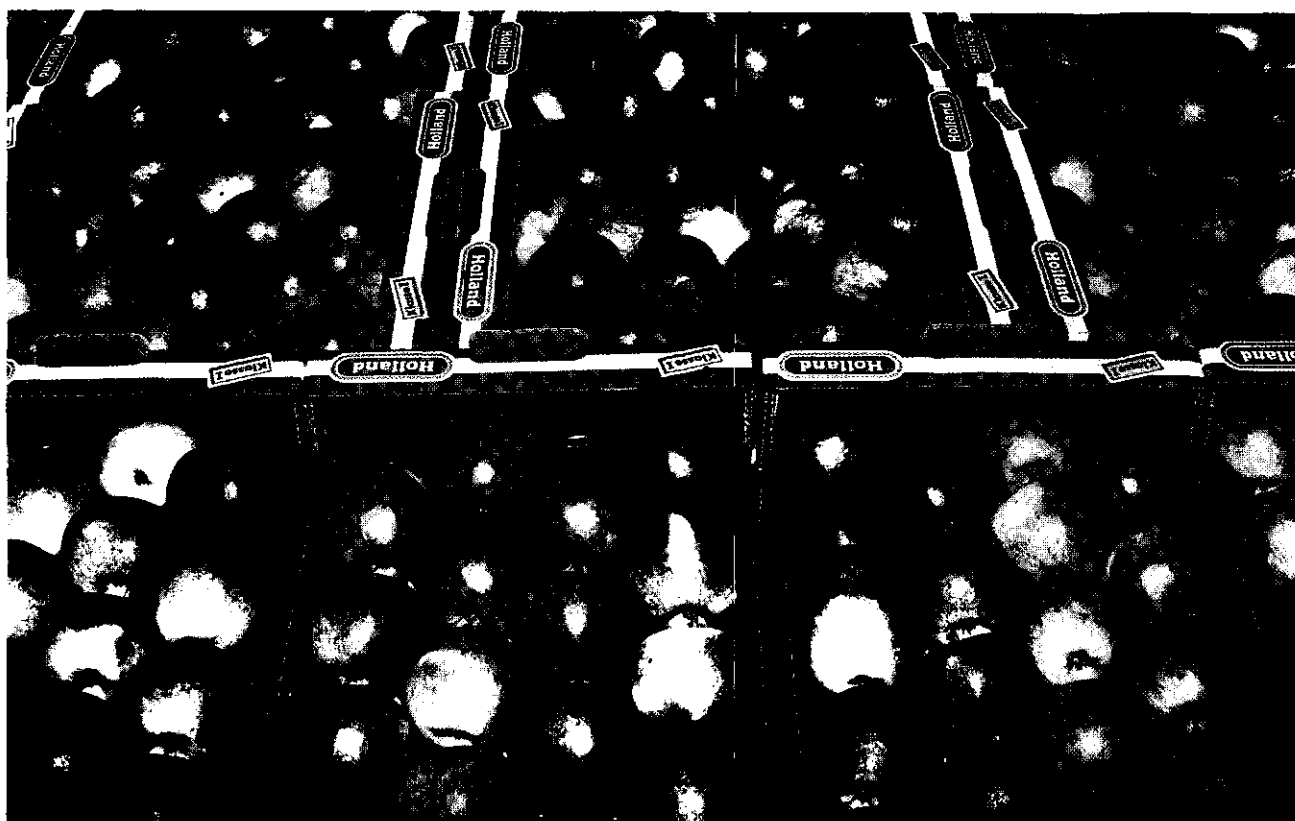
7.Strategie

De Nederlandse fruitteelt is betrekkelijk klein, zowel ten opzichte van de Nederlandse tuinbouw als ook van de internationale fruitteelt. In 1990 was de omzet in Nederlands fruit maar 0,4% van het fruitaanbod in de wereld. De fruitomzet wordt voor 75% behaald door één produkt, namelijk de appel. Het aandeel in de Europese afzet bedraagt maar 6%, hiervan behalen drie rassen maar net een aandeel van boven de 1%; te weten Golden Delicious, Jonagold en Elstar. Het tweede produkt (peer) heeft een omzetaandeel van 20% van de Nederlandse fruitomzet.

De klimatologische omstandigheden zijn voor een aantal appellrassen en de meeste pererassen niet optimaal. De concurrentiekracht kent daarmee beperkingen en het is de vraag of om deze reden de Nederlandse produktiecapaciteit, zowel wat betreft assortiment als de mogelijkheid van jaarrond aanvoer, niet beneden een kritische omvang ligt. Een positief aspect is dat de Nederlandse fruitteelt op afzetniveau kan profiteren van de innovatieve ontwikkelingen bij de groentesector, omdat de veilingafzet- en distributiesystemen van beide sectoren voor een gedeelte gekoppeld zijn. De wisselwerking tussen vraag, netwerken in de produktkolom en de economische orde zijn daarmee redelijk goed. Nederland is mede als gevolg daarvan leidend op het gebied van teeltinnovatie.

Ook het feit dat er door de gunstige geografische omstandigheden een omvangrijke re-export van alle delen van de wereld naar de omringende landen is, geeft extra impulsen. Het sortiment voor de handel wordt daarmee immers ruimer.

De groeiende vraag van de consument naar fruit in NW-Europa is in de loop der jaren grotendeels terechtgekomen bij citrus, bananen en exoten. De vraag naar het eigen hardfruit is gestagneerd. Dit is voor een groot deel veroorzaakt door de beperktheid van het Nederlandse en NW-Europese assortiment en de matige kwaliteit van het produkt in het verleden. In de tachtiger jaren is er echter door de producenten in Nederland en omringende landen een sterke vernieuwing doorgevoerd. Groene en gele appels zijn vervangen door gebloste appels met een relatief hoge kwaliteit. Bij de peren is er echter geen sortimentswijziging opgetreden. De vooruitzichten zijn hier dan ook minder gunstig. Qua kostprijs en leeftijd van de opstanden kan Nederland nu weer redelijk meekomen in de internationale concurrentie. Door de milieuproblematiek en de krappe arbeidsmarkt gaan de produktiekosten echter weer stijgen, wat een nieuwe uitdaging betekent. De in het rapport beschreven aspecten aangaande kwaliteit, assortiment, volume, prijs en distributie nopen de sector een aangepaste strategie toe te passen om de bescheiden positie van de Nederlandse fruitteelt te versterken.



7.1 Marktstrategie

De markt van hardfruit in NW-Europa vertoont verzadigingsverschijnselen, terwijl het Nederlandse aanbod gaat groeien. Bovendien kent Nederland geen echte export-oriëntatie. Slechts 30% van de produktie is bestemd voor uitvoer. Bij de huidige volumestrategie zal een groei van het aanbod leiden tot prijsdaling. Het versterken van de export-oriëntatie is daarom zeer noodzakelijk. Het nieuwe assortiment (Elstar en Jonagold vooral) lijkt een nieuwe impuls gegeven te hebben aan de exportmogelijkheden.

De fruitteeltsector hanteert een volumestrategie, die nog steeds resultaat oplevert. Op diverse belangrijke afzetmarkten, wordt nog groei geconstateerd. De stijging van de welvaart en vergroting van het gezondheidsbesef doet de vraag naar fruit toenemen. Japan, Spanje en de Oosteuropese landen zijn voorbeelden hiervan. De produkten waarin Nederland relatief het sterkst is (o.a. appel) kennen overigens de geringste groei in het verbruik.

Gezien haar kleinschaligheid op de internationale markt moet de Nederlandse fruitteelt zich er meer bewust van worden dat zij een strategie moet voeren die aansluit bij het aanvullend karakter van het eigen aanbod binnen het totale fruitassortiment op de markt. De re-export vanuit Nederland moet daarbij ten volle

benut worden om het smalle assortiment van Nederland te verbreden (bijvoorbeeld met groene en gele appels en met peren). Het prijsniveau van het Nederlandse fruit profiteert hiervan. Nederland ervaart zelfs op de binnenlandse markt niet alleen concurrentie van andere appel- en perenproducenten, maar ook van leveranciers van ander fruit.

Een aanpassing van de volumestrategie is dus noodzakelijk om de concurrenten te kunnen blijven volgen en het Nederlandse produkt een duidelijk onderscheidend vermogen te geven ten opzichte van deze concurrenten. De consumenten vragen het gehele jaar door een goede smaak en bepaalde hardheid van het produkt. Ook de milieubewustheid ten opzichte van de teelt speelt een steeds sterkere rol bij de consumenten. Dit wordt ondersteund door de overheden. Dit vraagt om een verschuiving van massa- naar kwaliteitssegmenten. Hiervoor is specialisatie nodig om groepen kopers met min of meer gelijke wensen (marktsegmenten), zo goed mogelijk te bedienen. Marktonderzoek om het milieubewust geteelde produkt door aangepaste marketing tot hogere marges te brengen heeft prioriteit.

Marktsegmentatie

In segmenten van massaprodukten ondervindt Nederland sterke concurrentie van buitenlandse aanbieders

(b.v. Chili voor appels, Spanje voor sinaasappels en Ecuador voor bananen), die als gevolg van gunstige produktiefactoren een behoorlijke kwaliteit tegen een lage prijs op de markt kunnen brengen. Concurrentie op massaprodukten, waarbij de lage kostprijs het belangrijkste verkoopargument is, is daarmee als strategie voor Nederland nagenoeg uitgesloten. Alleen afzet van (naar ras en kwaliteit) gespecialiseerde produkten, levert mogelijkheden om een redelijke markt op te bouwen.

De ervaring in andere bedrijfstakken heeft geleerd dat het bezit van marktmacht een positieve uitwerking heeft op de marges. Marktmacht kan op twee manieren verkregen worden, door verdringing van concurrenten of door marktleider te worden in een of enkele segmenten van de markt. Verdringen van de concurrentie, die een redelijk modern assortiment voert, is voor Nederland, zoals we hiervoor gezien hebben, geen realistische optie. De tweede, meer geleidelijke strategie richt zich op specifieke marktsegmenten waar nog ruimte in de markt bestaat (niche-strategie). De meest haalbare strategie is het verder uitbouwen van de markt in een groter deel van de EG voor bestaande en nieuwe rassen gebloste appels, zoals verwoord in het perspectief van hoofdstuk 6, die bijzondere kennisintensiteit vragen. Deze meer geleidelijke strategie zal hier verder uitgewerkt worden. Door de niche-strategie (het sterker naar voren treden in specifieke marktsegmenten waar anderen nog weinig actief in zijn) wordt gepoogd de sterke kanten van de Nederlandse fruitteelt zo goed mogelijk te vertalen in rendement. Het voeren van deze strategie betekent dat individuele ondernemingen zich specialiseren naar produkten of segmenten, die aansluiten op de behoeften en wensen van de consument.



De sector als geheel moet streven naar een vollediger assortiment, ook door inschakeling van de re-export-sector, en naar een jaarrond aanvoer door integratie van zuidelijk halfgrond-produkten.

Marktonderzoek moet deze consumentenwensen inventariseren. Deze gegevens moeten, sterker dan in het verleden, doorstromen naar de fruittelers.

Marktonderzoek

Bij marktsegmentatie spelen meer schakels in de keten een rol. Op de eerste plaats de finale consument. Deze stelt eisen aan het assortiment, de innerlijke en uiterlijke kwaliteit, de presentatie en de prijs. Daarnaast is er het verkoopkanaal, dat vooral eisen stelt ten aanzien van houdbaarheid, promotie, distributie, de leveringszekerheid en ook de prijs. Dit levert een aantal pro-



dukt-marktcombinaties op. Aan de hand van deze combinaties kunnen produkt- en dienstenpakketten ontwikkeld worden die afgestemd zijn op de onderscheiden segmenten. Het huidige marktonderzoek, dat sterk is gericht op het verzamelen van gegevens uit het recente verleden, moet aangevuld worden met mogelijke ontwikkelingen in de nabije toekomst in de verschillende marktsegmenten. De huidige gegevens zijn veelal niet gespecificeerd naar afzetkanaal en lenen zich slecht voor het ontwikkelen van een actieve marketingstrategie per segment en sluiten onvoldoende aan op de informatiebehoefte van telers voor het gebruik in investeringsbeslissingen.

Wensen van marktsegmenten moeten voortdurend geïnventariseerd worden en trendmatige ontwikkelingen vastgesteld. Prijs, produkt, distributie en promotie moeten op elkaar afgestemd worden. Deze kennis vormt een belangrijk uitgangspunt voor het veiling- en groothandelsbeleid en voor de bedrijfsontwikkeling en bedrijfsvoering van ondernemers.

Het onderzoek in deze vakgebieden is relatief duur. De huidige samenwerking met de groenteteeltsector moet op alle niveaus van de kolom verstevigd worden en kan wellicht leiden tot kostenreducties.

Marktsegmenten

De diverse marktsegmenten zijn nog niet duidelijk in kaart gebracht. Zij kunnen worden ingedeeld naar eindgebruiker, aankoopmotief en aankoopkanaal. Twee hoofdmarktsegmenten zullen nader worden omschreven.

Kwaliteitsmarkt via de gespecialiseerde detailhandel

Het produkt voor deze markt moet visueel en innerlijk zeer aantrekkelijk zijn en ook voldoende lange tijd op het winkelschap aantrekkelijk blijven. Er dient een strenge selectie plaats te vinden op de innerlijke en uiterlijke kwaliteit. De presentatie (uniformiteit, grootte en kleur) is in dit segment van uitermate groot belang. Zelfs de huidige standaard eenmalige houten verpakking heeft wellicht een te lage impact. De prijs is in dit exclusieve segment niet het belangrijkste marketing-instrument. Er is op grond van impuls karakter nog groei te verwachten.

Gerichte aankopen via algemene detailhandel

De Nederlandse fruitteelt is in de tachtiger jaren goed ingesprongen op de smaak- en kleurontwikkeling van de consument in Noordwest-Europa; 80% van de afzet vindt in de EG plaats. Nederland moet echter die markt met vele anderen delen in een omgeving waar de positie van hardfruit terrein verliest aan vooral citrus en bananen.

Het marktaandeel van het gwb speelt hierin een uitgesproken rol. Op het ogenblik is dit in Europa al groter dan 50%. Dit segment wordt gekenmerkt door inkoopconcentratie en uitsluiting van handelspartners. Marketinginstrumenten voor de producent zijn aanbod van gestandaardiseerde grote partijen, de prijs en leveringszekerheid. Ook de beschikbaarheid door het jaar heen is een voorname eis. De kennis over prijsontwikkelingen en de mogelijkheid van het voeren van winkelmerken zijn belangrijke voorwaarden voor het voeren van een optimaal beleid. Ontwikkelingen in het milieubeleid zullen hier het eerst merkbaar worden.

7.2 Distributiestrategie

Detailhandel

In de detailhandel in veel landen in de wereld treden verschuivingen op. Het belang van het grootwinkelbedrijf neemt toe. De lagere marges in dit bedrijfstype kunnen een impuls betekenen voor de speciaalzaken om de marges neerwaarts aan te passen en/of zich te onderscheiden in kwaliteit of assortiment. De prijsdaling en/of specialisatie die hiervan het gevolg kan

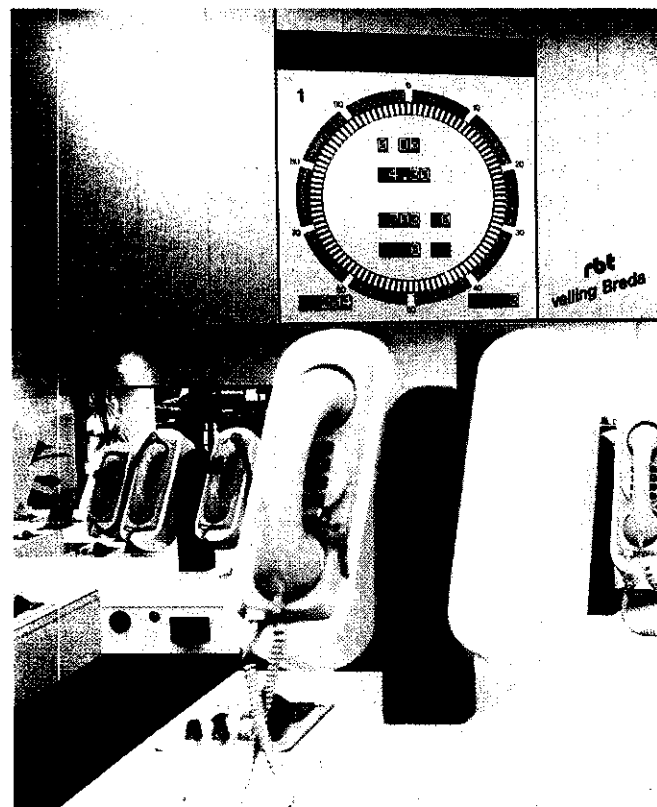


zijn betekent vraagvergroting. Het aanbod inclusief service dient zodanig te zijn dat het gwb aangetrokken wordt om het Nederlandse produkt te kopen. Men wijkt momenteel te makkelijk en te snel uit naar andere leveranciers, omdat het Nederlandse aanbod nu te klein(schalig) is.

Ook nieuwe distributievormen (men kan denken aan bedrijfs- en sportkantines en de catering) doen de eisen ten aanzien van distributie, prijsvorming, verpakking (zetmeelgecoate en geschildre appels, sinaasappels etcetera) en service sterk veranderen. Omdat het Nederlandse veilingssysteem nog niet aan deze veranderde eisen voldoet, geeft dit aanleiding tot afzet buiten de veiling om. Veilingorganisaties kunnen actief op deze ontwikkelingen inspelen (eventueel marketingorganisatie worden) om marktaandeel voor de leden te behouden. Er blijkt hier ook het belang van het bezitten van kennis over ontwikkelingen in de detailhandel.

Veilingen

De veilingen spelen, ondanks een redelijk grote verkoop buiten de veiling om, in de distributie een belangrijke rol. Er worden handelsfuncties vervuld, die



marktmacht betekenen voor de telers, zoals een centrale openbare prijsvorming en een stringent betalingsverkeer. Ook een aantal marketinginstrumenten is sterk (efficiënte logistiek, promotie en informatievoorziening). Er is een aantal indirecte functies zoals het handhaven van het marktevenwicht tussen koper en verkoper en het overnemen van afzetactiviteiten van de teler, waardoor specialisatie op produktieniveau mogelijk wordt gemaakt. De collegialiteit tussen telers wordt mede hierdoor bevorderd, waardoor een open kennisuitwisseling mogelijk blijft.

De veilingfuncties zijn dus niet alleen een hoeksteen in de afzet, maar ook noodzakelijk voor de collegialiteit, die de economische orde, het waardesysteem en het netwerk sterk maken. Uitholling van het veilingstelsel heeft consequenties voor de efficiency van de afzet. Onderdelen van het systeem dienen echter aangepast te worden aan de eisen van de veranderende markt. De keuze van de niche-strategie zal ertoe leiden dat bepaalde marktsegmenten een eigen afzetformule moeten krijgen binnen het veilingwezen, zoals de bemiddelingsbureaufunctie en het voeren van merkproductlijnen ten behoeve van detailhandelsketens. Het fruit zal dan op het produktiebedrijf in de verkoopverpakking verpakt kunnen worden. Dit voorkomt extra kosten en onnodige prijsverhogingen. Deze vorm van de veilingfunctie dient vergezeld te gaan van bepaalde voorverkoopssystemen.

Het zal duidelijk zijn dat in de toekomst prijsvorming en logistiek meer van elkaar losgekoppeld worden. Bij bemiddeling is dit al het geval. Een zorgvuldige analyse van de consequenties van marktsegmentatie, de ontwikkeling van datanetwerken en de toenemende internationalisatie van de handel leiden tot deze nieuwe afzetvormen. Daarbij is een veel verdere veilingconcentratie (op dit moment is het aanbod van de grootste veiling nog onvoldoende om een grote keten in

Duitsland te bedienen) noodzakelijk. De huidige 3 à 4 gespecialiseerde fruitveilingen in Nederland en maar 10 grote gespecialiseerde exporteurs geven een scheve situatie.

Het smalle Nederlandse fruitassortiment en de noodzaak om belangrijke veilingfuncties te handhaven, maken het niet gemakkelijk om nieuwe afzetformules te ontwikkelen. De veilingformule zal naar verwachting evolueren van 'klok'-organisatie naar marketingorganisatie. De re-exportfunctie die Nederland bezit zou onderdeel moeten zijn van deze actieve Nederlandse veiling-marketingorganisaties. Hierdoor kan het assortiment sterk verbreed worden met produkten waarvan de afzetgroei nog sterk is.

Groothandel/exporteur

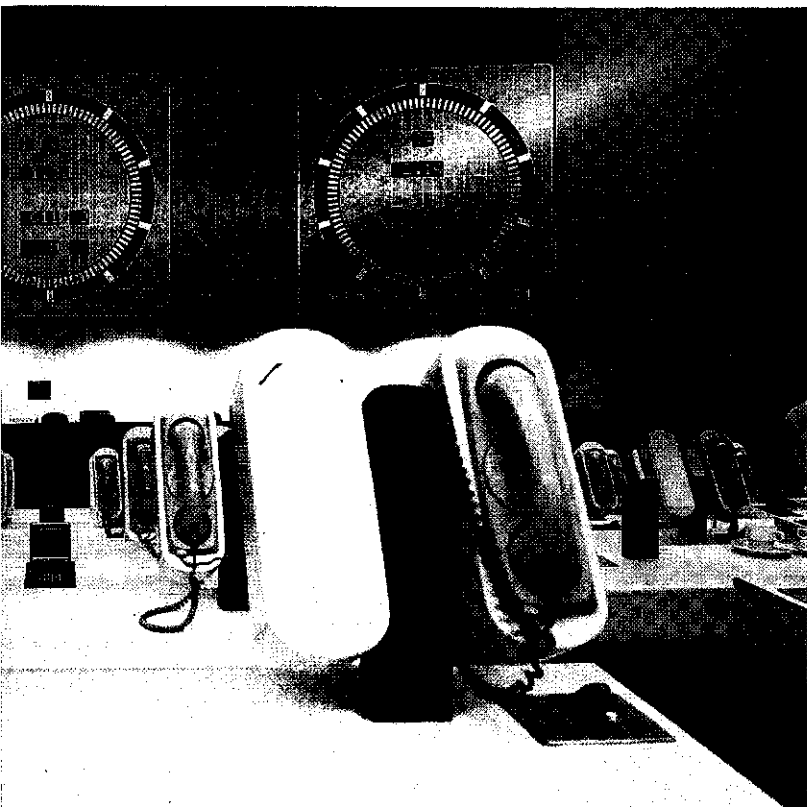
In de verbreding van het assortiment met behulp van inschakeling van het re-exportpakket, zal de groothandelaar/exporteur een belangrijke rol spelen. De contacten van de handel met de fruitterminal in Rotterdam kunnen verder benut worden door de Nederlandse handelspartners (veilingwezen en handel). Een meer gesegmenteerde markt heeft ook grote invloed op de differentiatie en daarmee op de specialisatie van de groothandel.

7.3 Internationale strategie

Het niet-jaarrond kunnen leveren van een fruitassortiment is een sterke belemmering voor de fruitsector. Allianties met (een) land(en) op het zuidelijk halfrond kunnen in dit opzicht lucratief zijn. Het aanvoerseizoen kan daarmee jaarrond gemaakt worden. Een land als Chili heeft veel overeenkomende omstandigheden, zoals een zeeklimaat (teelt van Nederlandse assortiment gebloste appels mogelijk) en een produktiebedrijfsstructuur (bedrijven, die bereid zijn in een veilingafzetstelsel te werken) waardoor samenwerking kan ontstaan die voor beide partijen voordeel kan opleveren. De Nederlandse handel kan daarin een zeer sterk intermediair zijn.

7.4 Teeltstrategie

Marktsegmentatie heeft consequenties voor de fruittelers. Om de markt adequaat te kunnen bedienen, zullen producenten zich moeten specialiseren in bepaalde produkten en bepaalde kwaliteiten, afhankelijk van de eisen van het segment. Nederland onderscheidt zich door een hoog innovatief vermogen en sterke kennisuitwisseling. Dit zijn produktiefactoren die het specialiseren vergemakkelijken. De teler kan beter kennis over het produkt en het betreffende segment opbouwen en daarmee de efficiency vergroten en de logistiek verbeteren. Het is het overwegen waard om het aanbod





van een zevental grote rassen te hergroeperen tot vier grote gebloste rassen (in volgorde van belang Elstar, Cox's, Boskoop en Jonagold) en een uitbreiding van de Nederlandse aanvoer te realiseren van thans gemiddeld 400.000 ton per jaar tot bijvoorbeeld 500.000 ton. Omdat laaggeprijsde rassen worden vervangen door hooggeprijsde, moet dit kunnen zonder dat een prijsval optreedt, mits de marketing optimaal is. Het marktaandeel in Europa (het Europese aanbod is de voornaamste prijsbepalende factor) neemt door deze groei immers maar met maximaal 1% toe. Dit betekent dat de oppervlakte in Nederland met 3500 ha kan toenemen. Daarnaast is het dringend noodzakelijk dat er stelselmatig gezocht wordt naar opvolgers voor Elstar en Jonagold, omdat ook deze rassen het einde van de levenscyclus zullen bereiken en er thans nog geen, voor NW-Europa geschikt, vervangende rassen beschikbaar zijn.

Door specialisatie ontstaat meer behoefte aan marktinformatie en marktonderzoek. Een goede doorstroming van deze informatie is nodig omdat bij specialisatie het marktrisico groter wordt. Er treedt ook meer assortimentswisseling op en omschakeling van teelt. Op zijn beurt vraagt dit meer teeltonderzoek en teeltvoorlichting. De omvang van de Nederlandse fruitteelt is te klein voor de financiering van zo'n groot onderzoek- en voorlichtingsapparaat, te meer daar het te verwachten is dat de bijdrage hierin door de overheid vermindert wordt. Aangezien overig NW-Europa (Noord-Duitsland, België en Groot-Brittannië) in dezelfde positie verkeert als Nederland (klimaat, rassenassortiment, afzet, etc.), valt te overwegen om coalities aan te gaan om een meer efficiënte ontwikkeling van de kosten voor bedrijfs- en assortimentsontwikkeling te krijgen. Dit kan bijvoorbeeld door het stichten van één sterk proefstation voor de fruitteelt in NW-Europa.

Een coalitie betekent verder ook dat afzetspecialisatie wordt versterkt en daarmee over een dieper assortiment beschikt kan worden. Deze ontwikkelingen worden vergemakkelijkt door het afnemen van de handelsbarrières (één EG).

Naast de marktontwikkelingen spelen ook overheids-eisen een rol. Voor de toekomst zijn milieu-eisen het meest dwingend. Beperking van meststoffen en gewasbeschermingsmiddelen is een grote uitdaging voor de sector, maar kan op termijn de voorsprong van Nederland versterken, mits dit door marketing commercieel wordt ondersteund.

Samenvattend kan worden gesteld dat de Nederlandse fruitteeltsector mondiaal een bescheiden rol speelt. Nederland heeft echter een aantal sterke troeven in handen, zoals een modern assortiment, vakmanschap en een hoog innovatief vermogen, wat het mogelijk moet maken de positie in de markt te versterken. Na een verdere innovatie van assortiment en teelttechniek zal hiertoe de innovatie van afzettechnieken centraal moeten staan. Een versterking van de marktmacht houdt in dat de Nederlandse fruitteelt zich sterker richt op de internationale fruitmarkt, onder andere door samenwerking met andere aanbieders van fruit (in NW-Europa in het 'eigen' seizoen en assortiment; op het zuidelijk halfrond met een aanvullend seizoen en/of assortiment). Er is onderzoek nodig hoe fruit optimaal vermarkt kan worden. Binnen deze strategie kan het wenselijk zijn het Nederlandse aanbod te vergroten.