

Ir. M.H. Borgstein
Drs. A.F. van Gaasbeek
Ir. J.J. de Vlieger
Ir. B.W. Zaalmink

Interne Nota 427

DE MARKT VOOR JONG RUNDVLEES

Een eerste verkenning

Juni 1994

Landbouw-Economisch Instituut (LEI-DLO)

INHOUD

	Blz.
SAMENVATTING	5
CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN	8
1. INLEIDING	11
2. NEDERLAND	12
3. DUITSLAND	18
4. ITALIË	22
5. FRANKRIJK	27
6. SPANJE	31
BIJLAGEN	35
1. Economische resultaten van kalfsvlees, jong rundvlees, baby beef en stierenvlees	36
2. Enkele prijzen van vee en vlees in Italië	39

SAMENVATTING

De prijs van rundvlees staat door de omvangrijke interventievoorraden onder druk. De daaropvolgende verlaging van de interventieprijs heeft de toekomstperspectieven van de gespecialiseerde stierenhouderijen verminderd. Een gedeeltelijke omschakeling naar jong rundvlees levert door het lagere geslacht gewicht een bijdrage aan de vermindering van het rundvleesoverschot. Een belangrijke vraag is of er plaats is in de markt voor een produkt, dat zich qua eigenschappen tussen kalfsvlees en rundvlees bevindt. En zo ja, hoe groot die markt dan is. Om hier achter te komen besloten het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, Directie Industrie en Handel en het Produktschap Vee en Vlees, LEI-DLO te vragen een oriënterend onderzoek uit te voeren.

De benodigde gegevens over handelskanalen, marktsegmenten en potentiële omvang van de markt zijn verzameld middels vraaggesprekken met een aantal vleesgroothandelaren/importeurs, uitsnijderijen en vleesverwerkers in Nederland, Duitsland, Frankrijk, Italië en Spanje. Bij de keuze van gesprekspartners hebben we hulp gehad van het Nederlands bedrijfsleven en van Nederlandse landbouwat-tachés.

Uit de vraaggesprekken blijkt dat in alle landen jong rundvlees wordt afgezet als kalfsvlees van lage kwaliteit of als rundvlees. De prijs is dan ook circa f 1,50 lager dan voor kalfsvlees. Alleen in Nederland wordt een beperkt deel van het jonge rundvlees afgezet onder merk tegen betere prijzen aan duurdere restaurants en aan een aantal topslagers.

Nederland

De Nederlandse produktie van jong rundvlees groeide in 1993 van circa 500 naar circa 1.000 dieren per week, met een gemiddeld geslacht gewicht van circa 175 kg. Deze groei heeft zich begin 1994 voortgezet. Binnenkort zal het aantal slachtin-gen circa 2.000 per week bedragen. Na een mestperiode met vooral ruw- en kracht-voer, waarbij groepshuisvesting wordt toegepast, worden de dieren op een leeftijd van circa acht maanden geslacht. Het vlees van deze dieren is roze/rood en heeft een wat geringere malsheid dan kalfsvlees.

Het in Nederland geproduceerde jong rundvlees wordt voor het overgrote deel geëxporteerd. Het gaat hierbij vooral om karkasvlees, dat wordt afgezet aan bui-tenlandse vleesgroothandelaren, die vrijwel steeds ook Nederlands kalfsvlees ko-pen. In het binnenland wordt het jong rundvlees veelal uitgebeend en gevacu-meerd verkocht. Dit hangt samen met de verkoop onder merk.

Zonder een goede positionering zijn de afzetmogelijkheden in Nederland ondanks positieve eigenschappen als constante kwaliteit en korte bereidingstijd, gering. Redenen hiervoor zijn onder andere het lage rendement voor de slager, de groeiende betekenis van de prijs bij de aankoop van vlees en de wat vlakke smaak van het vlees.

De prijs waartegen jong rundvlees naar binnen- en buitenland wordt verkocht ligt doorgaans f 1,50 tot f 3,00 onder de gemiddelde marktprijs van blank kalfs-vlees. De prijs van jong rundvlees ligt daarmee iets boven die van stierevlees, terwijl de kostprijs van jong rundvlees ongeveer gelijk is aan die van stierevlees. Voor het in het binnenland onder merk verkochte jong rundvlees gelden uiteraard andere (hogere) prijzen.

Door de lagere garantieprijzen voor granen zullen de voerprijzen dalen. Daar bij de produktie van jong rundvlees relatief meer krachtvoer wordt gebruikt dan bij de produktie van stierevlees, zal de concurrentiepositie van jong rundvlees ten

opzichte van stierenvlees verbeteren. Bovendien krijgen de intensieve stierenhouders nauwelijks compenserende stieleremie. Vooral deze bedrijven zullen daarom willen overschakelen naar de productie van jong rundvlees.

Duitsland

Jong rundvlees is in Duitsland redelijk bekend. Het wordt er afgezet als een lage kwaliteit kalfsvlees, met name in Zuid-Duitsland, waar een roze vleeskleur minder problematisch wordt gevonden. De prijs is er ruim 1 DM per kg lager dan voor blank kalfsvlees. Het vlees wordt met name afgezet aan grootkeukens en cateringbedrijven.

Bij de geïnterviewden in Duitsland bestaat behoefte aan een eenduidige produktdefiniëring. Dit maakt het gemakkelijker het jong rundvlees een eigen plaats te geven en daarover te communiceren met handelaren en consumenten. Men verwacht dat een eventuele toename van de jong-rundvleesconsumptie vooral ten koste van kalfsvlees zal moeten gaan, gezien de prijsnotering van jong rundvlees. De schattingen van de toekomstige marktomvang lopen uiteen van 1 tot 10% van de kalfsvleesmarkt (circa 70.000 ton per jaar). Over de marktomvang bij een eigen positionering van jong rundvlees tussen kalfsvlees en rundvlees konden de geïnterviewden geen uitspraak doen. Dit is sterk afhankelijk van de specifieke positionering van het jong rundvlees.

Italië

Ook in Italië wordt jong rundvlees afgezet via een deel van de kanalen die ook kalfsvlees afzetten. Het zijn vooral bedrijfskantines en restaurants in toeristencentra die ook jong rundvlees kopen. Deze categorieën letten vooral op de prijs. Het prijsverschil tussen eerste kwaliteit kalfsvlees en jong rundvlees bedraagt f 2,50 tot f 3,50 per kg.

Het aandeel jong rundvlees in de totale vleesconsumptie is zeer beperkt. Door de hogere consumptie in toeristengebieden bedraagt het aandeel bij de bedrijven die dit produkt verhandelen in de zomermaanden 10 tot 15% van hun totale kalfsvleesomzet. De verwachting is, dat deze hoeveelheid nog kan toenemen. Vooral bedrijfskantines en restaurants in toeristencentra kunnen nog meer jong rundvlees afnemen. Ook ziet men mogelijkheden in Zuid-Italië waar men een voorkeur heeft voor mager rundvlees. Momenteel ondervindt Nederlands jong rundvlees met name in de wintermaanden concurrentie van Deens baby beef. In 1992 bedroeg de importprijs van dit vlees in Italië f 7,30 per kg. De Italiaanse vleesgroothandel geeft er de voorkeur aan jong rundvlees te gaan promoten als een nieuwe vleessoort, teneinde de consument duidelijkheid te geven en bestaande markten niet te verstoren.

Frankrijk

In Frankrijk wordt het jong rundvlees eveneens afgezet aan de onderkant van het kalfsvleessegment. Voor een gering gedeelte wordt het gemengd met blank kalfsvlees bij de bereiding van consumentenprodukten (biefstuk tartaar en dergelijke). Het overgrote deel wordt afgezet in het kalfsvleessegment aan prijsgevoelige afnemers zoals grootkeukens. Een prijsverschil van 2 tot 3 FF per kg met de laagste kwaliteit blank kalfsvlees is daarbij minimaal nodig om het produkt interessant te maken. Dit marktsegment heeft een beperkte omvang. Voor afzet in het grotere rundvleessegment is volgens de geïnterviewden een forse prijsverlaging nodig. Men is namelijk zeer pessimistisch over de mogelijkheden jong rundvlees af te zetten als rundvlees van hoge kwaliteit.

Wat de aanlevering betreft bestaat er een voorkeur voor verder uitgesneden produkten, omdat de verwaarding niet totaal in het kalfsvleessegment kan plaatsvinden. Voor verwaarding in het rundvleessegment is de prijs nu te hoog. Ook in

Frankrijk wordt het jong-rundvlees afgezet via de afzetkanalen voor kalfsvlees. Men verwacht, dat een eventuele verdere groei van de jong rundvleesafzet ten koste zal moeten gaan van blank kalfsvlees. Overigens verwacht men in het kalfsvleessegment nauwelijks een toename van de afzetmogelijkheden van jong rundvlees. Uitbreiding van de afzet in het rundvleessegment is gegeven de huidige prijs vrijwel onmogelijk. Een belangrijke factor hierbij is ook dat voor consumenten het onderscheid tussen de diverse vleessoorten moeilijk te zien is.

Spanje

In Spanje is de kalfsvleesconsumptie relatief klein. Er wordt duidelijk onderscheid gemaakt tussen kalfsvlees (blank) en rundvlees (rood). Jong rundvlees komt vanwege de kleur in het roodvleessegment terecht en zal zich daar een plaats moeten veroveren. In dit segment zijn de prijsverschillen tussen de diverse soorten en kwaliteiten gering. Daarbij gelden de volgende gemiddelde prijzen: blank kalfsvlees 820 peseta's (circa f 11,30) per kg, rundvlees (ternera en slachtkoeien) 500 peseta's (circa f 6,90) per kg.

Men verwacht in Spanje geen groei van de totale vleesconsumptie. Het vlees is er relatief duur. Jong rundvlees heeft alleen een kans van slagen in het rundvleessegment, tegen stierevleesprijzen. Kortom, het zal een beperkte markt blijven. In Zuid-Spanje zouden er relatief iets meer afzetmogelijkheden zijn, omdat men daar jonger rundvlees (ternera) prefereert dan in het noorden.

Conclusies en aanbevelingen

Voor het opbouwen van een marktpositie is een duidelijk produktconcept een voorwaarde. Gebleken is dat het produktconcept nog lang niet bij iedereen bekend is, terwijl er verder ook andere soorten jonger rundvlees (baby beef) te koop zijn. Een duidelijk concept kan het imago van jong rundvlees verbeteren.

De belangrijkste marktsegmenten voor jong rundvlees zijn grootkeukens en kantines en de detailhandel in het zuiden van Duitsland, Italië en Spanje. De te realiseren prijs ligt f 1,50 tot f 3,00 onder die van kalfsvlees en wat boven de prijs stierevlees. Ten tijde van het onderzoek was de produktie van jong rundvlees gegeven deze opbrengstprijzen en de berekende kostprijs vrijwel kostendekkend.

Om enig inzicht te krijgen in de mogelijke betekenis van de jong rundvleesmarkt voor Nederlandse producenten, is een theoretische berekening gemaakt van de produktie-omvang. Hierbij zijn drie willekeurige scenario's met betrekking tot de marktomvang van jong rundvlees gehanteerd, namelijk 2%, 4% of 6% van de bestaande rund- en kalfsvleesconsumptie. Bij deze marktaandelen gaat het om een jaarproduktie van respectievelijk 62.400, 125.300 en 188.200 dieren. Dit betekent bij uitsluitend gespecialiseerde bedrijven respectievelijk 85, 170 en 250 mesters. Ter vergelijking kan vermeld worden, dat er momenteel circa 700 gespecialiseerde stierenhouders in Nederland zijn.

Aanbevolen wordt verder onderzoek te doen naar de beste positionering van jong rundvlees in de markt. Daarbij dient onder andere informatie te worden verkregen over de mening van de consumenten, de afzetmogelijkheden van de verschillende deelstukken en de omvang van de verschillende marktsegmenten. In eerste instantie dienen de markten in Nederland, Duitsland en Italië te worden onderzocht. In een later stadium kan ook de Franse, Spaanse en Portugese markt aan de orde komen.

CONCLUSIES EN AANBEVELINGEN

Conclusies

Het produktconcept van jong rundvlees dient te worden verduidelijkt. Een duidelijk produktconcept is namelijk een voorwaarde voor het opbouwen van een marktpositie, het imago van jong rundvlees en het uitvoeren van een promotiebeleid. Op dit moment is het produktconcept niet bij alle afnemers van jong rundvlees bekend, bovendien zijn er soortgelijke produkten met andere produktaanduidingen.

De belangrijkste marktsegmenten voor jong rundvlees zijn momenteel de prijskopers uit het grootverbruiksegment (restaurants, grootkeukens en kantines) in alle onderzochte landen. In plaats van kalfsvlees serveren deze vaak het iets minder malse maar goedkopere jong rundvlees. Andere interessante marktsegmenten zijn de detailhandel in Zuid-Duitsland, in Zuid-Italië en in Zuid-Spanje. In Zuid-Duitsland is een rodere kleur minder problematisch, terwijl Zuid-Italië relatief mager rundvlees vraagt en in Zuid-Spanje relatief jong rundvlees wordt gegeten. In Frankrijk wordt het jong rundvlees vooral ook gebruikt bij de bereiding van hamburgers (zie figuur 1). Door het hoge eiwitgehalte is het hier ook zeer geschikt voor.

De prijs die men voor jong rundvlees kan realiseren ligt beduidend (f 1,50) lager dan die van kalfsvlees, doch lag tijdens het onderzoek wat boven die van stierevlees. Gezien de kostprijsverschillen en de hoogte van de kalfsvleesprijs duidt dit op een vrijwel kostendekkende produktie van jong rundvlees (zie figuur 1).

Het imago van het jong rundvlees bij de handel is dat van een lage kwaliteit kalfsvlees (ondereind kalfsvleessegment). Dit hangt samen met de afzet via dezelfde kanalen als kalfsvlees en de onduidelijkheid over het produktconcept. Vleeshandel en consumenten kunnen het vlees door de onduidelijkheid over de produkteigenschappen en de produktwijze van jong rundvlees moeilijk plaatsen. Duidelijkheid op dit punt is behalve voor het imago ook gewenst voor het niet of minder verstoren van bestaande markten.

	Nederland	Duitsland	Frankrijk	Italië	Spanje
Segmenten					
- grootverbruik	restaurants onder merk	grootkeukens catering	grootkeuken	bedrijfs- kantines, restaurants	als rund- vlees Zuiden
- industrie			bijmenging als kalfsvlees in tartaar		
- detailhandel	topslager onder merk	als kalfsvlees in Zuiden		als rund- vlees Zuiden	als rund- vlees Zuiden
Prijs	tussen kalfs- en stierevlees	1 DM onder kalfsvleesprijs klasse 5	2 tot 3 FF onder kalfs- vleesprijs, klasse 5	circa f 3,- onder kalfs- vleesprijs	gelijk aan duurder rundvlees

Figuur 1 Potentiële marktsegmenten voor jong rundvlees in de onderzochte landen

Over de mogelijke omvang van de jong-rundvleesmarkt bestaat nog veel onzekerheid. Dit is voor een groot deel terug te voeren op de onduidelijkheid over de positionering van dit vlees in de markt. Wel is uit de gesprekken duidelijk geworden, dat de introductie van jong rundvlees ten koste gaat van andere vleessoorten. Een uitbreiding van de totale vleesconsumptie door de introductie van jong rundvlees wordt niet verwacht.

Om enig inzicht te krijgen in de mogelijke Nederlandse produktie-omvang op middellange termijn (drie tot vijf jaar) zijn een drietal alternatieven naast elkaar uit gewerkt (figuur 2). Deze zijn gebaseerd op een drietal verschillende marktaandelen voor jong rundvlees. Bij de berekeningen is uitgegaan van een aandeel van jong rundvlees van 2%, 4% of 6% in de bestaande rund- en kalfsvleesmarkt. Verder is gerekend met een geslacht gewicht per dier van 175 kg en met het huidige Nederlandse marktaandeel voor rund- en kalfsvlees in de verschillende landen.

	Laag	Gemiddeld	Hoog
Nederland	33.000	66.500	100.000
Duitsland	8.700	17.400	26.100
Italië	10.750	21.500	32.250
Frankrijk	9.100	18.200	27.300
Spanje	850	1.700	2.550
Totaal	62.400	125.300	188.200

Figuur 2 Enkele scenario's over de mogelijke omvang van de Nederlandse produktie van jong rundvlees (aantal dieren per jaar)

Om een indruk te krijgen van het aantal hierbij betrokken producenten kan worden uitgegaan van de in de kostprijsberekening gebruikte bedrijfsomvang van 500 plaatsen en circa 1,50 ronde per jaar. Bij deze uitgangspunten omvat de sector bij een geringe omvang circa 80 mesters. Bij een gemiddelde omvang circa 160 en bij een grote omvang circa 240. Ter vergelijking kan vermeld worden, dat het aantal gespecialiseerde stieremesters momenteel circa 700 bedraagt.

Aanbevelingen

Het onderzoek heeft aangetoond, dat jong rundvlees op verschillende manieren in de markt kan worden gepositioneerd, namelijk als een lage kwaliteit kalfsvlees, als een betere kwaliteit rundvlees of als een tussenprodukt. Nader onderzoek zal moeten aangeven welke positionering de beste perspectieven qua marktomvang, marktsegmenten en opbrengstprijz geeft. Op basis van de resultaten van het huidige onderzoek bij vleeshandelaren lijkt positionering als een betere kwaliteit rundvlees het meeste perspectief te bieden.

Bij vervolgonderzoek dienen de opvattingen van de consument en de mogelijkheden voor verwaarding van het totale karkas aan de orde te komen. In het bijzonder dienen ook de mogelijkheden voor edele delen en de afzetkansen op de fast food markt te worden gezien. Tevens dient inzicht te worden verkregen in het effect van apart gelabeld aanbieden van jong rundvlees. Afhankelijk van de uitkomsten van het onderzoek en de gekozen positionering kan worden besloten of het zinvol is in internationaal verband te praten over afspraken met betrekking tot de benaming van jong rundvlees en soortgelijke produkten.

Volgens deze eerste verkenning bieden vooral Duitsland en Italië perspectief. Ook in Nederland zijn er mogelijkheden. Het vervolgonderzoek zal zich dan ook in eerste instantie op deze drie markten dienen te richten. In een later stadium zou ook de Franse, Spaanse en mogelijk Portugese markt verder kunnen worden onderzocht.

1. INLEIDING

Door de groeiende produktie en de daaruit voortvloeiende omvangrijke interventievoorraden staat de rundvleesprijs onder druk. De daaropvolgende verlagingen van de interventieprijs hebben de toekomstperspectieven van de gespecialiseerde stierenhouderijen verminderd.

Voor de stierenhouders is het beschikbaar komen van een alternatief produkt van groot belang. Doordat het geslacht gewicht van jong rundvee lager is dan dat van stieren levert een gedeeltelijke omschakeling ook een positieve bijdrage aan de vermindering van het rundvleesoverschot.

Een belangrijke vraag is echter of er op de markt plaats is voor een produkt, dat zich qua eigenschappen tussen kalfsvlees en rundvlees bevindt. En zo ja, hoe groot die markt dan is. Om hier achter te komen, besloten het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, Directie Industrie en Handel en het Produktschap Vee en Vlees, LEI-DLO te vragen hiernaar een eerste oriënterend onderzoek uit te voeren.

De benodigde informatie over handelskanalen, marktsegmenten, prijzen, toekomstige ontwikkelingen en de potentiële marktomvang zijn verzameld via vraaggesprekken met een aantal deskundigen in Nederland, Duitsland, Frankrijk, Italië en Spanje. De adressen van de te benaderen bedrijven en deskundigen zijn aangedragen door het Nederlands bedrijfsleven en door Nederlandse landbouwat-taché's.

De vraaggesprekken in Nederland zijn in juni 1993 gevoerd, die in Duitsland, Italië, Spanje en Frankrijk in november. Tijdens de vraaggesprekken is ingegaan op verkochte typen jong rundvlees, de prijs, de distributie, de promotie en de toekomstverwachtingen.

Na deze inleiding worden achtereenvolgens de resultaten van de studie in de diverse landen besproken. Elke landenbespreking wordt afgesloten met enkele conclusies.

2. NEDERLAND

Inleiding

De in tabel 2.1 en 2.2 opgenomen voorzieningsbalansen van respectievelijk kalfs- en rundvlees geven een indruk van de betekenis van produktie, consumptie en handel. Uit tabel 2.1 blijkt de geringe consumptie van kalfsvlees in Nederland die bij een groot aantal slachtingen resulteert in een hoge zelfvoorzieningsgraad. De consumptie van rundvlees is vele malen groter dan die van kalfsvlees. Ook bij rundvlees is de binnenlandse produktie groter dan de consumptie, zodat Nederland ook voor dit produkt een zelfvoorzieningsgraad van meer dan 100% heeft.

Tabel 2.1 Verzorgingsbalans kalfsvlees in Nederland

	1990	1991	1992	1993 *)
(basis m/b x 1.000 ton)				
Slachtingen	165	176	184	186
Invoer, levend	16	17	18	20
Uitvoer, levend	5	4	4	5
Bruto eigen produktie	155	64	171	171
Invoer vlees en -waren	1	1	2	2
Uitvoer vlees en -waren	149	157	167	170
Beschikbaar voor verbruik	17	21	19	18
Beschikbaar per hoofd (kg)	1,2	1,4	1,3	1,2
Zelfvoorzieningsgraad	887	789	888	939

*) Voorlopig.

Bron: PVV/CBS.

Tabel 2.2 Verzorgingsbalans rundvlees in Nederland

	1990	1991	1992	1993 *)
(basis m/b x 1.000 ton)				
Slachtingen	373	454	452	418
Invoer, levend	51	58	73	71
Uitvoer, levend	11	13	19	17
Bruto eigen produktie	332	410	399	364
Invoer vlees en -waren	81	98	112	122
Uitvoer vlees en -waren	182	265	294	281
Voorraad mutatie	0	2	-1	-1
Beschikbaar voor verbruik	272	285	272	261
Beschikbaar per hoofd (kg)	18,2	18,9	18,0	17,1
Zelfvoorzieningsgraad	122	144	147	140

*) Voorlopig.

Bron: PVV/CBS.

Produkt

Het jong rundvlees heeft een aantal kenmerken waardoor het zich onderscheidt van kalfsvlees en stierevlees, zie tabel 2.3.

Tabel 2.3 *Produkteigenschappen kalfsvlees, jong rundvlees, stierevlees en baby beef*

Kenmerken	Kalfsvlees	Jong rundvlees	Stierevlees	Baby beef
Slachtleeftijd	6 maanden	8 maanden e)	16 maanden	13-14 maanden
Vleeskleur	blank-licht roze	roze/rood	donker roze- rood	donker roze
Gemest met ruwvoer	nee	ja	ja	ja
Groepshuisvesting	meestal niet	ja	ja	ja (15%)
Gem. karkas gewicht	154 kg	175 kg	366 kg	265 kg
Gem. kostprijs per kg gesl. gewicht "af boerderij"	f 11,56	f 8,52	f 8,53 f)	f 8,60
Gem. opbrengstprijis per kg gesl. gewicht "af boerderij"	f 10,00 a)	f 8,93 b)	f 7,62 c)	d)

a) Op basis van de marktprijs per kilogram levend gewicht, inclusief btw voor tweede soort en een aanhoudingspercentage van 65%; b) Op basis van de gemiddelde prijs per kilogram levend gewicht, inclusief btw en een aanhoudingspercentage van 56%; c) slachtrundernote-ring volgens Europ-indelingsschema, stieren R2, per kilogram geslacht gewicht, inclusief btw; d) Geen notering voor bekend; e) De slachtleeftijd (31 tot 32 weken) luistert in verband met de overgang van kalfsvlees naar rundvleeseigenschappen zeer nauw; f) Er is geen rekening gehouden met de stierepremie van over de hele stapel gemiddeld f 0,30 per kg. Bedrijven met een hoge veedichtheid komen hiervoor niet in aanmerking.

De verschillen in produktiewijze resulteren in verschillen in kleur en sensorische eigenschappen van het vlees. Uit een onderzoek met behulp van een analytisch panel van het IVO (Dijkstra et al. 1990, Rapport B-350) bleek dat smaak, geur en malsheid niet significant verschillen. De kleur week wel significant af. Bij een instrumentale meting van de malsheid, bleek deze voor jong rundvlees duidelijk geringer te zijn dan voor blank kalfsvlees. Door aanpassing van het voer (meer krachtvoer) verschillen volgens recente door het bedrijfsleven uitgevoerde proeven smaak, geur en malsheid nu wel significant van die van blank kalfsvlees.

Alhoewel reeds enige tijd jong rundvlees in Nederland wordt geproduceerd, is dit bij consumenten niet bekend. Er moet overigens rekening mee worden gehouden dat door de minder uniforme produktiewijze (met name samenstelling voederpakket) de constantheid van de sensorische eigenschappen geur, smaak en malsheid minder zal zijn dan bij kalfsvlees. In Nederland wordt ook nauwelijks baby beef, een andere soort jong rundvlees geproduceerd en geconsumeerd.

Een beperkt deel van het geproduceerde jong rundvlees wordt in het binnenland onder merknaam verkocht in duurdere restaurants en op beperkte schaal ook aan slagers. Daarnaast wordt een beperkte hoeveelheid jong rundvlees anoniem in Nederland afgezet, meestal in het onder eind van de kalfsvleesmarkt. Dit geldt ook voor het overgrote deel dat geëxporteerd wordt. Door het vlees niet afzonderlijk in de markt te positioneren is de prijs het belangrijkste verkoopargument. Deze wijze van afzet brengt het gevaar met zich mee, dat klanten teleurgesteld zijn in het produkt; men verwacht immers kalfsvlees. Dit kan resulteren in afzetverlies voor blank kalfsvlees en in een prijsdrukkende werking op en imagooverlies voor blank kalfsvlees.

In het houderijsysteem (dierenwelzijn), de korte bereidingstijd en in de sensorische eigenschappen (malsheid) van het jonge rundvlees zijn aanknopingspunten voor een afzonderlijke marktpositionering te vinden. Tot nu toe is het daar, behoudens de verkoop onder merk, niet van gekomen vanwege onzekerheid over de te verwachten marktomvang en de omvang van de noodzakelijke investeringen in promotie en reclame. Een belangrijke overweging bij het positioneren is verder dat consumenten kalfsvlees associëren met en herkennen aan een witte kleur. Met name op de afzetmarkten in Zuid-Europa is de kleur het kwaliteitskenmerk.

Vergeleken met kalfsvlees heeft jong rundvlees als nadeel, de ongunstiger vlees/beenverhouding en de lagere opbrengst van het vijfde kwartier. Zo is de lever grover, korreliger en donkerder en niet geschikt voor het snijden van leverlapjes. Verder is de lebmaag niet geschikt voor de winning van stremsel. De huid wordt verkocht als kalverhuid en heeft dus minder effect op de opbrengst per kilogram geslacht gewicht. Ook is de zwezerik de helft kleiner dan bij vleeskalveren en tenslotte vraagt het slachten meer tijd. De slachterij dient daarbij ook te zijn ingesteld op de verwerking van de pens- en darminhoud van jong rundvlees. Deze is namelijk veel groter dan bij vleeskalveren. Ook is het dier groter en zwaarder. Om deze redenen zijn investeringen in de slachtlijn (goten, darmschalen, hoogte slachtbordes en dergelijke) noodzakelijk. Het jong rundvlees heeft verder een wat grovere draad dan kalfsvlees en doordat het wat vetter is een geringer vochthoudend vermogen, waardoor het wat sneller verwerkt dient te worden. De lagere opbrengst van het vijfde kwartier vergeleken met dat van vleeskalveren bedraagt volgens het bedrijfsleven circa f 60,- per dier, terwijl de hogere slachtkosten ongeveer f 10,- per dier bedragen.

Tabel 2.4 Kostprijzen van kalfsvlees, jong rundvlees, stierevlees en baby beef op slachterij-niveau (in guldens)

Kenmerken	Kalfsvlees	Jong rundvlees	Stierevlees	Baby beef
Gem. kostprijs per kg gesl. gewicht "af boerderij"	11,56	8,52	8,53	8,60
Stierepremie			- 0,30	
Lagere opbrengst vijfde kwartier (f 60,- per dier)		+ 0,34	+ 0,17	+ 0,23
Hogere slachtkosten *): per kg gesl. gewicht per dier		+ 0,06 10,-	+ 0,04 15,-	+ 0,05 13,-
Kostprijs "af slachterij"	11,56	8,92	8,44	8,98

*) De gemiddelde totale slachtkosten per volwassen rund bedragen circa f 75,-.

Prijs

De prijs van het jong rundvlees beweegt zich tussen de prijs van kalfs- en stierevlees in. Het PR in Lelystad heeft de volgende kostprijzen berekend voor kalfsvlees en jong rundvlees (zie ook bijlage 1): kalfsvlees f 11,56 (geslacht gewicht van 150 kg), jong rundvlees f 8,52 (geslacht gewicht 174 kg), baby beef f 8,60 (geslacht gewicht 265 kg), stierevlees circa f 8,53 exclusief de stierepremie van over de hele stapel gemiddeld f 0,30 per kg (geslacht gewicht 356 kg). Afgaande op de kostprijsverschillen dient jong rundvlees een iets hogere prijs op te brengen dan stierevlees. Wel kan de prijs iets lager zijn dan die van baby beef en zelfs veel lager dan die voor kalfsvlees.

Op de binnenlandse markt wordt het onder merk verkochte jong rundvlees tegen goede prijzen afgezet. Het niet onder merk verkochte jong rundvlees wordt in binnen- en buitenland verkocht tegen prijzen die in de buurt van die voor stierenvlees liggen en dus duidelijk lager zijn dan die voor kalfsvlees uit de kleurklassen 4 en 5. De afnemers in binnen- en buitenland kopen het jong rundvlees zonder merk vooral als een goedkoop alternatief voor kalfsvlees. Een positionering als een betere kwaliteit rundvlees komt zelden voor.

Van de totale Nederlandse kalfsvleesproductie werd in 1992 17% geclassificeerd in kleurklasse 4 en 8% in klasse 5 (opgave PVV en CBS). Het percentage kalfsvlees in klasse 5 is inclusief jong rundvlees. Immers door de roze kleur ervan wordt dit vlees standaard in de klasse 5 ingedeeld. In 1992 bestond circa 3% van de geclassificeerde hoeveelheid uit jong rundvlees. In 1993 is dat naar schatting toegenomen tot circa 5%.

Distributie

In Nederland worden al een aantal jaren jonge runderen geslacht. Het totaal aantal slachtingen is in 1993 toegenomen van 500 tot 1.000 stuks per week. Deze groei zette zich in de eerste maanden van 1994 versterkt door, zodat het aantal slachtingen per week op korte termijn circa 2.000 zal bedragen.

De afzet van deze groeiende productie heeft geen problemen ondervonden, onder andere doordat de staking bij Deense slachterijen het mogelijk maakte een deel van de Deense baby beef-afzet over te nemen.

De jonge runderen worden zowel in het binnen- als in het buitenland afgezet. De binnenlandse afzet is beperkt. De belangstelling voor dit vlees bij de detailhandel is (nog) niet groot. Redenen hiervoor zijn de onzekerheid over de reactie van de consument, het relatief lage rendement voor de slager, de als wat vlak beoordeelde smaak van het vlees en de groeiende betekenis van de prijs bij de aankoop van vlees. Als positieve aspecten van jong rundvlees worden genoemd de constante kwaliteit en de korte bereidingstijd. In Nederland wordt een beperkt deel van het jong rundvlees onder een merknaam aangeboden in de duurdere restaurants en bij slaggers. Het overgrote deel van het jong rundvlees gaat naar het buitenland, met name naar Duitsland, Frankrijk en Italië. Het wordt in hoofdzaak verkocht aan vleesgroothandelaren/importeurs. De afzet van jong rundvlees in het buitenland sluit momenteel vooral aan bij de afzet van kalfsvlees.

In Nederland bieden de slachterijen het jong rundvlees in hoofdzaak in bewerkte vorm (uitbenen, vacumeren) aan. Dit hangt samen met de verkoop onder merk. De verkoop naar het buitenland gebeurt hoofdzakelijk in karkasvorm aan de vleesgroothandel. De buitenlandse vleesgroothandel/importeur bewerkt het vlees vervolgens overeenkomstig de wensen van zijn afnemers.

Tot slot kan nog worden vermeld, dat in Nederland door een aantal grootwinkelbedrijven naast wit kalfsvlees ook kleine hoeveelheden (groepsgehuist) gg-kalfsvlees of Frans scharrelkalfsvlees worden afgezet. Dit vlees is een alternatief voor blank kalfsvlees en wordt verkocht tegen iets hogere prijzen en speelt in op de toenemende zorg bij consumenten voor het welzijn van de dieren.

Promotie

In Nederland wordt op beperkte schaal promotie voor jong rundvlees gemaakt. Hierbij wordt de nadruk gelegd op de merknaam en het exclusieve karakter van jong rundvlees. In het buitenland vindt geen promotie voor deze vleessoort plaats.

Vanwege de vlakke smaak, het relatief lage rendement voor de slager en de recentelijk weer groeiende betekenis van de prijs bij de aankoop, acht de detailhandel de binnenlandse potentiële markt voor jong rundvlees niet erg groot, ondanks positieve punten als constante kwaliteit en korte bereidingstijd. Bovendien daalt de rundvleesconsumptie en is het kwaliteitssegment binnen de markt in ons land beperkt (circa 17%). Ook de kalfsvleesconsumptie is in ons land erg laag. Om een productie van jong rundvlees van enige omvang op te bouwen zal dus export noodzakelijk zijn.

Gegeven de huidige snelle uitbreiding van de productie (een verdubbeling binnen een jaar) bestaat er een gerede kans op lagere prijzen voor jong rundvlees. Dit temeer omdat door bijzondere omstandigheden (staking Deense slachterijen) de grotere productie tijdelijk gemakkelijker kon worden afgezet.

Verwacht mag worden, dat het nu nog anoniem verkochte jong rundvlees in de toekomst duidelijker in de markt gepositioneerd zal worden. Vanwege de omvang van de potentiële markt en mogelijk prijsbederf op de kalfsvleesmarkt zal dit dienen te gebeuren als een goede kwaliteit rundvlees en niet als een mindere kwaliteit kalfsvlees. Voor de toekomstige marktpositie is ook van wezenlijk belang dat gegarandeerd kan worden, dat bij de productie geen verboden groeistimulatoren worden gebruikt en dat een IKB-regeling wordt ingevoerd.

Voor jong rundvlees gelden nu nog de normen van vleeskalveren als het gaat om de vaststelling van de ammoniak en fosfaatproductie. Verwacht wordt, dat de nieuw vast te stellen definitieve normen voor deze diersoort de werkelijkheid beter zullen weergeven (de werkelijke ammoniak- en fosfaatproductie liggen ongeveer op hetzelfde niveau als bij vleesstieren). Dit kan betekenen een stijging van de ammoniaknorm van 1,5 naar bijvoorbeeld 4,5 en van de fosfaatsnorm van 5,2 naar bijvoorbeeld 10,0. Als dit doorgaat, dan wordt voor vleeskalverproducenten de overschakeling op jong rundvlees bemoeilijkt. Men krijgt immers te maken met grotere hoeveelheden mineralen die op eigen land of aan anderen moeten worden afgezet. Voor de houders van vleesstieren wordt door de bijstelling van de normen de omschakeling minder voordelig dan nu. Gegeven de voornemens tot een verdere aanscherping van het mest- en milieubeleid krijgen echter ook de stierenhouders in de toekomst te maken met hogere kosten.

Berekeningen over de gevolgen van de invoering van het Mac Sharry-beleid (LEI-DLO publikatie 1.23) geven aan dat de vermindering van de melkveestapel, ondanks het verlagen van de interventieprijs voor stierenvlees waarschijnlijk zal leiden tot een wat grotere rundvleesproductie. De reden daarvan is de te verwachten daling van de voerprijzen door de verlaging van de garantieprijs van granen. De lagere voerprijzen zal waarschijnlijk vooral doorwerken in de kostprijs van jong rundvlees. Bij deze productie wordt in grotere mate dan bij stieren krachtvoer gebruikt. Ondanks de compensatie die vleesstierenhouders via de stierepremie krijgen, zal hun relatieve concurrentiepositie toch verslechteren. In het bijzonder geldt dit voor de bedrijven met een hoge veedichtheid, die om die reden niet in aanmerking komen voor de stierepremie. Met name deze bedrijven zullen op jong rundvlees (willen) overschakelen (LEI-DLO mededeling 486).

Conclusies

Jong rundvlees is een vleessoort die van kalfs- en stierenvlees kan worden onderscheiden op basis van vleeskleur, sensorische eigenschappen (smaak, geur, malsheid, sappigheid), voerregime (ruwvoer/krachtvoer) en houderijsysteem. Het zit daarmee tussen kalfs- en stierenvlees in. Het kan in principe worden verkocht als ondereind van het kalfsvlees of als kwaliteits rundvlees. Afhankelijk van de positionering zal het dus concurrentie ondervinden van of kalfsvlees of stierenvlees.

De binnenlandse markt voor jong rundvlees zal ondanks allerlei positieve aspecten (korte bereidingstijd, constante kwaliteit, groepshuisvesting) van beperkte omvang zijn. Dit hangt samen met de binnen de EU naar verhouding geringe Nederlandse kalfs- en rundvleesconsumptie, de wat vlakke smaak van het vlees, het relatief geringe rendement voor de slagers en de geringe groei van de totale vleesconsumptie. Hierdoor zal de afzet van jong rundvlees vrijwel uitsluitend via verdringing van andere vleessoorten kunnen groeien. Bovendien is het kwaliteitssegment in de markt, het potentieel meest kansrijke segment, beperkt.

Afzet van jong rundvlees als kalfsvlees is met name mogelijk richting de prijsskopers uit het grootverbruiksegment. Het geeft hen de mogelijkheid tegen een relatief lage prijs toch mals "kalfsvlees" te serveren. Gezien de huidige koppeling in de afzetkanalen tussen kalfsvlees en jong rundvlees ligt afzet in het kalfsvleessegment voor de hand. Deze markt is echter zeer beperkt van omvang. Bovendien heeft het positioneren van jong rundvlees als kalfsvlees het gevaar, dat de afnemers teleurgesteld zijn in hun verwachtingen en zich afkeren van kalfsvlees of niet meer bereid zijn de hoge prijs daarvoor te betalen. Om deze redenen verdient dit geen aanbeveling.

Om een marktsegment in de rundvleesmarkt te veroveren, moet er een duidelijke positionering van het vlees plaatsvinden. Alleen zo kan de relatief hoge prijs gerechtvaardigd worden. Met name de malsheid, de korte bereidingstijd en de constante kwaliteit bieden hiervoor mogelijkheden. De positionering als een apart segment binnen de totale rundvleesmarkt brengt kosten voor promotie en PR met zich mee. Daar staat tegenover, dat de markt in potentie groter is dan die voor kalfsvlees.

Afhankelijk van de positionering en de marketinginspanningen is een meer of minder groot aandeel in de Nederlandse consumptie van rund- en kalfsvlees haalbaar. Om een indicatie te krijgen van de effecten van de verschillen in omvang van de produktie, is deze hier aangegeven bij een marktaandeel van 2%, 4% of 6%. De huidige rund- en kalfsvleesconsumptie in Nederland bedraagt 291.000 ton per jaar. Een marktaandeel van 2% betekent een consumptie van 5.820 ton jong rundvlees. Dit is op jaarbasis ruim 33.000 dieren. Marktaandelen van 4% en 6% komen overeen met jaarproducties van jong rundvlees van respectievelijk 66.500 en circa 100.000 dieren.

3. DUITSLAND

Inleiding

De consumptie van rundvlees in Duitsland ligt met een kleine 20 kg per hoofd ongeveer op het gemiddelde in de EG. De consumptie van kalfsvlees is met ongeveer 1 kg per hoofd laag en dalend. Met een invoer van bijna 39.000 ton kalfsvlees uit Nederland is Duitsland de op één na belangrijkste exportbestemming voor Nederlands kalfsvlees. Het aandeel van kalfsvlees in de totale Nederlandse export van rund- en kalfsvlees naar Duitsland ligt rond de 33%.

Tabel 3.1 Verbruik per hoofd en zelfvoorzieningsgraad van vlees in Duitsland (1993)

	Verbruik per hoofd (kg)	Zelfvoorzienings- graad (%)
Rundvlees	18,1	110
Kalfsvlees	0,9	85
Varkensvlees	57,2	80
Schape- en geitevlees	1,0	51
Slachtpluimvee	12,3	62
Totaal vlees	89,5	83

Het produkt

Het jong rundvlees is in zijn algemeenheid in Duitsland redelijk bekend. Naar verluidt is een vergelijkbaar concept een jaar of vier geleden ook door de Duitse kalversector op de markt gebracht, toen overigens zonder succes. Ook in België schijnt een vergelijkbaar produkt geproduceerd te worden. Een nadere aanduiding door de geïnterviewden over deze produkten kon niet worden gegeven. Ook een meer precieze definiëring en het aangeven van de onderscheidende kenmerken van het Nederlandse jong rundvlees ten opzichte van min of meer vergelijkbare produkten kon door de geïnterviewden niet worden gegeven, ook niet door de huidige afnemers van jong rundvlees uit Nederland.

Het produkt wordt in Duitsland afgezet als een lage kwaliteit kalfsvlees. Met name in Noord-Duitsland is de blanke kleur belangrijk en is een roze/rode kleur reden voor declassificatie. In Zuid-Duitsland is de kleur van het kalfsvlees in het algemeen wat meer roze door de minder intensieve wijze van produktie. Hier past het Nederlandse jong rundvlees beter in het kalfsvleessegment, zij het aan de onderkant vanwege de rodere kleur.

Er bestaat bij de geïnterviewden een duidelijke behoefte aan een eenduidige classificatie van de kalfs- en rundvleessoorten bij voorkeur in internationaal verband. Een produkt als het Nederlandse jong rundvlees zou dan een aparte plaats kunnen krijgen. Overigens wordt de term jong rundvlees geassocieerd met een zwaarder dier dan in het produktconcept (zie tabel 2.3) beschreven staat, meer richting baby beef.

Uit consumentenonderzoek (pvv kalfsvleesonderzoek consumenten Duitsland) blijkt, dat men er kalfsvlees vooral waardeert vanwege de korte bereidingstijd, de zachtheid, het ontbreken van zenen en de lichte verteerbaarheid.

Als minder positief worden genoemd de hoge prijs en verder soms de produktiewijze (jonge dieren, gebruik van groeibevorderaars).

Prijs

De lagere prijs ten opzichte van blank kalfsvlees is het aankoopargument voor het jonge rundvlees. Verder in de produktiekolom vindt het zijn weg in het prijsgevoelige marktsegment, waarbij vooral de grootkeuken en in mindere mate het cateringsegment de eindgebruikers zijn. Er vindt geen verkoop plaats richting huishoudelijke markt.

Op dit moment ligt de prijs van het jong rundvlees ongeveer 1 DM onder het prijsniveau van de laagste kwaliteit blank kalfsvlees. Dit wordt tevens aangemerkt als het minimale prijsverschil om aan de markt te blijven. Een lagere prijs zou de afzet vergemakkelijken maar of hierdoor de marktomvang vergroot kan worden, wordt betwijfeld. De harde kern van kalfsvleesgebruikers wenst kwaliteit (prijs en lichte kleur zijn garanties dat het om kalfsvlees gaat) en zal omwille van een hoog prijsniveau eerder iets minder gebruiken dan overstappen naar een kwalitatief minder produkt. Het kleine, prijsgevoelige onder eind van de markt zal door een prijsverlaging niet veel vergroot kunnen worden.

Op consumentenniveau wordt door een aantal geïnterviewden het gevaar signaleerd, dat het op de markt brengen van het goedkopere jong rundvlees als kalfsvlees zal leiden tot een verkeerde bereiding door de huisvrouw met een teleurstellend eindresultaat, hetgeen de markt voor kalfsvlees als totaal eerder zal schaden dan vergroten. Dit gevaar dreigt overigens ook bij een positionering als rundvlees; een eigen positie lijkt daarom gewenst.

Distributie

In het algemeen zijn de geïnterviewden tevreden over de wijze waarop kalfsvlees wordt aangeleverd, hoewel de Nederlandse (blanke) kalveren aan de zware en iets te vette kant worden bevonden. Met betrekking tot jong rundvlees vraagt men speciale aandacht voor het niet te zwaar aanleveren in verband met logistieke problemen (hoogte vrachtwagen) en het gevaar voor afkeuring (contact met de laadvloer). Bij de geïnterviewden bestaat nu de indruk dat zwaarder wordt afgeleverd dan de in het produktconcept genoemde 175 kg. Het jong rundvlees wordt apart gedistribueerd (gescheiden transport en verwerking) omdat het naar specifieke afnemers gaat, met name naar de grootkeukens.

De consument kiest het te kopen vlees hoofdzakelijk op basis van prijs, kwaliteit en uiterlijk. Daarbij geldt het vlees van de slager in het algemeen als beter (verser). Bij de supermarkt koopt men vooral vanwege de prijs en de de benodigde tijd (pvv, consumentenonderzoek kalfsvlees Duitsland).

Promotie

De huidige positie van het jong rundvlees is zowel in de consumentenmarkt als in het grootverbruiksegment enigszins zwevend, onderaan het kalfssegment (kleur minder licht en prijs minder hoog). Een meer stabiele, duidelijkere positie lijkt met name in Zuid-Duitsland wel mogelijk. Voorwaarde hiervoor is dat de produktconcepten van blank kalfsvlees tot aan rundvlees duidelijk omschreven worden. Een duidelijke afbakening, in internationaal verband, van bij voorkeur een zo beperkt mogelijk aantal produkten in de totale sortering is hiervoor noodzakelijk. De diversiteit aan produkten met verschillende leeftijds-/gewicht- en/of kleurgrenzen maakt de markt zowel in de produktiekolom als op consumentenniveau onduidelijk en verhindert een duidelijke positionering.

Het argument diervriendelijkheid van de produktie van jong rundvlees kan in Duitsland slechts beperkt verwaard worden. Met name in Zuid-Duitsland, waar

relatief veel zoogkalveren rondlopen, zou het argument groepshuisvesting eerder negatieve dan positieve associaties oproepen. Bovendien gaat het zowel bij kalfsvlees als bij jong rundvlees om jonge dieren. Gezondheid is wel een belangrijk argument. Om deze reden zeggen een aantal winkelketens geen kalfsvlees uit Nederland te kopen. De groeibevorderaars en Britse BSE kalveren, die via Nederland verder verhandeld (zouden) worden, hebben het imago van Nederland sterk aangetast. Hoewel in de handelskanalen en inkoopafdelingen in het algemeen de kwaliteit van het Nederlandse produkt goed tot superieur genoemd wordt, betrekken sommige detailhandelsketens alleen kalveren uit Duitsland om de klanten hiermee gerust te kunnen stellen. Vooral in het westen van Duitsland is er een zekere weerstand tegen het Nederlandse produkt als gevolg van het slechte NL-imago. Daarnaast zijn er bedrijven die Nederlands vlees "omkatten" tot nationaal produkt.

Toekomst

Om op de Duitse markt een positie te kunnen opbouwen is het zeer gewenst dat er een duidelijke produktdefiniëring, in internationaal verband en in samenspraak met de afnemers opgesteld wordt over de gehele sortering kalfs- tot rundvlees. De importen in Duitsland zijn afkomstig uit meerdere landen. Een uniformering van produkten over alle landen (inclusief eigen produktie) is noodzakelijk voor een eenduidige positionering in alle geledingen van de produktiekolom. Deze definiëring zal op eindmarkten hanteerbaar moeten zijn. Een uniforme, produktie-gerichte classificatie op basis van bijvoorbeeld leeftijd voldoet hier niet aan. Een dergelijke indeling levert namelijk door verschillen in uitgangsmateriaal (limousin-zwart-bont) verschillen in eindprodukten op. Op consumentenniveau zouden bij voorkeur slechts drie categorieën aangeboden moeten worden: blank kalfsvlees, een tussenprodukt en rundvlees. Het tussenprodukt, waaronder het Nederlandse jong-rundvlees, zou hierbij ook een eigen soortnaam moeten krijgen om de herkenbaarheid bij eindgebruikers te vergroten. De prijs zal hierbij, afhankelijk van de positionering, dicht bij kalfs- of stierevlees moeten liggen en een belangrijk verkoopargument zijn.

Verwacht wordt dat gezien de huidige prijsniveaus een marktpositie voor jong-rundvlees vooral ten koste zal gaan van de markt voor kalfsvlees. Bij een lagere prijs (midden tussen kalfs- en rundvlees) zou een (klein) deel van de rundvleesmarkt overgenomen kunnen worden. Schattingen over een mogelijk te verwachten marktomvang lopen uiteen van 1 tot 10% van de kalfsvleesmarkt (circa 70.000 ton per jaar), waarbij wordt aangegeven dat een positionering als een nieuw "tussenprodukt" met een eigen identiteit een nieuwe markt oplevert die moeilijk te schatten valt en afhankelijk is van de specifieke positionering.

Conclusies

In Duitsland speelt de slager een belangrijke rol bij de distributie van kalfsvlees. Ook in supermarkten wordt kalfsvlees verkocht, maar verkoop onder merk komt weinig/niet voor. Wel wordt het Duitse kalfsvlees verkocht onder het herkomstmerk (Gütezeichen) van de CMA. In het noorden is de consumptie van kalfsvlees lager. De indruk bestaat dat daar meer op de blanke kleur wordt gelet dan in Zuid-Duitsland. In een aantal kanalen/segmenten en vooral in het westen van Duitsland geldt een zekere weerstand tegen het Nederlandse produkt als gevolg van het slechte NL-imago.

Bij ongewijzigd beleid zal jong-rundvlees geen eigen positie innemen en derhalve ook niet een eigen markt verkrijgen. Als gekomen kan worden tot een marktgerichte eenduidige classificatie zijn er wel mogelijkheden. De lagere prijs is het belangrijkste verkoopargument. Een probleem hierbij blijft het in het algemeen negatieve imago van het Nederlandse produkt, hetgeen belemmerend kan werken voor een positionering van het jong-rundvlees.

Zeer belangrijk is dat het produkt op consumentenniveau herkenbaar en identificeerbaar is. Een te zwaar c.q. rood produkt zal snel in het rundvleessegment terechtkomen. Voor de herkenbaarheid, die bij voorkeur geen herkomstaanduiding moet bevatten, is een merk en/of soortnaam noodzakelijk. Voor de specificatie van de gewenste produktkenmerken en positionering op eindmarkten is nader onderzoek nodig op detailhandels- en consumentenniveau.

Afhankelijk van de positionering van jong rundvlees zal een meer of minder groot deel van de markt kunnen worden veroverd. Door de geïnterviewden is daarbij genoemd, 1 tot 10% van de kalfsvleesmarkt. Een schatting van het eventuele aandeel van jong rundvlees in de rundvleesmarkt is door hen niet gemaakt. Als verondersteld wordt, dat jong rundvlees respectievelijk 2%, 4% en 6% van de Duitse rund- en kalfsvleesmarkt gaat uitmaken dan zou de markt voor jong rundvlees in Duitsland op jaarbasis ongeveer 32.000 ton, respectievelijk 64.000 ton en 96.000 ton groot zijn. Bij handhaving van het huidige Nederlandse marktaandeel (4,75%) in de Duitse rund- en kalfsvleesmarkt zou dit een jaarproduktie in Nederland van jong rundvlees voor deze markt inhouden van respectievelijk 1.520 ton, 3.040 ton en 4.560 ton. Dit betekent per jaar 8.700, 17.400 of 26.100 dieren.

4. ITALIË

Inleiding

Italië kent bijna 58 miljoen inwoners, dit is bijna vier keer de bevolking in Nederland. Het land heeft een lage zelfvoorzieningsgraad voor vlees. In tabel 4.1 zijn enkele gegevens opgenomen over de vleesconsumptie per hoofd van de bevolking en de zelfvoorzieningsgraad van vlees in 1993.

Tabel 4.1 Verbruik per hoofd en zelfvoorzieningsgraad van vlees in Italië (1993)

	Verbruik per hoofd (kg)	Zelfvoorzienings- graad (%)
Rundvlees	20,5	53
Kalfsvlees	3,8	86
Varkensvlees	33,4	64
Schape- en geitevlees	1,8	57
Slachtpluimvee	19,8	99
Totaal vlees	79,3	71

Uit tabel 4.1 blijkt dat Italië een hoge rund- en kalfsvleesconsumptie heeft. Deze consumptie is op Frankrijk na de hoogste in de EG. De zelfvoorzieningsgraad ligt op een laag niveau. De export van levende runderen vanuit Nederland naar Italië is relatief gering. De totale export van rund- en kalfsvlees vanuit Nederland naar Italië bedraagt ongeveer 90.000 ton, dit is 22% van de totale Nederlandse rundvleesexport. Deze hoeveelheid is de laatste jaren vrij stabiel.

De export van kalfsvlees naar Italië bedroeg in 1992 74.500 ton, dit is 45% van de totale Nederlandse kalfsvleesexport. Van de totale kalfsvleesconsumptie in Italië is 32% afkomstig uit Nederland. Het overige kalfsvlees komt voor het overgrote deel uit Italië zelf en voor een gering deel uit andere EG-landen. Italië is dus een belangrijke afnemer van het Nederlandse kalfsvlees.

Uit de statistieken blijkt verder dat in Italië vergeleken met Nederland relatief veel ouder vleesvee (ouder dan een jaar) op de bedrijven voorkomt. Dit duidt op een traditionele produktiewijze van vlees van vooral oudere dieren.

Produkt

Jong rundvlees uit Nederland is bij de meeste geïnterviewde personen bekend als roze kalfsvlees, dat wil zeggen vlees van kalveren van 32 weken oud en een karkasgewicht van 175 kg. Behalve de kleur onderscheidt dit vlees zich nauwelijks van blank kalfsvlees. Op de afzet van jong rundvlees zal op de volgende bladzijden verder worden ingegaan. Daarnaast kent men het produkt baby beef uit Denemarken. Dit is vlees van dieren van ongeveer 45 weken oud. Dit produkt wordt relatief goedkoop aangeboden. De invoerprijs van karkasvlees bedroeg in 1992 f 7,30 per kg. Baby beef heeft lagere sensorische kwaliteiten dan jong rundvlees, maar kan vanwege de lage prijs aantrekkelijk zijn. Enkele jaren geleden werd baby beef vanuit Joegoslavië geïmporteerd. Het ging om kleine hoeveelheden zeer goed,

maar duur kwaliteitsvlees van speciale rassen. De dieren waren ongeveer twaalf maanden oud. Dit vlees is nu niet meer verkrijgbaar.

Bij de geïnterviewde bedrijven die jong rundvlees importeren was in het afgelopen voorjaar en zomer het aandeel jong rundvlees 15% van de totale kalfsvleesimporten. Men onderscheidt de volgende soorten rundvlees: (1) blank kalfsvlees (vitelli), (2) zeer jong rundvlees (Deens babybeef en jong rundvlees); (3) stierevlees (vitelloni) en, (4) vlees van oudere dieren.

De consumptie van (blank) kalfsvlees ligt op een relatief hoog niveau (4 kg per hoofd van de bevolking). Hierin is een duidelijk seizoenpatroon te onderscheiden. In de zomer ligt het verbruik veel hoger dan in de winter. De oorzaak hiervan ligt in de iets hogere zomerconsumptie van de lokale bevolking, en de toenemende consumptie in de toeristencentra, met name langs de Adriatische kust. Het inkooppatroon is gelijkmatiger, doordat voor de zomermaanden vooraf al vlees wordt ingekocht en opgeslagen.

Er zijn eveneens regionale verschillen. In het zuiden van Italië is wellicht de rundvleesconsumptie lager (hierover zijn geen officiële statistieken of huishoudpanelgegevens bekend, maar dit punt wordt bij bijna elk interview genoemd). Daarnaast heeft men in het zuiden duidelijk voorkeur voor mager rood vlees, in tegenstelling tot het noorden en midden van Italië, waarbij men meer voorkeur heeft voor vetter vlees (in het vet zit de smaak opgeborgen) en voor het blanke kalfsvlees.

Het blanke kalfsvlees wordt duidelijk als een kwaliteitsprodukt gezien. De consumptie hiervan vindt plaats in (top)restaurants, toeristenrestaurants, bedrijfskantines en thuis. Met name bij de toprestaurants en voor gebruik thuis is de (blanke) kleur sterk bepalend. De bedrijfskantines en de restaurants in de toeristencentra zijn minder kritisch; daar speelt het prijsaspect meer een rol. De afzet van jong rundvlees heeft dan ook met name naar deze laatste twee kanalen plaatsgevonden.

Het blanke kalfsvlees uit Nederland staat zeer goed aangeschreven. Genoemd worden de constante goede kwaliteit en de snelle levering van het vlees (binnen 36 uur). Men weet dat het Nederlandse kalfsvlees "schoon" is, en vrij van hormonen, met een goede controle, vergelijkbaar met Duitsland. Veel minder vertrouwen heeft men in het Belgische produkt, hoewel dat kwalitatief vaak nog wel beter is. Volgens de uitspraken van de geïnterviewden scoort SKV goed bij de Italiaanse handel. Ze verwachten dan ook dat het in de toekomst zeker zijn rendement zal behalen.

De Italiaanse consumenten waarderen kalfsvlees vooral vanwege de zachte smaak, de malsheid, het is mager vlees, de verschillende bereidingsmogelijkheden, de korte bereidingstijd, het verfijnd en exclusief karakter en het goed passen bij zowel warme als koude schotels (geschikt voor alle seizoenen). Als minpunten werden vermeld: weinig voedzaam, weinig smaakvol, dit vergt het toevoegen van kruiden, erg duur en soms is er sprake van het gebruik van hormonen. (pvv, Consumentenonderzoek kalfsvlees Italië).

Ook in Italië zelf wordt kalfsvlees geproduceerd. Dit gebeurt eveneens op gespecialiseerde bedrijven, op Nederlandse leest geschoeid, waarbij ook Nederlandse voerfabrikanten betrokken zijn. Men heeft echter moeite met het Italiaanse uitgangsmateriaal. De Holstein-invloed is duidelijk merkbaar, waardoor de kalveren van melkkoeien minder geschikt zijn voor de kalfsvleesproductie.

Prijs

Het blanke kalfsvlees wordt in Italië erg duur gevonden. Eigenlijk vindt men het vreemd dat er nog zoveel kalfsvlees geconsumeerd wordt. Het prijsverschil tussen het blanke kalfsvlees en jong rundvlees bedraagt f 2,50 tot f 3,50 per kg. Voor de groep consumenten van blank kalfsvlees weegt de hoge prijs blijkbaar op tegen de voordelen van blank kalfsvlees. De vraag vanuit deze groep is bijna onafhankelijk van het prijsniveau.

Ten aanzien van het rode rundvlees wordt de prijs bepaald door het aanbod. Voor blank kalfsvlees is de afzet vrijwel prijsongevoelig. Er is een duidelijk lagere

afzet van kalfsvlees in de winterperiode, maar op jaarniveau is er sprake van een constante, prijsafhankelijke vraag naar dit "dure" vlees. Deze vraag is vooral afkomstig van de toprestaurants en de supermarkten en slagers. Verschillende keren is genoemd dat het eigenlijk vreemd is dat in het relatief arme Italië nog zoveel duur kalfsvlees wordt gegeten. Dit is echter een gemiddelde. Met name in het noordelijke industriegebied en in Rome komen grote groepen consumenten met een hoge koopkracht voor.

In de loop van 1993 is baby beef vanuit Denemarken aangeboden tegen een relatief zeer lage prijs. Weliswaar vindt men de kwaliteit van dit vlees wat minder (onder andere lager uitsnijrendement, minder mals, donkerder kleur), maar wanneer de prijs laag genoeg is kan dit concurreren met het duurdere Nederlandse jong rundvlees. Het zijn vooral de bedrijfskantines en restaurants in de toeristencentra die hier gevoelig voor zijn.

Distributie

Het blanke kalfsvlees en jong rundvlees worden aangeleverd in de vorm van karkassen en delen. Men is zeer tevreden over de aanlevering; op verzoek zijn bestellingen binnen 36 uur op de plaats van bestemming. Lovend is men eveneens over de kwaliteit van het aangevoerde (blank) kalfsvlees. De meeste geïnterviewden doen zaken met alle Nederlandse kalverslachterijen. Op basis van ervaringen in het verleden heeft men soms voorkeur voor een bepaalde slachterij. Hoewel de harde concurrentiestrijd tussen de slachterijen het voordeel heeft de prijs te drukken, komt het het Nederlandse handelsimago niet ten goede. Enige bundeling van krachten, dan wel een vermindering van de onderlinge concurrentie zal de Nederlandse positie op de Italiaanse markt ten goede komen.

Promotie

De geïnterviewden waren niet eenduidig over het kennisniveau van de consument. Er is gezegd dat de consument niet weet dat het kalfsvlees uit Nederland komt en denkt dat blank kalfsvlees diervriendelijk met "koemelk" wordt geproduceerd. Als dit juist is, is het gevaarlijk het jonge rundvlees te promoten als een diervriendelijk geproduceerd produkt.

Anderen denken dat de consument weet dat het kalfsvlees uit Nederland komt en dat hij de goede kwaliteit van het Nederlandse kalfsvlees kent. Dit imago kan gebruikt worden bij de promotie van het jong rundvlees. Hierbij moet dan niet het welzijn worden benadrukt, maar meer het uitgangsmateriaal en de voeding. De (tussen)handel is in elk geval bekend met de herkomst van kalfsvlees en jong rundvlees en is uitermate tevreden over de kwaliteit van het Nederlandse vlees.

In Italië is er een tendens naar meer vleesdistributie via grotere supermarkten. Dit gaat ten koste van het marktaandeel van plaatselijke slagers. Tevens wil de consument produkten die een snellere bereidingstijd hebben. Ook in het zuiden van Italië zal deze ontwikkeling zich gaan voordoen, zij het met een vertraging van enkele jaren ten opzichte van Noord-Italië. De verwachting is dat de totale rund- en kalfsvleesconsumptie de komende jaren stabiel zal blijven. "The last thing that Italian people do is stop eating" en "Italy mange toujours viande de veau" zijn duidelijke uitspraken.

Het aandeel jong rundvlees in de totale vleesconsumptie is zeer beperkt. Door de hogere consumptie in toeristengebieden maakt het in de zomermaanden bij de bedrijven die in jong rundvlees handelen 10 tot 15% van de totale kalfsvleesomzet uit. Men verwacht dat de consumptie nog wel kan toenemen. Ondersteuning via promotionele activiteiten vanuit Nederland is gewenst. Over de inhoud ervan is men echter niet eenduidig. Dit hangt samen met het beeld dat de consument van het Nederlandse vlees heeft. De sterke punten daarvan zouden naar voren moeten worden gehaald en de negatieve, zoals buitenlandse herkomst en controles zouden

moeten worden verminderd. Meer effect heeft op korte termijn echter de versterking van het positieve beeld van Nederland bij de handel en verkoop onder SKV-keurmerk. Dit heeft inmiddels in Italië bij de handel een betrouwbare naam.

In Italië wordt weinig vlees onder merk verkocht. De consument hecht voor garanties ten aanzien van de kwaliteit veel belang aan de keuze van het aankooppunt. SKV bijvoorbeeld is wel bekend bij de importeurs en tussenhandel, maar niet bij de consument. Het welzijn der dieren leeft bijna niet bij het grote publiek in Italië. Belangrijker is het produceren van "schoon" vlees. Het pvv consumentenonderzoek kalfsvlees Italië bevestigt dit. Volgens dat onderzoek staat de consument in principe niet echt stil bij de herkomst en bij de "produktie van vlees".

Toekomst

Er is in Italië inmiddels enige ervaring opgedaan met het produkt jong rundvlees uit Nederland. De geïnterviewden denken het huidige zomeraandeel nog wel uit te kunnen breiden, met name bij een prijsverschil van ongeveer f 3,00 per kg ten opzichte van blank kalfsvlees, en wanneer de afnemer geen hoge eisen stelt aan de kleur van het vlees. Dit zou wellicht iets ten koste gaan van het blanke kalfsvlees. Overigens speelt hier eveneens de concurrentie met varkens- en pluimveevlees een rol. Als jong rundvlees relatief duur is, zal men overstappen op de andere genoemde vleessoorten.

Men ziet vooral mogelijkheden voor jong rundvlees in de zomermaanden. Daartoe wordt al voordien vlees gekocht en opgeslagen. Men kan jong rundvlees immers als kwalitatief goed, tegen een lagere prijs aan bieden. Met name bij bedrijfsrestaurants en in de toeristencentra ziet men hiervoor mogelijkheden. De lagere prijs zal wel een verdringing van het blanke kalfsvlees tot gevolg hebben. Daarnaast zijn er mogelijkheden voor een nieuw marktsegment, vooral in de zuidelijke gebieden, omdat men daar al een voorkeur heeft voor mager, rood vlees.

In de wintermaanden zal de afzet van jong rundvlees in de toeristencentra, door de lagere lokale consumptie wellicht wat stagneren, hoewel de bedrijfsrestaurants, die een belangrijke plaats innemen in de Italiaanse samenleving, dezelfde interesse als in de zomermaanden zullen vertonen.

Op dit moment neemt in de wintermaanden de consumptie van jong rundvlees af tot zeer kleine hoeveelheden. Dit wordt mede veroorzaakt door het aanbod van laag geprijsd jong rundvlees (baby beef van dieren van ongeveer twaalf tot veertien maanden oud) uit Denemarken.

Duidelijk is dat er een zekere markt bestaat voor het blanke kalfsvlees, en men zou deze markt niet graag willen verstoren door bijvoorbeeld jong rundvlees als kalfsvlees aan te bieden. Hierdoor zou het kalfsvlees een slechtere naam kunnen krijgen en zou de markt ineen kunnen storten. Beter is het om het vlees te promoten als een nieuw produkt dat staat tussen het kalfsvlees en het roodvlees. Wel zal het vlees dan in het roodvleessegment terechtkomen, en meedingen in het betreffende (roodvlees)marktmechanisme.

Conclusies

De consumptie van blank kalfsvlees is relatief hoog in Italië. Hiervoor bestaat een constante vraag, die weinig prijsafhankelijk is. Deze vaste kern consumenten vraagt uitsluitend blank kalfsvlees en is bereid daarvoor te betalen. Daarnaast bestaat een marktsegment waarbij de prijs/kwaliteitsverhouding een rol speelt. In dit segment kan overigens blank kalfsvlees gesubstitueerd worden door jong rundvlees, baby beef en varkens- en pluimveevlees. Dit segment is van belang in de zomerperiode in toeristencentra en gedurende het gehele jaar bij bedrijfsrestaurants. Verder zijn er mogelijkheden voor jong rundvlees in Zuid-Italië. Een duidelijke produktdefiniëring is echter een voorwaarde.

De consumptie van vlees zal de komende jaren constant blijven. Wel wordt waar mogelijk de produktie van blank kalfsvlees vanuit Italië zelf versterkt ter hand genomen.

De roodvleesmarkt is een markt met veel concurrentie. Door de harde gulden is Nederland in het nadeel. Baby beef uit Denemarken is momenteel erg goedkoop. Het Nederlandse blanke kalfsvlees, maar ook jong rundvlees heeft echter een uitstekende naam, vooral bij de importeurs en tussenhandel. De consument heeft er minder weet van en vertrouwt op de winkelier en/of slager.

Dit betekent, dat promotie-activiteiten vooral op de tussenhandel gericht dienen te zijn.

Welzijn van dieren speelt niet of nauwelijks in Italië. Wel speelt de discussie omtrent residuen en hormonen een rol, niet zozeer bij consument, als wel bij importeur en tussenhandel. Deze laatsten wensen gegarandeerd "schoon" vlees. Wel gaat de consument het vlees in toenemende tendens in grotere supermarkten kopen en ook koopt men meer vlugklaar maaltijden. Dit laatste betekent grotere kansen voor mals vlees, dus ook voor jong rundvlees.

Het marktaandeel dat jong rundvlees in Italië kan veroveren is afhankelijk van de positionering van dit vlees in de markt. Als verondersteld wordt dat jong rundvlees respectievelijk 2%, 4% en 6% van de rund- en kalfsvleesmarkt in Italië gaat uitmaken, dan zou deze markt op jaarbasis ongeveer 30.000, 60.000 en 90.000 ton groot zijn. Bij handhaving van het huidige Nederlandse marktaandeel (6,25%) in Italië betekent dit een jaarproduktie van respectievelijk 1.875 ton, 3.750 ton en 5.625 ton Nederlands jong rundvlees. Dit is per jaar een produktie van respectievelijk 10.750, 21.500 en 32.250 dieren.

5. FRANKRIJK

Inleiding

De consumptie van rundvlees in Frankrijk is met ongeveer 24 kg per hoofd het hoogst binnen de EG. Ook met betrekking tot de consumptie van kalfsvlees ligt Frankrijk aan kop met een geschatte consumptie van ruim 5 kg per hoofd. Met een invoer van ruim 34.000 ton kalfsvlees uit Nederland is Frankrijk na Italië en Duitsland de belangrijkste exportbestemming voor Nederlands kalfsvlees. Het aandeel van kalfsvlees in de totale Nederlandse export van rund- en kalfsvlees naar Frankrijk bedraagt bijna 30%.

Tabel 5.1 Verbruik per hoofd en zelfvoorzieningsgraad van vlees in Frankrijk (1993)

	Verbruik per hoofd (kg)	Zelfvoorzienings- graad (%)
Rundvlees	24,0	122
Kalfsvlees	5,2	100
Varkensvlees	38,8	96
Schape- en geitevlees	5,8	44
Slachtpluimvee	22,1	150
Totaal vlees	95,9	112

Produkt

De kennis over het produkt verschilt vanzelfsprekend sterk tussen de geïnterviewden die wel of nog nooit jong rundvlees uit Nederland hebben afgenomen. In het algemeen wordt echter door beide groepen aan een ander (ouder) produkt gedacht bij de aanduiding jong rundvlees. In Frankrijk kent men als vergelijkbare produkten de "veau aux herbes" en de "veau St-Etienne". De eerste is een algemene benaming voor kalveren die ook met groenvoer grootgebracht worden, de tweede is een wat meer streekgebonden produkt (limousin-kalf van 110-120 kg geslacht gewicht) dat vooral in de omgeving van Lyon een, zij het zeer beperkte, afzet vindt. Ook in Frankrijk heeft produktie van baby beef (slachtleeftijd vijftien maanden) plaats maar dit gaat bijna volledig de interventie in. In Zuid-Frankrijk zijn de kalveren door een andere, minder intensieve wijze van produktie (meer zoogkalveren) minder blank dan in het noorden.

Een belangrijk probleem is de glijdende produktsortering van blank kalfsvlees tot rundvlees. Het onderscheidend vermogen van de diverse produkten is daardoor gering, niet duidelijk voor de handel en zeker niet voor de consument. Door de geïnterviewden wordt binnen de huidige produktsortering het volgende onderscheid gemaakt: blank kalfsvlees, roze kalfsvlees, roze/rood kalfsvlees (waaronder het onderhavige produkt), jong rundvlees (baby beef) en stierenvlees. Het onderscheid wordt gemaakt zowel op kleur als op gewicht (leeftijd) maar exacte grenzen kunnen niet worden gegeven. Opvallend is dat ook de huidige Franse afnemers van het jonge rundvlees uit Nederland niet op de hoogte zijn van het totale produkt-concept. Leeftijds- en/of gewichtsgrenzen zijn slechts globaal bekend, over voeding

en huisvesting ontbreekt informatie bijna volledig. Het onderhavige produktconcept wordt vanuit sensorisch opzicht onder kalfsvlees geschaard maar vanuit kleur meer onder rundvlees. Het uit Nederland aangekochte jong rundvlees vindt zijn weg nu aan de onderkant van het kalfsvleessegment. Voor een klein gedeelte wordt het gemengd met blank kalfsvlees bij de bereiding van gebruiksklare consumentenprodukten (biefstuk tartaar en dergelijke). Maximaal wordt circa 10% jong rundvlees bijgemengd. Voor het overgrote deel vindt het zijn weg naar prijsgevoelige afnemers (grootkeukens). Hiermee is ook de huidige positionering gekenschetst: een "goedkoop" alternatief voor kalfsvlees dat eigenlijk geen kalfsvlees is.

Prijs

Uit het voorgaande moge blijken dat de prijs een belangrijk verkoopargument is. Het blanke kalfsvlees is duur, hetgeen geaccentueerd wordt door de lage prijzen van met name varkens- en pluimveevlees. Het grote prijsverschil zet de markt voor blank kalfsvlees onder druk. Met het goedkopere jong rundvlees wordt geprobeerd de markt zoveel mogelijk te behouden. Een daling van de prijs voor blank kalfsvlees zal hierdoor tevens de marktmogelijkheden voor het jong rundvlees beperken. Een uitbreiding van de markt voor jong rundvlees als alternatief voor kalfsvlees wordt vooralsnog niet mogelijk geacht, ook niet met een lagere prijsstelling.

Op de markt voor blank kalfsvlees wordt de kleur als belangrijkste argument genoemd. Met name in de supermarkten koopt de consument met de ogen en dus op kleur. Voor diepvries/gepaneerde produkten geldt dat deze onder merk verkocht worden. Een teleurstelling of dis-satisfactie van de consument als het produkt op het bord te donker van kleur is, zal desastreuze gevolgen hebben voor de positie van het merk. Hetzelfde geldt voor het cateringsegment. Ook hier heeft een teleurstelling of zelfs maar twijfel over de geleverde kwaliteit verstrekkende gevolgen. Omdat in Frankrijk de blanke kleur als belangrijkste kenmerk gezien wordt, durft niemand het aan het jong rundvlees als kalfsvlees aan de consument aan te bieden.

Met name in het grootkeukensegment en als bijmenging bij de industriële bereiding van consumentenprodukten (hamburger) heeft het jong rundvlees als alternatief voor kalfsvlees een markt, die zoals gezegd wel afhankelijk is van de prijs maar door prijsverlaging niet substantieel vergroot kan worden. Een acceptabel prijsniveau is afhankelijk van het prijsniveau van blank kalfsvlees. Het huidige prijsverschil van 2 tot 3 FF met de laagste kwaliteit kalfsvlees wordt gezien als een minimaal noodzakelijk prijsverschil om het produkt interessant te maken.

Om jong rundvlees in het rundvleessegment af te zetten is volgens de geïnterviewden de huidige prijs te hoog. Om het op deze markt af te zetten is een forse prijsdaling noodzakelijk. Het is namelijk volgens onze zegslieden twijfelachtig of jong rundvlees op de Franse markt als een hoge kwaliteit rundvlees is af te zetten.

Distributie

Jong rundvlees wordt op een vergelijkbare wijze aangeleverd als het blanke kalfsvlees, dus zowel als karkas als in diverse deelstukken. Omdat van jong rundvlees slechts een beperkt aantal deelstukken (edele delen) in het kalfsvleessegment zijn weg vindt, bestaat er bij de verwerkers behoefte aan verder uitgesneden produkten, zo mogelijk verpakt in 20 kg kartonnen verpakking. Dit omdat een verwaarding van het totale karkas of grotere deelstukken niet in het kalfsvleessegment kan plaatsvinden.

In het groothandelskanaal is men tevreden over de wijze van aanlevering maar wordt met betrekking tot jong rundvlees gewaarschuwd voor te zwaar aanleveren (tegen de 200 kg) in verband met logistieke problemen (hoogte vrachtwagens en produktielijnen verdere verwerking). Eensluitend en positief is men over de relatie met de Nederlandse exporteurs van kalfsvlees. Men heeft in het algemeen een langdurige goede relatie met een aantal Nederlandse exporteurs. Betrouwbaarheid

en snelheid van levering in elke gewenste hoeveelheid en overeenkomstig de afgesproken kwaliteit worden geroemd en gewaardeerd.

Promotie

Het jong rundvlees neemt geen eigen positie in op de markten in Frankrijk. Met betrekking tot de zogenaamde "edele delen" (biefstuk, rosbief en dergelijke) hangt het ergens onder aan het kalfsvlees, voor de rest valt het onder rundvlees. Het geringe onderscheidende vermogen van de produkten tussen blank kalfsvlees en rundvlees maak een eigen positionering moeilijk. Gezien de sterke voorkeur voor een lichte kleur als het gaat om kalfsvlees, is het de vraag of het onderhavige produktconcept een eigen positie kan opbouwen. In Frankrijk speelt het argument van de diervriendelijkheid bij het grote publiek niet of nauwelijks. Enerzijds heeft dit te maken met een minder intensieve produktiewijze anderzijds ook met de minder sentimentele gevoelens met betrekking tot vlees bij de consument. De Franse intensieve kalfsvleesproduktie bekijkt de ontwikkelingen in de EG-regels met betrekking tot dierwelzijn en gezondheid dan ook met argwaan. Er zijn Franse geluiden dat de Nederlandse overheid aandringt op zaken als groepshuisvesting om daarmee een concurrentievoordeel te behalen. Het onderhavige produktconcept wordt hierdoor met dubbele argwaan bekeken. Deze aspecten kunnen bij de promotie dan ook niet als verkoopargument worden gebruikt.

Toekomst

Ondanks alle weerstanden heeft men toch uiteindelijk wel belangstelling voor het produkt, met name vanwege de lage prijs. Verwacht wordt dat als het produkt zich een plaats op de markt zou weten te veroveren dit vooral ten koste zal gaan van het blanke kalfsvlees. Een uitbreiding van de markt voor kalfsvlees wordt niet voorzien. Gezien de huidige hoge prijzen wordt eerder gedacht aan een handhaving van de huidige omvang.

Op consumentenniveau ziet men weinig in uitbreiding van het assortiment met jong rundvlees, omdat de consument het onderscheid tussen de verschillende soorten moeilijk zal zien en het ook moeilijk duidelijk te maken zal zijn. Daarvoor zijn dus grote promotie-inspanningen noodzakelijk. Hier komt bij, dat de handel niet van harte mee wil werken.

Conclusies

Een belangrijk deel van de distributie van kalfsvlees loopt via de super-/hypermarkten. In vergelijking met andere landen neemt merkvlees in zijn algemeenheid hierdoor een belangrijker plaats in vooral in de meer urbane gebieden. In de grote steden, met name Parijs en omgeving, speelt het grootwinkelbedrijf een iets minder grote rol. De consument van kalfsvlees wordt als zeer kritisch omschreven. Het gaat om een klein, welvarend en sterk kwaliteitsbewust marktsegment. Zonder uitzondering wordt gesteld dat de Franse consument alleen blank kalfsvlees wenst. In hoeverre dit echt zo is valt buiten de kaders van dit onderzoek, maar wel is hiermee duidelijk dat doorstroming van jong rundvlees door de produktiekolom bij iedere schakel weer op deze stellige overtuiging zal stuiten.

Op korte termijn liggen er geen of nauwelijks mogelijkheden voor een eigen positionering van jong rundvlees in Frankrijk. Een beperkte afzet van jong rundvlees kan gevonden worden in het ondereind van de blank-kalfsvleesmarkt als het produkt tenminste niet te rood en niet te zwaar is. Het is dan enkel en alleen het prijsargument dat een rol speelt. Op de rundvleesmarkt is alleen ruimte als de prijs sterk daalt. De informanten verwachten namelijk niet, dat jong rundvlees is af te zetten als een hoge kwaliteit rundvlees. Ook op langere termijn lijken de mogelijkheden niet groot.

Het toekomstig marktaandeel van jong rundvlees in Frankrijk is afhankelijk van de positionering ervan. Om een indruk te krijgen wordt uitgegaan van een marktaandeel van respectievelijk 2%, 4% en 6% van de rund- en kalfsvleesconsumptie. Daarbij wordt verder rekening gehouden met het Nederlandse aandeel in deze markt (4,7%). Het gaat dan om respectievelijk 1.600 ton, 3.200 ton en 4.800 ton jong rundvlees, dit komt overeen met achtereenvolgens 9.100, 18.200 en 27.300 dieren.

6. SPANJE

Inleiding

Spanje kent bijna 39 miljoen inwoners, dit is ruim 2,5 keer de bevolking in Nederland. Het land is ten aanzien van de dierlijke produktie globaal zelfvoorzienend. In tabel 6.1 zijn enkele gegevens opgenomen over vleesconsumptie per hoofd van de bevolking en de zelfvoorzieningsgraad van vlees.

Tabel 6.1 Verbruik per hoofd en zelfvoorzieningsgraad van vlees in Spanje (1993)

	Verbruik per hoofd (kg)	Zelfvoorzienings- graad (%)
Rundvlees	11,9	99
Kalfsvlees	0,3	20
Varkensvlees	51,1	101
Schape- en geitevlees	6,6	93
Slachtpluimvee	23,3	93
Totaal vlees	93,2	98

De totale vleesconsumptie in Spanje bevindt zich op een gemiddeld EG-niveau en vertoont een geringe stijging. De consumptie van varkens- en pluimveevlees is duidelijk hoger en de consumptie van rund- en kalfsvlees is duidelijk lager dan gemiddeld. De kalfsvleesconsumptie bedraagt er maar 0,3 kg per hoofd per jaar en ligt al enkele jaren op dat niveau.

De rundvleesconsumptie bestaat voor circa 60% uit baby beef met een geslacht gewicht tussen 210 en 240 kg (ternera). De betekenis ervan loopt wat terug ten gunste van vlees van oudere dieren. Uit Denemarken wordt nog wel wat baby beef geïmporteerd. Het gaat daarbij vooral om vacuüm verpakt vlees.

In 1992 exporteerde Nederland 3.200 ton kalfsvlees naar Spanje, dit is 2% van de totale Nederlandse kalfsvleesexport. Spanje is dus voor de Nederlandse kalfsvleesafzet van geringe betekenis. De eigen Spaanse produktie bedraagt 7.000 ton. Het Nederlandse aandeel in de Spaanse markt is daardoor relatief hoog. Wel heeft Nederland in 1993 marktaandeel verloren aan België.

In Spanje wordt duidelijk onderscheid gemaakt tussen rood rundvlees en blank kalfsvlees. Ook het jonge (rode) rundvlees komt in het segment rood vlees terecht, waarbij tussen de verschillende soorten en kwaliteiten weinig verschil in prijs voorkomt. De voorkeur van de Spanjaarden is regionaal verschillend; in het melkveegebied in het noorden (met name Galicië) is het oudere vettere koeievlees meer geliefd, in het zuiden wordt meer jong rundvlees (ternera) geconsumeerd. Bij de aankoop wordt gelet op het exterieur (hereford dieren) en de magerheid van het vlees.

Uit de statistieken blijkt dat relatief veel jong vleesvee (jonger dan een jaar) aanwezig is. De stiertjes worden veelal op een leeftijd van tien tot twaalf maanden geslacht (baby beef).

Produkt

Het produkt jong rundvlees is in Spanje niet of nauwelijks bekend. De geïnterviewden importeren alleen blank kalfsvlees vanuit Nederland. Het kostte derhalve enige moeite de eigenschappen van het produkt jong rundvlees uit te leggen. Veelal associeerden zij dit met baby beef, of in elk geval met vlees van oudere dieren. Er is op dit moment een groot aanbod van baby beef vanuit Denemarken.

Het blanke kalfsvlees is een apart marktsegment, dat totaal verschillend is van het overige (rode) rundvlees. De consument wil kalfsvlees vooral vanwege de kleur, hoe lichter hoe beter. Met deze kleur wordt malsheid geassocieerd. De markt voor blank kalfsvlees is constant maar klein. Deze markt is prijsongevoelig. De recente opwaardering van de gulden, die verschillende keren genoemd is, heeft daarom geen gevolgen voor de omzet van het blanke kalfsvlees, wel voor de overige (vlees)importen.

Het Nederlandse blanke kalfsvlees vindt men van goede kwaliteit. Het is beter dan kalfsvlees uit Frankrijk dat slecht van smaak en textuur is, en minder uniform wordt aangeleverd. Eén van de geïnterviewde bedrijven vond kalfsvlees uit België beter vanwege de kleur en de beveelsheid.

Donkerder gekleurd kalfsvlees zal door de consument niet als kalfsvlees geaccepteerd worden. De geïnterviewden zijn huiverig voor het aanbieden van donker gekleurd kalfsvlees en zullen het dan ook logischerwijs in het normale (rood) rundvlees segment aanbieden.

Prijs

Vlees wordt in Spanje erg duur gevonden; hetzelfde geldt overigens voor vis. Derhalve let de gemiddelde consument meer op prijs en minder op kwaliteit. Voor blank kalfsvlees geldt dit echter niet; de afzet hiervan is prijsongevoelig. Bij feestdagen is men bereid om meer uit te geven voor vlees en vis; beide gerechten worden dan op tafel gezet. Genoemd wordt onder andere het lamsvlees dat steeds meer in trek komt en dat steeds meer rond kerst gegeten wordt. Vis is wellicht voor de Spaanse consument belangrijker dan vlees. Enkele respondenten gaven dit als volgt aan: "first fish, then meat".

De aankoopprijs van blank kalfsvlees bedraagt ongeveer 820 peseta's (= circa f 11,30) per kg. De gemiddelde prijs van rundvlees (ternera en slachtkoeien) is ongeveer 500 peseta's (circa f 6,90) per kg. Het produkt jong rundvlees wordt interessant genoemd als mogelijk een van de duurdere roodvleessoorten, waarbij de prijs dicht bij het roodvleessegment zal moeten liggen dan bij het blanke kalfsvleessegment. Afzet in het ternera segment is alleen mogelijk tegen een prijs vergelijkbaar met die van Deens baby beef (circa f 7,30 per kg in 1992).

Distributie

Het blanke kalfsvlees wordt zowel naar de (betere) supermarkt als naar restaurants afgezet. Er heeft zich een klantenkring ontwikkeld die klein maar constant is. De toelevering vanuit Nederland geschiedt als karkas en in deelstukken. Men is zeer tevreden over de huidige aanlevering en kwaliteit van het Nederlandse blanke kalfsvlees. Jong rundvlees wordt er niet of nauwelijks ingevoerd.

Promotie

Gezien de onbekendheid met het produkt durven de geïnterviewden geen uitspraken te doen over de afzet van jong rundvlees. Men schat in dat in het zuiden van Spanje meer mogelijkheden zijn doordat men daar meer voorkeur heeft voor mals en mager vlees (baby beef).

Het welzijnsvraagstuk speelt in het geheel niet bij consumenten. De consument staat er niet bij stil en wordt er ook niet over geïnformeerd. De consument heeft veel vertrouwen in de leverancier van het vlees. Deze leveranciers zijn wel kritisch ten aanzien van de kwaliteit (productiewijze en residuen en dergelijke) van het produkt.

Een gegarandeerde kwaliteitscontrole heeft zeker nut. Een speciale promotiecampagne gericht op distributeurs zal zeker effect hebben. Wel dient de prijs van het produkt overeen te komen met prijzen in het roodvleessegment. Het produkt mag zeker niet als kalfsvlees aangeboden worden, omdat de consument dan het vertrouwen in kalfsvlees verliest.

Toekomst

Het produkt jong rundvlees mag zeker niet gezien worden als vervanger van kalfsvlees, en zal tegen een veel lagere prijs moeten worden aangeboden om in het rood rundvleessegment te kunnen worden opgenomen. Het vraagstuk van welzijn dieren en/of hormoongebruik is niet aan de orde bij de Spaanse consument. De tussenhandel voelt zelf wel een verantwoordelijkheid om goed vlees aan te leveren dat voldoet aan de eisen van de afnemer. Uitspraken als "Wij geven aan alleen vlees uit Spanje te leveren, omdat men anders denkt dat het bevroren is geweest", of "Het Belgische kalfsvlees is beter vanwege kleur en beveleesheid" spreken hierbij boekdelen.

In Spanje wordt in de zuidelijke regio's al relatief veel jong rundvlees geconsumeerd. Het Nederlandse jonge rundvlees heeft hier zeker mogelijkheden wanneer het tegen stierevleesprijs kan worden afgezet. Een speciale promotiecampagne vanuit Nederland zou volgens de ene importeur wel effect kunnen hebben, waarbij de nadruk op malsheid wordt gelegd, en volgens de andere juist niet ("Nederlands vlees is bevroren"). Een toename van de rund- en kalfsvleesconsumptie wordt zeker niet verwacht, eerder een afname. Vlees is relatief duur in het totale voedselpakket. Daartegenover is men pessimistisch over de eigen rundvleesproductie. Deze zal zeker niet toenemen in de toekomst, zodat men afhankelijk blijft van importen vanuit het buitenland.

Conclusies

De markt voor kwaliteitsvlees is in Spanje gering. Deze markt zal gezien de te verwachten koopkrachtontwikkeling zeker niet toenemen. Rundvlees wordt als een dure vleessoort gezien, waarvan de consumptie niet of nauwelijks zal stijgen. Toch zijn er bij afzet in het rundvleessegment mogelijkheden. Met name in het zuiden is mals vlees geliefd. De prijs mag dan echter niet boven die van stierevlees liggen.

Voor blank kalfsvlees is op dit moment een geringe markt aanwezig. Voor de consument is vooral de kleur belangrijk. De sensorische eigenschappen worden hiermee geassocieerd. Blank kalfsvlees zal zeker niet door ander vlees met een andere kleur vervangen kunnen worden.

De consument heeft veel vertrouwen in de leverancier van het gekochte vlees. Deze leverancier informeert de consument niet waar het vlees vandaan komt. Over het algemeen heeft het vlees uit Nederland bij vleesgroothandelaren een redelijke naam. Het huidige aangevoerde blanke kalfsvlees is van een uitstekende kwaliteit en heeft een zeer goede naam.

Welzijn van dieren is bij de consument niet aan de orde. Kwaliteit, in de zin van kleur, sensorische eigenschappen, maar ook productiewijze en residu-vrij, speelt voor de vleesgroothandel wel een belangrijke rol. In op deze groep gerichte promotie kan hieraan worden gerefereerd.

Jong rundvlees moet op de rundvleesmarkt worden afgezet. Hierdoor moet en kan het concurreren met de andere rundvleessoorten. De consumptie van jong vlees

is traditioneel in het zuiden van Spanje hoger dan in het noorden. In het zuiden zullen daarom meer mogelijkheden voor afzet aanwezig zijn.

Afhankelijk van de positionering van jong rundvlees zal een meer of minder groot deel van de markt kunnen worden veroverd. Als veronderstelt wordt, dat jong rundvlees respectievelijk 2%, 4% en 6% van de Spaanse rund- en kalfsvleesmarkt gaat uitmaken, dan bedraagt de markt voor jong rundvlees op jaarbasis ongeveer 9.000 ton, 18.000 ton en 27.000 ton. Bij handhaving van het huidige Nederlandse marktaandeel (1,6%) in de Spaanse rund- en kalfsvleesmarkt betekent dit een Nederlandse jaarproductie van jong rundvlees voor deze markt van respectievelijk 145 ton, 290 ton en 435 ton. Dit is per jaar respectievelijk ongeveer 850, 1.700 en 2.500 dieren.

BIJLAGEN

Bijlage 1. Economische resultaten van kalfsvlees, jong rundvlees, baby beef en stierevlees

Uitgangspunten		Kalfsvlees		Baby beef	Stiere- vlees	
		blank	alternatief			
Bedrijfsgrootte		600	500	500	450	plaatsen
Arbeidskosten		72.000	72.000	72.000	72.000	gulden
Groeiperiode		26	32	58	70	weken
Geslacht gewicht		150	174	265	360	kg karkas
Aanhouding		65	56	56	60	procent
Leegstand per ronde		21	21	21	21	dagen
Rente		6,5	6,5	6,5	6,5	procent
Uitval		3	3,3	4,8	5,5	procent
Kalveren	gewicht	42	42	42	50	kg
	kostprijs	550	550	750	1.000	gulden/dier
Voeding						
Kunstmelk	hoeveelheid	1,86	40	40	40	kg/kg groei resp. kg
	voederwaarde	1.700	1.700	1.700	1.700	VEVI per kg
	kosten	2,35	2,80	2,80	2,80	gulden/kg
Krachtvoer	hoeveelheid	0	70	40	50	kg
tot 12 weken	voederwaarde	1.000	1.000	1.000	1.000	VEVI per kg
	kosten	0,45	0,45	0,45	0,45	gulden/kg
	aandeel	0	70	45	50	procent
Krachtvoer	hoeveelheid	0	760	970	1.000	kg
vanaf 12 weken	voederwaarde	1.000	1.000	1.000	1.000	VEVI per kg
	kosten	0,40	0,40	0,40	0,40	gulden/kg
	aandeel	0	70	45	30	procent
Snijmais	droge stof %	30	30	30	30	procent
	voederwaarde	933	933	933	933	VEVI/kg ds
	kostprijs	0,28	0,28	0,28	0,28	gulden/kVEVI
	dichtheid	180	180	180	180	kg ds per m ³
	hoogte kuil	2	2	2	2	meter
Huisvesting en inrichting (opfok)						
Gebouwen	kosten/plaats	1.200	1.200	1.200	1.200	gulden
	afschrijving	5	5	5	5	procent
	onderhoud	2	2	2	2	procent
Boxen	kosten/plaats	200	200	200	200	gulden
	afschrijving	15	15	15	15	procent
	onderhoud	5,5	5,5	5,5	5,5	procent
	duur	26	0	0	0	weken
Groepshok	kosten/plaats	400	400	400	400	gulden
	afschrijving	10	10	10	10	procent
	onderhoud	5,5	5,5	5,5	5,5	procent
	duur	0	12	12	12	weken
Huisvesting en inrichting (afmest)						
Gebouwen	kosten/plaats	1.500	1.500	1.500	1.500	gulden
	afschrijving	5	5	5	5	procent
	onderhoud	2	2	2	2	procent
Groepshok	kosten/plaats	200	200	200	400	gulden
	afschrijving	5	5	5	5	procent
	onderhoud	2	2	2	2	procent
	duur	0	20	46	58	weken
Voeropslag						
Kuilplaat	kosten/m ²	50	50	50	50	gulden/m ²
	afschrijving	5	5	5	5	procent
	onderhoud	1,5	1,5	1,5	1,5	procent

		Kalfsvlees		Baby beef	Stiere- vlees	
		blank	alternatief			
Voerinstallatie						
Melk	kosten/plaats	250	100	100	100	gulden
	afschrijving	10	10	10	10	procent
	onderhoud	8,5	8,5	8,5	8,5	procent
Kracht- en ruwvoer	kosten/plaats	0	100	100	100	gulden
	afschrijving	7,5	7,5	7,5	7,5	procent
	onderhoud	4	4	4	4	procent
Gezondheidszorg	vast	15	15	25	15	gulden/dier
	variabel	0,05	0,05	0,04	0,05	gulden/dier/dag
Energie		0,08	0,06	0,05	0,06	gulden/dier/dag
Algemene kosten		0,06	0,06	0,06	0,06	gulden/dier/dag
Afleveringskosten		20	20	20	20	gulden/dier/dag
Registratiekosten		2	2	2	2	gulden/dier
Mestheffing		1	1	1	0	gulden/plaats
Mestafvoer		14	16	20	30	gulden/plaats
Storingskosten KGBI		35	0	0	0	gulden/plaats
Technische kengetallen						
Levend eindgewicht (kg)		231	311	473	600	
Levende groei (gr/dag)		1.037	1.200	1.062	1.122	
Karkasgroei (gr/dag)		709	683	601	684	
Voeropname						
Kunstmelk (kg)		351	40	40	40	
Krachtvoer (kg)		0	830	1.010	1.050	
Snijmais (kg ds)		0	320	1.111	2.145	
Voederconversie (kVEVI/kg groei)		3,16	4,45	4,90	5,67	
Rondes/jaar		1,80	1,49	0,85	0,71	
Aantal kalveren opzetten per jaar		1.079	745	427	321	
Huisvestingskosten (f/plaats)						
Gebouwen (opfok)		123	46	25	21	
Gebouwen (afmest)		0	96	122	127	
Box (opfok)		48	0	0	0	
Groepshok (opfok)		0	28	16	13	
Groepshok (afmest)		0	13	16	34	
Totaal		171	183	179	195	
Voerinstallatie		54	37	37	37	
Oppervlakte ruwvoeropslag (m²)		0	662	1.319	1.915	

Economische berekeningen van jong rundvlees

Berekeningen kostprijs kalfsvlees	Kalfsvlees		Baby beef	Stiere- vlees
	blank	alternatief		
Nuka	550	550	750	1.000
Voerkosten/dier				
Kunstmelk	825	112	112	112
Snijmais	0	84	290	560
Krachtvoer	0	336	406	423
Totaal	825	531	808	1.095
Overige directe kosten/dier				
Gezondheidszorg	24	26	41	40
Energie	15	13	20	29
Mestafvoer	8	11	23	42
Mestheffing	1	1	2	0
Stortingskosten KGBI	19	0	0	0
Aflevering	20	20	20	20
Registratie	2	2	2	2
Uitval	30	28	59	90
Rente levende have	37	37	93	148
Algemeen	11	13	24	29
Totaal	167	153	284	400
Totaal directe kosten/dier	1.542	1.234	1.842	2.495
Totaal directe kosten/plaats/jaar	2.772	1.838	1.575	1.782
Indirecte kosten/plaats/jaar				
Huisvesting	171	183	179	195
Voerinstallatie	54	37	37	37
Ruwvoeropslag	0	6	13	21
Arbeid	120	144	144	160
Totaal	345	370	373	413
Totaal kosten/plaats/jaar	3.117	2.208	1.947	2.195
Vleesproductie/plaats/jaar	270	259	227	257
Kostprijs/kg kalfsvlees levend	7,51	5,54	5,59	5,55
Kostprijs/kg kalfsvlees geslacht	11,56	8,52	8,60	8,53
Kosten per kg vlees				
Nuka	3,67	3,16	2,83	2,78
Voer	5,50	3,05	3,05	3,04
Overige directe kosten	1,11	0,88	1,07	1,11
Huisvesting	0,63	0,71	0,79	0,76
Arbeid	0,44	0,56	0,64	0,62
Overige indirecte kosten	0,20	0,17	0,22	0,22
Kostprijs/kg vlees	11,56	8,52	8,60	8,53

Gebaseerd op: Schans, F.C. van der, Kostprijs jong rundvlees in verschillende produktiesystemen. Lelystad, PR, Intern rapport 254. 1993, aanvullende informatie uit het bedrijfsleven en schriftelijke informatie over de kostprijs van stierenvlees van Ir. B.W. Zaalmink.

Bijlage 2. Enkele prijzen van vee en vlees in Italië

De inkoopprijzen zijn als volgt:

blank kalfsvlees : f 10,50 per kg

rood kalfsvlees : f 8,00 per kg

stierenvlees : f 7,10 per kg

vaarzen : f 6,40 per kg

De prijs van het Deense vlees is ongeveer 60 tot 70 cent lager.

Prijzen d.d. 2 november in Lire per kg levend gewicht:

Kalfsvlees	1-e klasse:	569
	2-e klasse:	496
Stieren	1-e klasse:	359
	2-e klasse:	313
Koeien	1-e klasse:	266
	2-e klasse:	216
	3-e klasse:	147
Buffels	1-e klasse:	186
	2-e klasse:	159

Enkele andere prijzen: (september 1993, Lire per kg levend gewicht, inclusief 19% BTW (IVA), excl. 30-35% voor de slager).

Kalfsvlees:	
half karkas	9.382
voor	6.580
achter	11.058
Stier:	
half karkas	7.192
voorkwartier	5.297
achterkwartier	8.901
Volwassen rund:	
half karkas	5.200
voorkwartier	3.085
achterkwartier	7.190
Varkens:	
prosciutto 8,5/11	4.285
Schapen:	
agnello	9.018
agnellone	5.927
pecora	2.581
Slachtkuikens	3.042