H. van Meijl
J. Hammerstein
M. Rutten
A. Wolters

VERKENNENDE ANALYSE VAN DE TUINBOUW OP WERELDNIVEAU

September 1998

Landbouw-Economisch Instituut (LEI-DLO)

In opdracht van:
Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij
Directie Industrie en Handel
Contactpersoon: A. Wolthuis

INHOUD

		Blz.
SAMENVATTING		5
1.	INTRODUCTIE	11
	1.1 Inleiding	11
	1.2 Methode	11
	1.2.1 Keuze van producten	13
	1.2.2 Methode om landen en regio's per product te selecteren	15
	1.3 Opzet productdocumenten	16
2.	TUINBOUWCLUSTER WERELDWIJD	18
	2.1 Overzicht tuinbouwcluster op wereldniveau	18
3.	GROENTEN PIMAIR	23
	3.1 Aardappelen	24
	3.2 Bloemkool, spruitjes en andere koolsoorten	30
	3.3 Komkommers en Augurken	36
	3.4 Paddestoelen en Truffels	41
	3.5 Paprika's en pepers	46
	3.6 Peulvruchten	50
	3.7 Tomaten	55
	3.8 Uien	61
4.	FRUIT PRIMAIR	67
	4.1 Appelen	68
	4.2 Bananen	74
	4.3 Citrusfruit	79
	4.4 Druiven	85
	4.5 Peren	90
5.	SIERTEELT	95
	5.1 Knollen, bollen en wortelstokken	96
	5.2 Overige levende planten	99
	5.3 Snijbloemen	104
	5.4 Tuinbouwzaden	110
6.	VERWERKTE GROENTEN	117
	6.1 Verwerkte aardappelen	118
	6.2 Verwerkte paddestoelen	122
	6.3 Verwerkte tomaten	126
7.	VERWERKT FRUIT	131
	7.1 Sappen van citrusvruchten	132

Verkennende analyse van de tuinbouw op wereldniveau

Samenvatting

- Deze verkennende analyse van de tuinbouw op wereldniveau beschrijft de periode 1989-'95.
- Tuinbouwproducten worden hoofdzakelijk lokaal afgezet. De grote productie- en consumptiegebieden in de wereld vallen hierdoor in hoge mate samen.
- Internationale handel in tuinbouwproducten is met name regionaal georiënteerd.
- China komt op als belangrijk productie- en consumptiegebied.
- Europa is de belangrijkste importmarkt voor tuinbouwproducten. De groei van deze markt blijft echter achter bij de groei van de wereldmarkt. Importgroei vindt hoofdzakelijk plaats in de landen van Zuidoost-Azië en Midden- en Oost-Europa.
- De positie van Nederland in de wereldtuinbouw verslechtert; de groei van de productie en export van Nederland blijft achter bij de groei van de wereldproductie en export.
- De exportpositie van Nederland uitgedrukt in wereldmarktaandelen is met name kwantitatief verslechterd terwijl deze in waarde licht is gedaald. Het lijkt evident dat de Nederlandse exportpositie in waarde alleen gehandhaafd kan worden indien de Nederlandse tuinbouw zich meer en meer gaat toeleggen op kwaliteit.
- Voor de Nederlandse producenten van groenten, fruit en sierteelt blijft Europa de belangrijkste markt. Midden- en Oost-Europa biedt op korte en middellange termijn de grootste kansen voor de afzet van Nederlandse primaire eindproducten. Verre markten lijken voor de afzet van primaire producten minder relevant. Uitzondering hierop vormen nichemarkten waar Nederland met een kwalitatief hoogwaardig of innovatief product kan scoren (bijvoorbeeld trostomaten naar de VS en Paprika's naar Japan).
- Verre markten bieden kansen voor Nederlandse toeleveranciers en producenten van uitgangsmateriaal.
- Verre markten lijken vooralsnog niet interessant voor de afzet van Nederlandse verwerkte producten. Ook voor deze producten bieden de Europese markten (inclusief Midden- en Oost-Europa) de grootste kansen.

- *Tuinbouwproducten worden hoofdzakelijk lokaal afgezet. De grote productie en consumptiegebieden in de wereld vallen hierdoor in hoge mate samen.*

Veruit het grootste gedeelte van de tuinbouwproducten wordt afgezet in eigen land (zie tabel 1). De beperkte houdbaarheid (i.e. versheid) en geringe waarde per kilogram maken transport over langere afstanden economisch niet haalbaar. Hierdoor wordt bijvoorbeeld van aardappelen, kool en druiven 97% van de productie in eigen land afgezet (1995). Bananen is het meest exportgerichte tuinbouwproduct waarvan 16% van de productie buiten de eigen landsgrenzen wordt verkocht. Een gevolg hiervan is dat de grote consumptie- en productiegebieden in belangrijke mate samenvallen.

Tabel 1 Aandeel in wereldproductie (MT) dat lokaal (i.e. in het binnenland) wordt afgezet voor diverse tuinbouwproducten (percentages)

Tuinbouwproducten	1961	1995
Groenten		
Aardappel	99	97
Komkommers & augurken	99	94
Kool	99	97
Paddestoelen & truffels	97	91
Paprika's en pepers	99	92
Peulvruchten	92	87
Tomaten	96	96
Uien	97	91
Fruit		
Appelen	90	90
Bananen	88	84
Citrusfruit	86	90
Druiven	98	97
Peren of kweeperen	94	99

Het exportaandeel in de productie van bijna alle tuinbouwproducten is echter toegenomen in de periode '61-'95 (zie tabel 1). Redenen hiervoor liggen enerzijds in afgenomen transportkosten per kilogram product en anderzijds in de langere houdbaarheid van producten waardoor het economische en fysiek haalbaar is geworden om naar verder weg gelegen gebieden te transporteren. De achterliggende oorzaken hiervan zijn een betere infrastructuur in vele landen, betere transport en communicatiesystemen (combinaties van containerisatie, verbeterde koelsystemen en het gebruik van informatietechnologie), producten die kwalitatief beter en/of langer houdbaar zijn en lagere handelsbelemmeringen (GATT-rondes).

Het is waarschijnlijk dat deze trend zich in de toekomst zal doorzetten aangezien de voordelen van de integratie van transport, houdbaarheid en informatietechnologie nog lang niet benut lijken te zijn. Bovendien kan verwacht worden dat de volgende WTO-ronde handelsbelemmeringen verlaagt.

- *Internationale handel in tuinbouwproducten is met name regionaal georiënteerd*

De internationale handel in tuinbouwproducten is met name intra-regionaal georiënteerd. Dit wil zeggen dat landen uit een regio met name handel drijven met landen uit dezelfde regio. De oorzaak hiervan ligt weer in de versheid en relatief hoge transportkosten van tuinbouwproducten. Hierdoor wordt de VS, de grootste importmarkt van tuinbouwproducten op het Amerikaanse continent, voorzien door met name Mexico en Colombia (snijbloemen). Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn de grootste Europese import

markten die worden bediend door met name Nederland en Spanje. De Japanse markt is de belangrijkste Zuidoost-Aziatische markt die gevoed wordt door hoofdzakelijk de VS (o.a. door handelsconcessies) en China.

Tabel 2 Procentuele aandelen van regionale (Europese) en verre markten in de Nederlandse export

	Groenten		Fruit		Verwerkte Producten		Sierteelt		Uitgangs-materiaal	
	92/93	94/95	92/93	94/95	92/93	94/95	92/93	94/95	92/93	94/95
Regionaal										
Frankrijk	7	7	11	9	10	14	13	14	10	11
Duitsland	48	46	44	45	46	38	46	47	15	15
VK	12	12	12	10	14	16	9	8	8	7
Europa rest	24	22	27	24	27	29	26	23	33	30
M&O Europa	4	6	6	12	1	1	1	2	4	4
Totaal	94	93	100	100	98	98	94	95	70	67
Verre markten										
Amerika	3	3	0	0	1	1	3	3	16	17
Z-O Azië & Oc.	0	1	0	0	0	0	2	2	10	13
M-Oost & N-Afr.	2	3	0	0	1	1	1	0	3	2
Sub Sahara	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1
Totaal	6	7	0	0	2	2	6	5	30	33

Tabel 2 toont dat ook de Nederlandse export (inclusief doorvoer) sterk regionaal is georiënteerd. Van de export van groenten, fruit, verwerkte producten en sierteelt gaat achtereenvolgend 93%, 100%, 98% en 95% naar Europa (inclusief Midden- en Oost-Europa) in de periode '94-'95. Deze aandelen zijn over het algemeen stabiel gebleven ten opzichte van de periode '92-'93. Verre markten zijn daarom voor eindproducten in de Nederlandse tuinbouwcluster (nog) niet belangrijk.

Uitgangsmateriaal vormt hierop een uitzondering. Drieëndertig procent van de productie wordt afgezet op verre markten: 17% in Amerika en 13% in Zuidoost-Azië en deze aandelen nemen toe 1).

- *China komt op als belangrijk productie- en consumptiegebied*

China is voor appelen, peren en bijna alle groenten het grootste productie- en consumptiegebied ter wereld en door een relatief hoge groei van boven de 10% neemt de rol van China toe. China produceert en consumeert bijna de helft van de wereld komkommer- en augurkenproductie en bijna 40% van de paprika- en pepersproductie 2). De Chinese productie is over het algemeen van lage kwaliteit en wordt bijna in zijn geheel afgezet op de binnenlandse markt tegen lage prijzen.

Chinese importen zijn nihil en de Chinese export is voor de meeste groenten te verwaarlozen of betreft slechts een klein aandeel in de productie. Uitzondering hierop is de markt voor paddestoelen waar China 10% van zijn productie exporteert en van een onbetekenende netto-exporteur de belangrijkste netto-exporteur ter wereld is geworden

1) Ook de export van groenten naar het Midden-Oosten en Noord-Afrika bestaat grotendeels uit uitgangsmateriaal aangezien dit met name pootaardappelen zijn die in onze classificatie tot de verse aardappelen worden gerekend.
2) Het Chinese productieaandeel voor appelen is 23%, peren 36, aardappelen 16, kool 28, paddestoelen 24, peulvruchten 9, tomaten 15 en uien 20%.

met een aandeel van 20% in de wereldexport. Het Chinese exportaandeel (waarde) in de wereld van peulvruchten en peren is relatief hoog met achtereenvolgens 13% en 5%. De Chinese export van appelen, koolsoorten en uien is klein (wereldmarktaandeel 2%) maar groeit snel.

Het is de vraag of de toegenomen Chinese export een trend is die leidt tot een centrale rol van China op de wereldtuinbouw exportmarkt of dat door een sterke groei van de binnenlandse consumptie China een netto-importeur van betekenis gaat worden. Om deze vraag beter te kunnen beantwoorden is inzicht in de vraag en aanbod ontwikkelingen van China nodig.

- *Europa is de belangrijkste importmarkt voor tuinbouwproducten. De groei van deze markt blijft echter achter bij de groei van de wereldmarkt. Importgroei vindt met name plaats in de landen van Midden- en Oost-Europa en Zuidoost-Azië.*

De landen van Europa (zonder Midden- en Oost-Europa) vormen de grootste importmarkt ter wereld. De helft tot 85% van alle tuinbouwproducten wordt door Europa geïmporteerd 1) Met name Duitsland is voor vele producten de belangrijkste import markt. De groei op de Duitse en andere Europese importmarkten is echter lager dan de groei van de wereldimport. Groeimarkten zijn met name de markten in Midden- en Oost-Europa (inclusief landen van de voormalige Sovjet-Unie) en de landen in Zuidoost-Azië.

- *De positie van Nederland in de wereldtuinbouw verslechtert; de groei van de productie- en exportwaarde van Nederland blijft achter bij de groei van de wereldproductie en exportwaarde.*

Nederland speelt een marginale rol in de wereldproductie van groenten en fruit (productieaandeel van 1%) maar is een belangrijke exporteur met een exportaandeel van 17% in de wereldexportwaarde van tuinbouwproducten (inclusief sierteelt en uitgangsmateriaal). De positie van Nederland in de wereldtuinbouw verslechtert; de productie groei van Nederland blijft met 2% per jaar achter bij de wereldproductiegroei (3%) en ook de Nederlandse exportgroei (5%) is lager dan de wereldexportgroei (6%).

- *De exportpositie van Nederland uitgedrukt in wereldmarktaandelen is met name verslechterd in hoeveelheden terwijl deze in waarde licht is gedaald. Het lijkt evident dat de Nederlandse exportpositie in waarde alleen gehandhaafd kan worden indien de Nederlandse tuinbouw zich meer en meer gaat toeleggen op kwaliteit.*

Zoals blijkt uit tabel 3 was het exportaandeel van Nederland in waarde en hoeveelheden ongeveer gelijk (7%) in 1961. Vanaf 1961 is het wereldmarktaandeel van Nederland gegroeid naar 10% in hoeveelheden en 12% in waarde in 1991. Dit betekent dat Nederland zich begeeft in het segment met een hogere kwaliteit. Sindsdien is met name de exportpositie van Nederland in hoeveelheden verslechterd terwijl de exportpositie van Nederland in waarde licht is gedaald. Nederland begeeft zich daarom relatief steeds meer in het hoge kwaliteitssegment. In de toekomst zal de exportpositie van Nederland in hoeveelheden waarschijnlijk verder verslechteren. Het lijkt evident dat de Nederlandse exportpositie in waarde alleen gehandhaafd kan worden indien de Nederlandse tuinbouw zich meer en meer gaat toeleggen op kwaliteit.

1) In deze studie worden landen als uitgangspunt gekozen. De 50 staten van de VS vormen daarom een land en de landen van de Europese Unie worden ieder afzonderlijk onderscheiden. Hierdoor wordt de intra-VS-handel niet en de intra-Europese handel wel in beschouwing genomen. Zonder de intra-Europese handel is de positie van Europa niet meer zo dominant.

Tabel 3 Nederlandse exportaandeel van groenten en fruit in de wereld (percentages)

Exportaandeel in wereld	1961	1991	1995
Hoeveelheden	7	10	8
Waarde	7	12	11

- *Voor de Nederlandse producenten van groenten, fruit en sierteelt blijft Europa de belangrijkste markt. Midden- en Oost-Europa biedt op korte- en middellange termijn de grootste kansen voor de afzet van Nederlandse primaire eindproducten. Verre markten lijken voor de afzet van primaire producten minder relevant. Uitzondering hierop vormen nichemarkten waar Nederland met een kwalitatief hoogwaardig of innovatief product kan scoren.*

Tuinbouwproducten worden hoofdzakelijk voor de binnenlandse markt geproduceerd en indien zij geëxporteerd worden is de handel met name intra-regionaal. Nederland vormt een uitzondering op het eerste gedeelte aangezien een behoorlijk deel (57%) van de Nederlandse fruit- en groenteproductie geëxporteerd wordt. Conform het tweede gedeelte van deze stelling is de Europese markt veruit de belangrijkste markt voor Nederland (zie tabel 2).

Het intra-regionale karakter van de handel tezamen met de relatief lage groei van de Europese markt maakt het voor Nederland moeilijk om zijn exportpositie in de wereld te handhaven. Het aandeel van Nederland in de Wereldmarkt daalt daarom voor vele producten.

Groeiregio's zijn Midden- en Oost-Europa (met name de Russische Federatie) en Zuidoost-Azië. Kansen liggen er voor Nederland met name in de Midden- en Oost-Europese landen, waartoe ook de landen van de voormalige Sovjet-Unie behoren. De overgang van een plan economie naar een markteconomie heeft de productie in deze landen verminderd waardoor de importbehoefte is toegenomen. De afstand tot deze markten is in tegenstelling tot de markten van Zuidoost-Azië geen probleem.

Tabel 2 toont dat de markten van Midden- en Oost-Europa belangrijker zijn geworden voor de Nederlandse export. Het exportaandeel van deze regio is voor fruit en sierteelt verdubbeld tot achtereenvolgens 12% en 2%. Voor groenten is het aandeel toegenomen van 4% naar 6%. Indien de kansen benut worden kan het belang van deze regio voor de Nederlandse export nog sterk toenemen. Het is de vraag of deze kansen tijdelijk zijn of van langere duur. Dit hangt met name af van de snelheid waarmee de productiestructuur in deze regio hersteld en verbeterd kan worden.

De markten in Zuidoost-Azië zijn niet alleen groot, maar groeien ook bijzonder snel. Hoewel de huidige economische crisis de groei van de markt voor tuinbouwproducten enigszins heeft afgevlakt, blijven de perspectieven op langere termijn gunstig. Deze grote en snelgroeiende markt is voor Nederland momenteel niet of nauwelijks van belang (zie tabel 2). Alleen de export van bollen en uitgangsmateriaal is van enig belang. Het is de vraag of men hier kan spreken van gemiste kansen of dat hoge transportkosten, lage importprijzen (op sommige markten) en de aanwezigheid van gunstiger gepositioneerde producenten (China, Nieuw Zeeland, Filippijnen, Chili, Mexico, VS en dergelijke) de Nederlandse export van primaire producten naar deze markten niet profijtelijk maakt. Vooralsnog lijken verre markten niet interessant voor primaire producten 1).

1) Alleen technologische doorbraken op het gebied van transport en houdbaarheid kunnen hier verandering in brengen.

Uitzondering hierop vormen nichemarkten waar Nederland met een kwalitatief hoogwaardig of innovatief product kan scoren in verre markten. Voorbeelden hiervan zijn de export van trostomaten naar de VS en paprika's naar Japan.

- *Verre markten bieden kansen voor toeleveranciers en producenten van uitgangsmateriaal.*

Uit tabel 2 volgt dat voor uitgangsmateriaal verre markten perspectief bieden voor de Nederlandse producenten. Amerika en met name Zuidoost-Azië bieden perspectieven voor de bollen sector. Voor toeleveranciers en producenten van uitgangsmateriaal van groenten zijn dit met name Midden- en Oost-Europa, Amerika en het Midden-Oosten en Noord-Afrika.

- *Verre markten lijken vooralsnog niet interessant voor de afzet van Nederlandse verwerkte producten. Ook voor deze producten biedt de Europese markt (inclusief Midden- en Oost-Europa) de grootste kansen.*

Uit tabel 2 blijkt dat verre markten ook voor verwerkte producten niet belangrijk zijn ondanks dat deze producten beter houdbaar zijn. Slechts 2% van de Nederlandse export werd geëxporteerd buiten Europa (inclusief Midden- en Oost-Europa).

1. INTRODUCTIE

1.1 Inleiding

Ontwikkelingen op de wereldmarkt worden steeds belangrijker voor de Nederlandse agribusiness. Dit komt met name door de toegenomen internationale oriëntatie van de Nederlandse agribusiness en de wereldwijde internationaliseringstendens welke veroorzaakt wordt door de toegenomen mogelijkheden van informatietechnologie, afgenomen transportkosten, de opkomst van nieuwe regio's en de verdergaande liberalisatie van internationale kapitaalmarkten en de wereldhandel (Uruguay ronde).

Het bevorderen van een duurzame en internationaal concurrerende abribusiness is een taak van de Directie Industrie en Handel van het Ministerie van Landbouw, Natuur en Visserij. Inzicht in de ontwikkelingen op de wereldmarkt is hiervoor noodzakelijk. In de regio visies en landendocumenten staan ontwikkelingen per land of regio centraal. De samenhang tussen landen en regio's wordt hierin niet expliciet als thema meegenomen. In deze studie wordt een geïntegreerd beeld geschetst van de samenhang tussen de verschillende regio's voor een bepaalde agri-businesscluster (toelevering, primaire productie, verwerkende industrie en handel). Mede gezien het relatief grote belang van tuinbouw in de Nederlandse agribusiness wordt de tuinbouwcluster als case studie genomen.

Het doel van deze verkennende studie is een analyse en beschrijving van de ontwikkelingen op het gebied van wereldwijde vraag en aanbod en de daaruit voortvloeiende handelsstromen voor een twintigtal producten binnen de tuinbouw cluster. Naast inzicht in de handelsstromen wordt ook inzicht gekregen in de belangrijkste productie- en consumptie gebieden voor deze producten.

De selectie van producten, welke wordt beschreven in paragraaf 1.2, is ten dele afhankelijk van de beschikbaarheid van data. De primaire en verwerkte producten kunnen redelijk in kaart worden gebracht met bestaande databronnen. Voor de toelevering (onder andere kassen, kennis uitgangsmateriaal) is de databeschikbaarheid op wereldniveau slecht. In hoofdstuk 2 wordt een overzicht van de tuinbouwcluster op wereldniveau en van de tuinbouwcluster in Nederland gegeven. Dit deel geeft een globaal overzicht van het productie- en exportbelang van de geselecteerde producten binnen de tuinbouwcluster en de ontwikkelingen hierin. De Nederlandse situatie en ontwikkelingen hierin worden vergeleken met de situatie en ontwikkelingen op wereldniveau. In hoofdstuk 3 worden de verkennende analyses op wereldniveau van de geselecteerde tuinbouwproducten beschreven. In deze productbeschrijvingen worden de productie, consumptie en export/import ontwikkelingen per product op wereldniveau beschreven. In de samenvatting worden de belangrijkste ontwikkelingen binnen de wereldtuinbouw en enkele implicaties van deze ontwikkelingen voor Nederland beschreven.

1.2 Methode

In deze paragraaf wordt ingegaan op de methodische aspecten die gehanteerd zijn bij dit onderzoek. In de eerste plaats komt de keuze van producten waarvoor een wereldwijd beeld wordt geschetst aan de orde (paragraaf 1.2.1). Daarna wordt ingegaan op de keuze van landen/regio's die tezamen het wereldwijde beeld voor een bepaald product vormen (paragraaf 1.2.2). In deze secties wordt ingegaan op de hierbij te gebruiken criteria. De criteria dienen zo gekozen te worden dat een evenwichtig beeld van de tuinbouwproducten (die relevant zijn voor Nederland) op wereldniveau wordt verkregen.

Een evenwichtig beeld van de tuinbouw op wereldniveau omvat zowel een beschrijving van de huidige stand van zaken als een beschrijving van de belangrijkste ontwikkelingen hierin. Bij de keuze van producten en landen is het belangrijk of men een schets van de

tuinbouwsector op wereldniveau maakt of dat men deze schets op wereldniveau vanuit Nederlands perspectief maakt. In het eerste geval selecteert men tuinbouwproducten en –landen die een belangrijke rol in de wereld vervullen, doch niet voor Nederland van belang hoeven te zijn en in het tweede geval selecteert men producten en landen die voor Nederland van belang zijn en vervolgens schetst men voor deze producten en landen de wereldwijde ontwikkelingen. Selectie criteria voor de keuze van producten en landen afhankelijk van het gekozen wereld of Nederlands perspectief, staan weergegeven in tabel 1.1.

Tabel 1.1 Criteria voor product en landen selectie

	Keuze van Perspectief	***Criteria***
Product keuze	Wereld perspectief	*Productie:* - Aandeel in wereldtuinbouw productie van een product - de gemiddelde wereldproductiegroei van een product in laatste x-aantal jaren *Handel:* - aandeel in wereldhandel (waarde) van een product - de gemiddelde groei van de wereldhandel in een product in laatste x-aantal jaren
	Nederlands perspectief	*Productie:* - aandeel in totale Nederlandse tuinbouwproductie van een product - de gemiddelde Nederlandse productiegroei in laatste x-aantal jaren *Handel:* - aandeel in Nederlandse export van een product - de gemiddelde Nederlandse exportgroei van een product in de laatste x-aantal jaren
Landen keuze	Wereld perspectief	*Productie:* - aandeel in wereldtuinbouwproductie van een land - de gemiddelde productiegroei van dit land in laatste x-aantal jaren *Handel:* - De relatieve netto exportpositie (export minus import) van een land t.o.v. andere landen - de gemiddelde groei van de netto exportpositie van een product in de laatste x-aantal jaren
	Nederlands perspectief	*Handel:* - aandeel van land van bestemming in Nederlandse export - de gemiddelde groei van dit aandeel in de laatste x-aantal jaren - belangrijke importeurs op Nederlandse exportmarkten

Afhankelijk van het gekozen perspectief op product en landenniveau kan men 4 keuzes onderscheiden, welke ieder een verschillend type analyse inhouden. De relatie tussen de analyse typen en het gekozen perspectief op product- en landenniveau worden weergegeven in tabel 1.2.

Tabel 1.2 Type analyse afhankelijk van gekozen perspectief

	Selectie van landen Wereld perspectief	***Selectie van landen Nederlands perspectief***
Selectie van producten: Wereld perspectief	Overzicht tuinbouw op wereldniveau	Overzicht van score Nederland op belangrijke tuinbouwproducten
Selectie van producten: Nederlands perspectief	Overzicht van tuinbouw producten, die relevant zijn voor Nederland, op wereldniveau	Concurrentie analyse: wat zijn belangrijkste afzetmarkten en concurrenten voor belangrijke Nederlandse tuinbouw producten

De keuze voor het wereld- of Nederlands perspectief op product- en landenniveau is afhankelijk van het doel van een project. Het doel van deze studie is het verkrijgen van inzicht in ontwikkelingen op wereldniveau van de voor Nederland interessante tuinbouwproducten. De selectie van producten is daarom met name gekozen vanuit Nederlands perspectief en de selectie van landen vanuit wereldperspectief.

Bij deze verkennende analyse van de tuinbouw op wereld niveau staan ontwikkelingen per tuinbouwproduct centraal i.t.t. de landendocumenten waar de ontwikkelingen per land centraal staan. Daarom worden eerst de producten geselecteerd en daarna de landen. De landen die belangrijk zijn in termen van productie, consumptie, export en import verschillen per product. Daarom worden voor elk van de geselecteerde producten een aantal landen geselecteerd die belangrijk zijn voor dat specifieke product.

1.2.1 Keuze van producten

De keuze van producten is voornamelijk vanuit Nederlands perspectief gemaakt. Hiernaast worden alle belangrijke tuinbouwproducten op wereldniveau geselecteerd om tot een compleet overzicht van de tuinbouwcluster wereldwijd te komen. Bij de keuze van producten wordt de huidige stand van zaken enerzijds beschreven door de aandelen in de totale tuinbouw productie en handel van bepaalde producten te berekenen. De belangrijkste ontwikkelingen voor de tuinbouw worden beschreven door naar de groei percentages van de export en productie aandelen te kijken. In deze studie zijn met name producten geselecteerd die een groot aandeel hebben in plaats van producten die snel groeien. De gebruikte criteria voor de selectie van een 20-tal producten zijn:

- Productie:
  - aandeel in de Nederlandse productie is hoger dan 2% *of*
  - aandeel in de Nederlandse productie ligt tussen 1% en 2%, en dit product heeft een hoge productie groei *of*
  - aandeel in de wereldproductie is hoger dan 4% *of*
- Export:
  - aandeel in Nederlandse export is hoger dan 2% *of*
  - aandeel in de Nederlandse export ligt tussen 1% en 2% en dit product heeft een hoge export groei

Tabel 1.3 Geselecteerde producten

Product categorie *)	Product omschrijving
Groenten primair	
- Aardappelen	verse aardappelen (pootaardappelen, consumptieaardappelen en zetmeelaardappelen)
- Bloemkool en andere koolsoorten	bloemkool, spruitjes en andere koolsoorten
- Komkommers en augurken	komkommers en augurken
- Paddestoelen	paddestoelen en truffels
- Paprika's en pepers	paprika's en pepers
- Peulvruchten	gedroogde erwten, linzen en bonen (inclusief tuin-, paarde-, en duivebonen) en groene erwten en bonen
- Tomaten	verse tomaten
- Uien	uien en sjalotten
Fruit primair	
- Appelen	appelen, vers
- Bananen	bananen
- Citrus fruit	- sinaasappelen, mandarijnen, clementines, e.d. citroenen, lemmetjes, pompelmoezen en pomelo's
- Druiven	verse druiven
- Peren	peren of kweeperen, vers
Sierteelt en uitgangsmateriaal	
- Bollen/knollen en wortelstokken	bollen/knollen en wortelstokken
- Overige levende planten	andere levende planten en wortels, stekken en enten
- Snijbloemen	snijbloemen en loof, bladeren, takken, mossen, kerstbomen, e.d.
- Tuinbouwzaden	zaad van kruidachtige planten met name gekweekt voor bloemen - groentenzaden (exclusief suikerbietenzaad en zaden van voedergewassen)
Verwerkte groenten	
- Verwerkte aardappels	meel, gries en vlokken van aardappelen en bevroren aardappelen
- Verwerkte paddestoelen	paddestoelen, gedroogd, gedehydreerd , geëvaporeerd of bereid
- Verwerkte tomaten	tomatensap en tomaten; bereid of verduurzaamd (niet in azijn)
Verwerkt fruit	
- Sappen van citrus	Sinaasappelsap, pompelmoezensap en ander citrusvruchtensap

*) FAO en SITC codes van elk onderscheiden product staan in appendix 1.

Data:
Voor primaire groenten en fruit hebben we deze selectiecriteria toegepast op productie- en handelsdata uit FAOSTAT. Voor de verwerkte producten, uitgangsmateriaal en sierteelt zijn geen consistente productiedata beschikbaar en hebben we alleen de exportcriteria toegepast. Voor verwerkte producten zijn FAOSTAT exportdata en voor uitgangsmateriaal en sierteelt zijn PCTAS exportdata gebruikt. De productie- en exportaandelen zijn berekend als gemiddelde over de '93-'95 periode en groeiratio's zijn berekend als de jaarlijkse

1.2.2 Methode om landen en regio's per product te selecteren

De landen die belangrijk zijn in termen van productie, consumptie, export en import verschillen per product. Daarom wordt voor elk van de geselecteerde producten een aantal landen geselecteerd die belangrijk zijn voor dat specifieke product. Om tot een wereldwijde dekking per product te komen worden naast deze product-specifiek geselecteerde landen een aantal rest-regio's onderscheiden. De landenselectie methode per product bestaat uit 2 stappen:

Stap 1: selectie landen die belangrijk zijn voor een bepaald product

Voor elk product worden de belangrijkste producenten, exporteurs en importeurs onderscheiden. De selectie gebeurt op basis van de volgende criteria:

- Productie:
  - aandeel van een land in wereldproductie is hoger dan 2% *of*
  - aandeel van een land in wereldproductie ligt tussen 1% en 2%, en de productiegroei is hoog *of*
- Export:
  - aandeel van een land in wereldexport is hoger dan 2% *of*
  - aandeel van een land in wereldexport ligt tussen 1% en 2%, en de exportgroei is hoog *of*
- Import:
  - aandeel van een land in wereldimport is hoger dan 1,5% *of*
  - aandeel van een land in wereldimport ligt tussen 0,5% en 1,5%, en de importgroei is hoog

Stap 2: specificeer rest-regio's zodat er een wereldwijde dekking ontstaat

Om tot een wereldwijde dekking te komen specificeren we voor elk product rest-regio's waarin alle niet geselecteerde landen van de wereld zitten. Deze rest-regio's worden gevormd door uit een beperkt aantal kernregio's de geselecteerde landen weg te laten. In deze studie onderscheiden we 6 kernregio's (de kernregio's en de onderliggende landen staan beschreven in tabel 4 1).

- Amerika
- Europa (EU15, Zwitserland, Noorwegen, IJsland en Turkije)
- Midden- en Oost-Europa (inclusief voormalige Sovjet Unie)
- Midden-Oosten en Noord-Afrika
- Sub Sahara Afrika
- Zuidoost Azië en Oceanië

Voor elk product worden aan de in stap 1 geselecteerde landen 6 restregio's toegevoegd. De naamgeving van deze rest-regio's bestaat uit de naam van de regio met het achtervoegsel "rest".

---

ducten zijn daarom de groeicijfers berekend als de jaarlijkse groei van het gemiddelde over '95-'94 ten opzichte van het gemiddelde over '92-'93.

1) Landen met een inwonertal van minder dan 1 miljoen inwoners zijn weggelaten.

Tabel 1.4 Regio indeling

Amerika	Europa	Midden & Oost Europa	Midden-Oosten & Noord-Afrika	Sub Sahara Afrika	Zuidoost Azië & Oceanie
ARGENTINA	AUSTRIA	ALBANIA	ALGERIA	ANGOLA	AFGHANISTAN
BOLIVIA	BEL-LUX	ARMENIA	EGYPT	BOTSWANA	BANGLADESH
BRAZIL	TURKEY	AZERBAIJAN	IRAN	BURKINA FASO	BHUTAN
CHILE	NORWAY	BELARUS	IRAQ	BURUNDI	CHINA
COLOMBIA	SWITZERLAND	BOSNIA HERZG	ISRAEL	CAMEROON	CAMBODIA
ECUADOR	DENMARK	BULGARIA	JORDAN	CENT AFR REP	HONG KONG
PERU	FINLAND	CROATIA	KUWAIT	CHAD	INDIA
URUGUAY	FRANCE	CZECH REP	LEBANON	CONGO	INDONESIA
VENEZUELA	GERMANY	ESTONIA	LIBYA	COTE DIVOIRE	JAPAN
CANADA	GREECE	GEORGIA	MOROCCO	ERITREA	KOREA D P RP
USA	IRELAND	HUNGARY	OMAN	ETHIOPIA	KOREA REP
COSTA RICA	ITALY	KAZAKSTAN	SAUDI ARABIA	GHANA	LAOS
DOMINIC RP	NETHERLANDS	KYRGYZSTAN	SYRIA	GUINEA	MALAYSIA
EL SALVADOR	PORTUGAL	LATVIA	TUNISIA	GUINEABISSAU	MONGOLIA
GUATEMALA	SPAIN	LITHUANIA	UNTD ARAB EM	KENYA	MYANMAR
HONDURAS	SWEDEN	MACEDONIA	YEMEN	LESOTHO	NEPAL
JAMAICA	UK	MOLDOVA REP		LIBERIA	PAKISTAN
MEXICO		POLAND		MADAGASCAR	PHILIPPINES
NICARAGUA		ROMANIA		MALAWI	SINGAPORE
PANAMA		RUSSIAN FED		MALI	SRI LANKA
PUERTO RICO		SLOVAKIA		MAURITANIA	THAILAND
		SLOVENIA		MAURITIUS	VIET NAM
		TAJIKISTAN		MOZAMBIQUE	AUSTRALIA
		TURKMENISTAN		NAMIBIA	NEW ZEALAND
		UKRAINE		NIGER	PAPUA N GUIN
		UZBEKISTAN		NIGERIA	
		YUGOSLAV		RWANDA	
				SENEGAL	
				SIERRA LEONE	
				SOMALIA	
				SUDAN	
				TANZANIA	
				TOGO	
				UGANDA	
				ZAMBIA	
				ZIMBABWE	
				SOUTH AFRIKA	

1.3 Opzet productdocumenten

In hoofdstuk 3 worden de verkennende analyses op wereldniveau van de 21 geselecteerde tuinbouwproducten beschreven. De opbouw van deze product-documenten is als volgt:

De geselecteerde landen per product en de kerngegevens staan beschreven in de overzichtstabel welke aan het eind van elk productdocument worden gepresenteerd. In deze tabel staan de aandelen van de geselecteerde landen en regio's en de jaarlijkse groeicijfers van productie (metrische tonnen), export ($, waarde), import ($, waarde) en binnenlands verbruik (metrische tonnen). Alle gegevens worden berekend op basis van FAOSTAT data. Uitzondering hierop zijn de overzichtstabellen van de sierteelt en uitgangsmateriaal producten welke op basis van PCTAS gegevens zijn berekend.

Naast deze overzichtstabel bestaat elk productdocument uit 4 onderdelen.

Trends en Conclusies
Elk productdocument begint met een beschrijving van de belangrijkste trends en conclusies voor een product op wereldniveau waardoor snel een overzicht van de belangrijkste spelers en ontwikkelingen per product wordt verkregen.

Productie
Ten tweede wordt voor elk product de productie beschreven. De productiegegevens worden altijd uitgedrukt in hoeveelheden (metrische tonnen: MT). Zowel de productieaandelen als de productiegroei van de belangrijkste producenten worden grafisch weergegeven. In de grafieken worden alleen de belangrijkste producenten op wereldniveau onderscheiden. Omdat de grafieken een wereldwijde dekking beogen worden weer restregio's geformuleerd. Deze restregio's verschillen van de reeds onderscheiden restregio's (zie paragraaf 1.2.2) aangezien uit de 6 kernregio's alleen de belangrijkste producenten worden gehaald en niet de belangrijkste exporteurs en importeurs. De naamgeving van deze nieuwe rest-regio's bestaat uit de naam van de regio met het achtervoegsel "overig".

Consumptie/binnenlands verbruik
Het binnenlandsverbruik in MT voor de primaire producten is berekend als productie plus import minus export. Het binnenlands verbruik bestaat uit de binnenlandse consumptie van zowel consumenten als industrie. Aangezien voor sierteelt, uitgangsmateriaal en verwerkte producten geen productiedata beschikbaar zijn kunnen ook geen binnenlands verbruik data voor deze producten berekend worden.

Internationale handel
In deze secties worden achtereenvolgens de netto-export, export en import besproken (alle export/import gegevens zijn in waarde (VS$)). Eerst wordt de netto-exportpositie en ontwikkelingen daarin van de belangrijkste netto-exporteurs en netto-importeurs op wereldniveau besproken en grafisch afgebeeld. Ten tweede worden de belangrijkste exporteurs besproken. Ten derde worden enkele grote en snelgroeiende importmarkten besproken. Voor deze importmarkten worden de belangrijkste exporteurs en hun ontwikkeling beschreven en grafisch afgebeeld. In deze grafieken staat op de horizontale- as de groei van een bepaalde exporteur op een importmarkt en de omvang van een bepaalde exporteur wordt weergegeven door de omvang van een bolletje op deze as. De bilaterale handelsgegevens die aan deze grafieken ten grondslag liggen zijn afkomstig van PCTAS. Importaandelen worden berekend als gemiddelde over de '94-'95 periode en groeiratio's zijn berekend als de jaarlijkse constante groei van het gemiddelde over '94-'95 ten opzichte van het gemiddelde over '92-'93.

2. TUINBOUWCLUSTER WERELDWIJD

2.1 Overzicht tuinbouwcluster op wereldniveau

In de gehele wereld is de tuinbouwcluster de afgelopen jaren in omvang toegenomen. De productie wereldwijd (metrische tonnen; MT) is met 3% per jaar toegenomen en de exportwaarde wereldwijd met 6% per jaar. Tabel 2.1 en tabel 2.2 tonen de ontwikkelingen van respectievelijk de wereldproductie en de wereldexporten.

Tabel 2.1 Ontwikkelingen wereldproductie

Wereldproductie (mln. MT)	*Gem. '93-'95*	*Aandeel '93-'95 in %*	*Groei jaarlijks in %*
Groenten Primair			
Aardappelen	286	22	2
Komkommers & Augurken	22	2	6
Kool	57	4	4
Paddestoelen en Truffels	2	0	4
Paprika's en Pepers	13	1	5
Peulvruchten	65	5	1
Tomaten	81	6	2
Uien	37	3	4
Groenten Rest	266	21	4
Totaal	828	65	3
Fruit Primair			
Appelen	49	4	5
Bananen	82	6	3
Citrus Fruit	88	7	3
Druiven	55	4	-1
Peren of Kweeperen	12	1	5
Fruit Rest	161	13	4
Totaal	448	35	3
Totaal Groenten en Fruit Primair	1.276	100	3

De wereldproductie van groenten en fruit is gestegen met 3% per jaar tot een totaal van 1.276 miljoen MT gemiddeld per jaar over de periode '93-'95 1). De primaire groenten betreffen 65% van deze wereldproductie, de rest is afkomstig van de fruitsector 2). Deze verdeling is stabiel gebleven gedurende de '89-'95 periode.

Binnen de categorie primaire groenten zijn de aardappelen het belangrijkst met een productieaandeel van 22% in de totale groenten- en fruitproductie. Andere producten met een aanzienlijk aandeel zijn tomaten (6%) en peulvruchten (5%). De drie grote producten hebben echter de laagste groeicijfers. De kleinste producten laten daarentegen een hoge groei zien; de productie van komkommers/augurken en pepers groeit met 6% en 5% respectievelijk, terwijl de productie van aardappelen, tomaten en komkommers een groei vertoont van tussen de 1% en de 2%.

1) Alle groeipercentages zijn berekend als de groei van het gemiddelde over '93-'95 ten opzichte van het gemiddelde over '89-'91. Deze cijfers zijn omgezet naar jaarlijkse constante groeicijfers.
2) Van verwerkt fruit, verwerkte groenten, sierteelt en uitgangsmateriaal zijn geen productiecijfers beschikbaar.

Tabel 2.2 Ontwikkelingen wereldexporten

Wereldexporten (mln. $)	Gem. '93-'95	Aandeel '93-'95 in %	Groei jaarlijks in %
Groenten Primair			
Aardappelen	1.755	3	3
Komkommers & Augurken	818	1	8
Kool	785	1	10
Paddestoelen en Truffels	565	1	11
Paprika's en Pepers	1.110	2	13
Peulvruchten	2.829	4	2
Tomaten	2.488	4	8
Uien	969	2	12
Groenten Rest	3.402	5	7
Totaal	14.722	23	6
Groenten Verwerkt			
Aardappelen Verwerkt	1.407	2	14
Paddestoelen Verwerkt	1.186	2	3
Tomaten Verwerkt	1.555	2	1
Verwerkte Groenten Rest	6.514	10	7
Totaal	10.663	17	6
Fruit Primair			
Appelen	2.480	4	6
Bananen	3.995	6	9
Citrus Fruit	4.465	7	6
Druiven	1.811	3	6
Peren of Kweeperen	868	1	8
Fruit Rest	5.485	9	6
Totaal	19.105	30	7
Fruit Verwerkt			
Sappen van Citrus	2.639	4	3
Verwerkt Fruit Rest	8.440	13	6
Totaal	11.079	17	5
Totaal Groenten en Fruit	55.569	86	6
Sierteelt			
Bollen, knollen en wortelstokken	814	1	7
Overige levende planten	2.951	5	4
Snijbloemen	4.101	6	7
Totaal	7.867	12	6
Uitgangsmateriaal	1.012	2	6
Clustertotaal Groenten, Fruit, Sierteelt en Uitgangsmateriaal	64.448	100	6

Binnen de categorie primair fruit worden citrus fruit en bananen het meest geproduceerd (aandeel in de productie groenten en fruit primair van respectievelijk 7% en 6%). De kleinere fruitsoorten, appels en peren, vertonen echter een hogere groei (5% voor beide producten). Als enig product binnen de groep groente en fruit primair nam de productie van druiven af (minus 1% per jaar).

Tabel 2.2 laat voor de tuinbouwcluster de wereldexportopbrengsten en de ontwikkelingen hierin zien. Primaire groenten en fruit realiseren het grootste aandeel van de wereldexportopbrengsten met achtereenvolgens 23% en 30%. Alle categorieën groeien ongeveer even hard (gemiddeld 6% per jaar). Binnen de groenten zijn de producten die de hoogste productie realiseren tevens producten met de hoogste exportopbrengsten; aardappelen, tomaten en peulvruchten hebben een aandeel van respectievelijk 3%, 4% en 4% in de totale wereld-exportopbrengsten van de tuinbouwcluster. De snelle groeiers wat betreft exportopbrengsten zijn pepers, uien, paddestoelen en truffels en kool met groeipercentages tussen de 10% en 13%. Citrus en bananen zijn binnen de categorie fruit de producten met een hoog aandeel van achtereenvolgens 7% en 6% in de totale wereldexportopbrengsten. Peren en bananen zijn de snelle groeiers met een groei van achtereenvolgens 9% en de 8%. De verwerkte categorieën bestaan uit een aantal zeer heterogene producten met ieder een klein aandeel van de wereldexporten. Opvallend is de sterke groei van verwerkte aardappelen; de exportopbrengsten van deze categorie groeien met 14%. De sierteelt en het uitgangsmateriaal 1) hebben een exportaandeel in de wereld van respectievelijk 12% en 2%. Snijbloemen en overige levende planten 2) zijn met achtereenvolgens 6% en 5% de belangrijkste sectoren.

Tabel 2.3 en 2.4 tonen de ontwikkelingen in respectievelijk de productie en exportopbrengsten van de Nederlandse tuinbouwcluster. Een vergelijking van deze tabellen met tabel 2.1 en tabel 2.2 toont dat Nederland een marginale rol speelt in de wereldproductie van groenten en fruit met een productie aandeel van 1%. Echter Nederland speelt een belangrijke rol in de export van tuinbouwproducten met een aandeel van 17% in de totale exportwaarde. De positie van Nederland in de wereldtuinbouw vermindert; de productie groei van Nederland blijft met 2% per jaar achter bij de wereldproductiegroei en ook de Nederlandse exportgroei (5%) is lager dan de wereld exportgroei (6%).

Producten met de grootste productiegroei binnen de primaire groenten zijn paprika's/pepers (groei van 13%), paddestoelen en truffels (groei van 8%) en uien (groei van 7%). Met uitzondering van deze producten scoort Nederland ten opzichte van de wereld slecht als het gaat om productiegroei; de groeipercentages liggen over het algemeen onder en zijn voor peulvruchten en tomaten zelfs negatief (krimp van respectievelijk 7% en 2%). Opvallend is dat voor Nederland het product aardappelen nog veel belangrijker is dan dat het geval is voor de wereld; 62% van de totale groenten- en fruitproductie (in metrische tonnen) komt voor rekening van de aardappelsector (zie tabel 2.3). Daarmee komt de productie van primaire groenten vrij gemakkelijk op een aandeel van 93% in het totaal. Worden aardappelen in het geheel weggelaten dan veranderen de percentages aanzienlijk. Het product uien verkrijgt dan bijvoorbeeld een aandeel van 17% in de totale productie, in plaats van 5%.

Wat primair fruit betreft zijn er ook aanzienlijke verschillen tussen Nederland en de wereld vanwege klimatologische redenen; worden producten als citrus fruit en bananen wereldwijd het meest geproduceerd, Nederland produceert voornamelijk appels (aandeel in de Nederlandse productie van 5%) en peren (aandeel van 1%). Voor de fruitsoorten die Nederland produceert ligt het groeipercentage echter ver boven de groei van de wereldproductie van de betreffende producten; de Nederlandse productie van appels en peren groeit met respectievelijk 14% en 11%, voor de wereld liggen deze percentages rond een niveau van 5%.

---

1) Exportgegevens van sierteelt en uitgangsmateriaal zijn afkomstig van de jaren '94/'95. De jaarlijkse groei voor deze categorieën correspondeert met de periode '92/'93-'94/'95.
2) De categorie 'levende planten' omvat niet alleen kamerplanten en heesters voor decoratieve doeleinden, maar ook uitgangsmateriaal voor groente en fruitteelt zoals jonge plantjes en champignonbroed.

Tabel 2.3 Ontwikkelingen Nederlandse productie

Productie Nederland (1.000 MT)	Gem. '93-'95	Aandeel '93-'95 in %	Groei jaarlijks in %
Groenten Primair			
Aardappelen	7.376	62	2
Komkommers & Augurken	511	4	3
Kool	362	3	3
Paddestoelen en Truffels	203	2	8
Paprika's en Pepers	234	2	13
Peulvruchten	216	2	-7
Tomaten	576	5	-2
Uien	614	5	7
Groenten Rest	989	8	0
Totaal	11.080	93	2
Fruit Primair			
Appelen Vers	613	5	14
Druiven	0	0	-10
Peren of Kweeperen Vers	157	1	11
Fruit Rest	44	0	3
Totaal	814	7	12
Totaal Groenten en Fruit Primair	11.894	100	2

In tabel 2.4 wordt de ontwikkeling van de exportopbrengsten van de Nederlandse tuinbouwcluster weergegeven. Ten opzichte van de wereld is Nederland relatief sterk in sierteelt , uitgangsmateriaal en primaire groenten en relatief zwak in (verwerkt) fruit en verwerkte groenten. De exportopbrengsten van de totale Nederlandse tuinbouwcluster zijn gegroeid met 5% per jaar tot 11 miljard dollar. Veruit het meeste van deze opbrengsten zijn afkomstig uit de sierteelt (41%) en de primaire groenten (27%). Binnen de sierteelt zijn vooral snijbloemen en overige levende planten dominant (aandeel van 21% en 13% in de totale exportopbrengsten). De bollen, knollen en wortelstokken laten echter een hogere groei zien (7%). Vergeleken met de wereld groeien de sierteeltproducten op bollen, knollen en wortelstokken na minder hard. Dit betekent dat Nederland in mindere mate profiteert van stijgingen in exportopbrengsten wereldwijd.

Primaire groenten die voor een groot deel voor de Nederlandse exportopbrengsten zorgen zijn tomaten (aandeel van 7% in de totale exporten van de Nederlandse tuinbouwcluster), aardappelen en pepers (beide hebben een aandeel van 4%). Van deze producten groeien alleen de exportopbrengsten voor paprika's en pepers aanzienlijk (groei van 12%). Voor nagenoeg alle primaire groenten liggen de groeicijfers onder de groeicijfers wereldwijd. Vooral voor komkommers en augurken, tomaten, kool en uien liggen de groeipercentages van Nederland en de wereld ver uiteen. Dit betekent dat ook op het gebied van primaire groenten de positie van Nederland in de wereld vermindert.

Verwerkte groenten en fruit en primair fruit zijn voor de Nederlandse export-opbrengsten minder belangrijk. Nederland weet voor deze producten echter wel de wereldontwikkelingen te volgen. De export van primair fruit groei sneller dan het wereldgemiddelde; de exportopbrengsten van sappen van citrus groeien met 15%, vergeleken met 3% groei wereldwijd en de groei van de exportopbrengsten van bananen, citrus fruit en druiven ligt 5 tot 10% hoger. Deze hoge groeipercentages heeft Nederland te danken aan een sterk toegenomen doorvoer van deze producten.

Tabel 2.4 Ontwikkelingen Nederlandse exporten

Exporten Nederland (mln. $)	Gem. '93-'95	Aandeel '93-'95 in %	Groei jaarlijks in %
Groenten Primair			
Aardappelen	482	4	1
Komkommers & Augurken	375	3	3
Kool	87	1	0
Paddestoelen en Truffels	108	1	7
Paprika's en Pepers	447	4	12
Peulvruchten	95	1	3
Tomaten	754	7	1
Uien	176	2	7
Groenten Rest	466	4	2
Totaal	2.990	27	3
Groenten Verwerkt			
Aardappelen Verwerkt	632	6	11
Paddestoelen Verwerkt	275	3	2
Tomaten Verwerkt	8	0	1
Verwerkte Groenten Rest	662	6	7
Totaal	1.578	14	7
Fruit Primair			
Appelen Vers	235	2	6
Bananen	49	0	19
Citrus Fruit	226	2	13
Druiven	101	1	11
Peren of Kweeperen Vers	113	1	6
Fruit Rest	228	2	11
Totaal	952	9	10
Fruit Verwerkt			
Sappen van Citrus	333	3	15
Verwerkt Fruit Rest	361	3	1
Totaal	694	6	7
Totaal Groenten en Fruit	6.214	56	6
Sierteelt			
Bollen, knollen en wortelstokken	715	6	7
Overige levende planten	1.467	13	3
Snijbloemen	2.309	21	5
Totaal	4.491	41	5
Uitgangsmateriaal	310	3	9
Clustertotaal Groenten, Fruit, Sierteelt en Uitgangsmateriaal	11.015	100	5

3. GROENTEN PRIMAIR

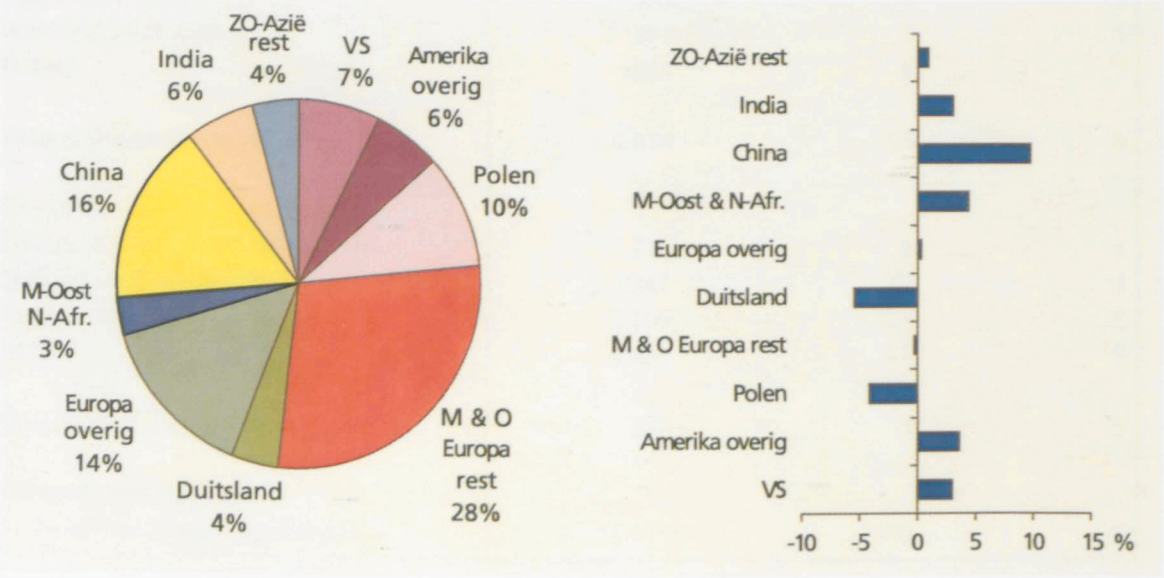
3.1 Aardappelen

Trends en Conclusies

1. Het productieaandeel van verse aardappelen in de totale groenten- en fruit productie is gemiddeld 22% in de periode '93-'95 (tonnen).
2. De wereldproductie bedraagt 305 miljoen ton in 1996 en de groei van de wereldproductie is 2% in de periode '89-'95.
3. De belangrijkste producenten zijn China en de Russische Federatie, die respectievelijk een productie aandeel van 15% en 13% hebben. De productie in deze landen neemt toe met respectievelijk 10% en 2% per jaar.
4. 38% van alle aardappelen wordt geconsumeerd in de landen van Midden- en Oost-Europa. De consumptie krimpt met 2% per jaar in deze landen. Daarentegen groeit de consumptie in Zuidoost Azië (26% van wereld consumptie) met 6% per jaar.
5. De belangrijkste netto-importeurs zijn de landen in Midden- en Oost-Europa, Duitsland en de landen in het Midden-Oosten en Noord Afrika. De groei van import (in tonnen) in deze gebieden is respectievelijk –16%, 1% en 1%. De import van de landen in het Midden-Oosten en Noord-Afrika betreft voor een groot gedeelte pootaardappelen.
6. Nederland is 's werelds grootste netto-exporteur en heeft tevens een doorvoer functie. Het Nederlandse aandeel in de wereldaardappelproductie is 3%, in de wereld – exportwaarde 27% en in de wereldimportwaarde 9%.
7. Het Nederlandse marktaandeel (in US$) in Midden- en Oost-Europa, Duitsland en het Midden-Oosten en Noord-Afrika is respectievelijk 43%, 36% en 49%. Het marktaandeel op de Duitse markt daalt, terwijl dit op beide andere markten stijgt. De groei laat zich ten dele verklaren vanuit een toegenomen doorvoer van aardappelen door Nederland.

Productdefinitie
Tot de categorie "aardappelen" worden zowel pootaardappelen, consumptie-aardappelen als zetmeelaardappelen gerekend.

Productie
De wereldproductie van aardappelen bedroeg 305 miljoen ton in 1996 De groei was gemiddeld 2% per jaar in de periode '89-'95.



Figuur 3.1 De productieaandelen (gem. '93/'95) en de jaarlijkse groei (gem '93/'95 t.o.v. gem. '89/'91)

De twee grootste producenten ter wereld van aardappelen zijn China en de Russische Federatie met achtereenvolgens een aandeel van 15% en 13% in de wereld productie in de periode '93-'95. De groei van de productie in China en de Russische Federatie bedroeg respectievelijk 10% en 2% per jaar ('89-'95). Daardoor nam het productieaandeel van China in de wereld toe. Het aandeel van de Russische Federatie stabiliseerde. Beide landen zetten vrijwel hun gehele productie af in eigen land.

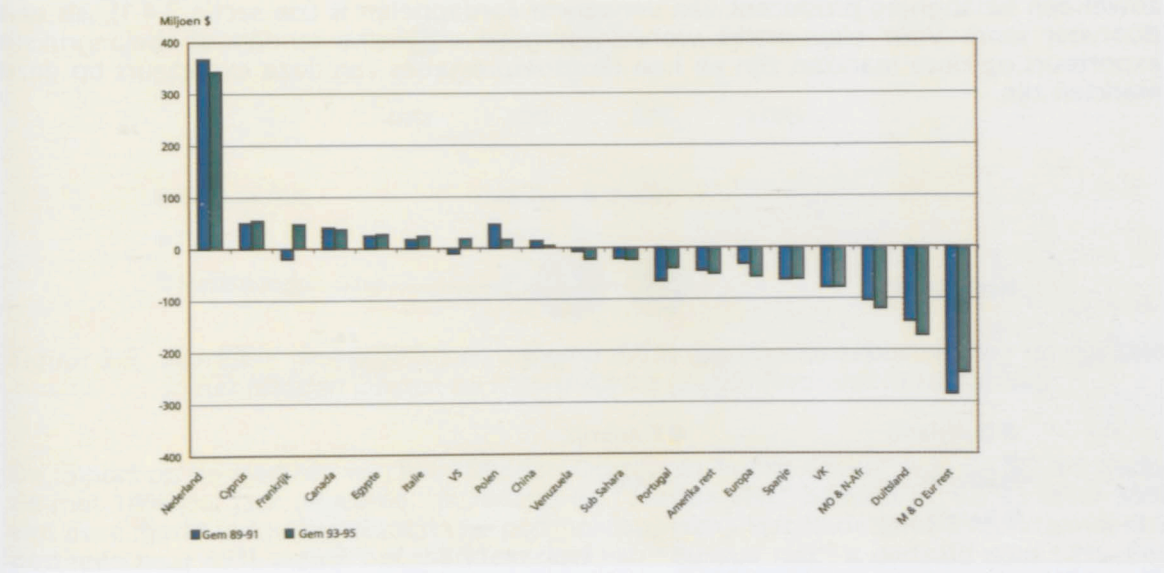
In de landen van Midden- en Oost-Europa werd 38% van de totale wereldproductie van aardappelen geproduceerd. Polen had een productie aandeel van 10% in de wereld. De productie van Polen is met 4% per jaar gekrompen in de periode '89-'95. Andere grote producenten in deze regio waren Oekraine en Wit-Rusland die achtereenvolgens een productieaandeel van 6% en 3% hadden. De productie in Wit-Rusland groeide met 3% per jaar terwijl deze in de Oekraine gekrompen is met 2% per jaar.

De landen in Zuidoost Azië produceerden 26% van de wereld productie. Naast China waren India en Japan de grootste producenten in deze regio met een aandeel van respectievelijk 6% en 1% in de wereld productie.

In Europa werd gemiddeld 18% van de wereld productie geproduceerd (periode '93-'95). Duitsland en Nederland waren de twee grootste Europese producenten met respectievelijke aandelen 4% en 3%. De Duitse productie kromp met 5% per jaar in de periode '89-'95, terwijl de Nederlandse productie met 2% per jaar groeide.

Van de overige productiegebieden was de VS de grootste producent met een aandeel van 7% en een groei van 3% per jaar. Andere landen op het Americaanse continent met een productie aandeel van ongeveer 1% in de wereldproductie en een hoge groei waren Canada, Colombia, Brazilië, Argentinië en Peru. In het Midden-Oosten was Iran de grootste producent met een marktaandeel van 1% en een groei van 5% per jaar.

Consumptie
De grote consumptie gebieden vallen samen met de grote productiegebieden in de wereld. Ook de ontwikkelingen op het gebied van consumptie komen overeen met de productieontwikkelingen. Een uitzondering hierop is de consumptie in de landen van Midden en Oost Europa. Daar nam de consumptie met 2% per jaar af terwijl de productie zich stabiliseerde.



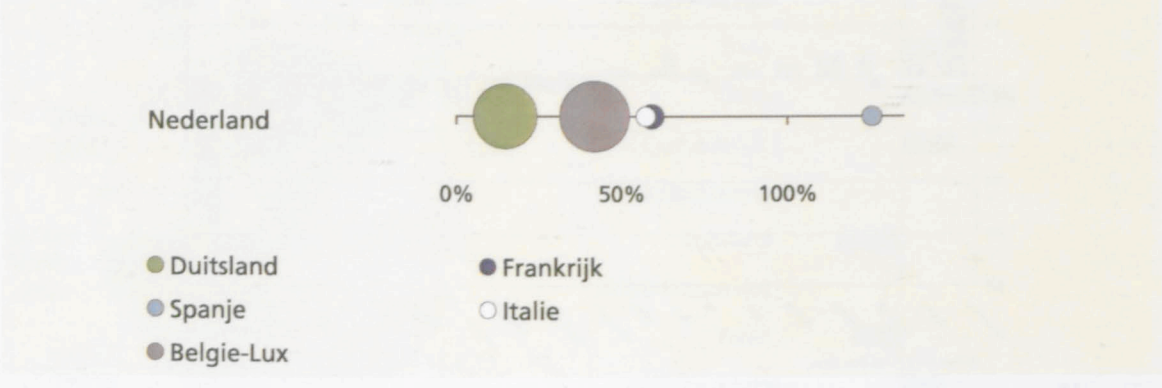
Figuur 3.2 Veranderingen in netto-export

Internationale handel
Figuur 3.2 toont de netto-exportpositie van de diverse landen en regio's in miljoenen dollars. De 3 grootste netto-importeurs zijn de landen in Midden- en Oost-Europa, Duitsland en de landen in het Midden-Oosten en Noord Afrika. Midden- en Oost-Europa is 's werelds grootste netto-import markt. Als gevolg van de slechte economische situatie in die regio zijn de importen gedaald met 16% per jaar gedurende de periode '89-'95. Door deze krimp is het importaandeel in de wereld gehalveerd van 16% in '89/'92 naar 8% in '93/'95. De belangrijkste importeurs in deze regio zijn de Russische Federatie, Tsjechië en Oezbekistan. Duitsland en de landen in het Midden-Oosten en Noord Afrika hebben een importaandeel van achtereenvolgens 14% en 11% in de wereld import waarde. De netto-importwaarde in beide gebieden neemt toe doordat deze landen zelf minder exporteren terwijl de import waarde zich stabiliseert. Uitzonderingen zijn Egypte, Marokko en Tunesië, waar de importwaarde van aardappelen snel toeneemt (pootaardappelen).

Export
Nederland is 's werelds grootste netto-exporteur met een aandeel van 27% in de wereld-exportwaarde en 7% in de wereldimportwaarde (gemiddeld per jaar in de periode '93-'95). Nederland is dus ook een belangrijk doorvoerland. De Nederlandse exportwaarde is met 1% per jaar minder gestegen dan de wereld exportwaarde die met 3% per jaar is toegenomen in de periode '89-'95. De importwaarde is echter met 11% toegenomen, waardoor de netto-export waarde van Nederland is afgenomen. Nederland importeert aardappels tegen 110$ per ton welke grotendeels bestemd zijn voor de verwerkende industrie en exporteert aardappels tegen 260$ per ton welke voor een belangrijk deel bestaan uit pootaardappelen. Nederland is tevens een belangrijke exporteur van verwerkte aardappelen.

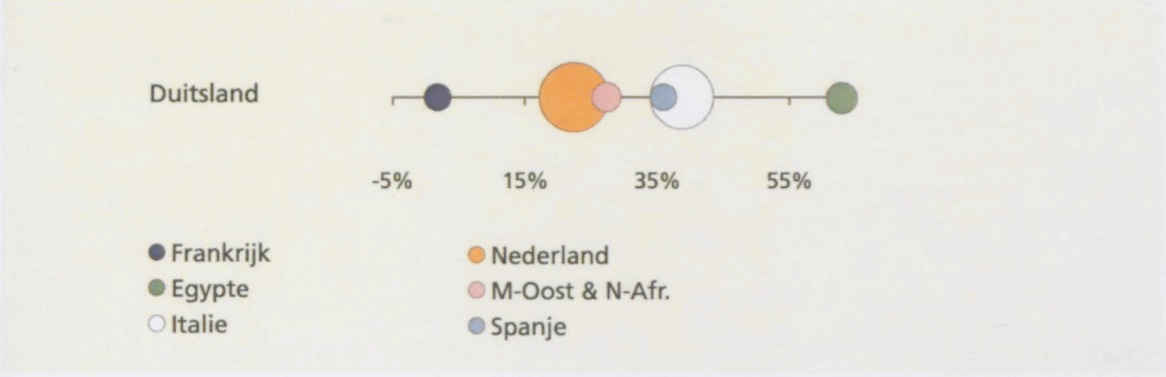
Frankrijk, Italië en België-Luxemburg zijn grote Europese exporteurs met een marktaandeel van achtereenvolgens 10%, 8% en 8% in de wereldexport markt. Met name de netto-export positie van Frankrijk is verbeterd. Andere netto-exporteurs zijn Cyprus, Canada en Egypte.

Import
De wereld importmarkt van aardappelen is met 1% per jaar gegroeid. De Europese markt is de belangrijkste importmarkt waar 64% van de importwaarde wordt afgezet. De waarde van de Europese import groeit met 3% per jaar en dus sneller dan de wereld importwaarde. We beschrijven nu drie belangrijke netto-importmarkten en de Nederlandse markt. De Nederlandse markt wordt onderscheiden aangezien Nederland zowel een belangrijke producent van verwerkte aardappelen is (zie sectie 3.4.1), als een doorvoer land. Voor elke markt wordt weergegeven welke landen de belangrijkste exporteurs op deze markten zijn en hoe de groeiprestaties van deze exporteurs op deze markten zijn.



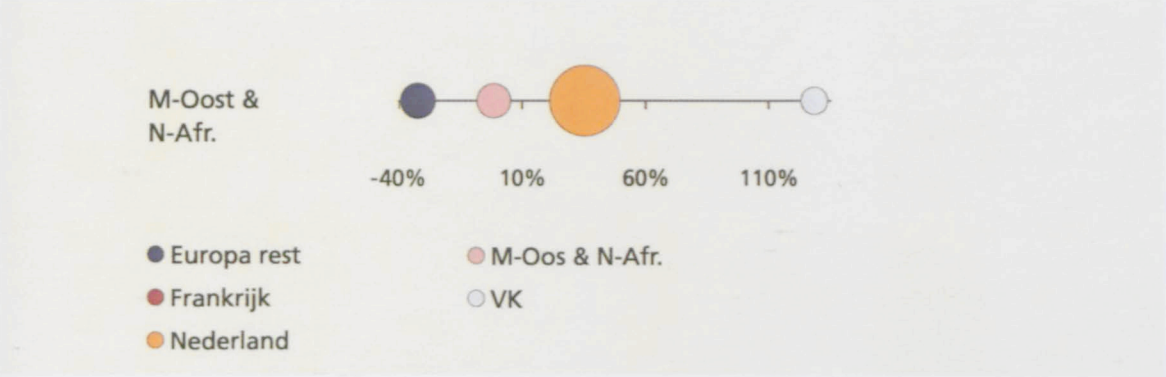
Figuur 3.3 Jaarlijkse groei (92/95) en omvang (US$) van diverse exporteurs op de Nederlandse markt (94/95)

Nederland heeft een aandeel van 7% in de wereld importwaarde. Belgie-Lux is de dominante importeur in Nederland met een aandeel in de importwaarde dat door een groei van 42% per jaar is gestegen van 38% in '92/'93 naar 44% in '94/'95 (figuur 3.3). Het Duitse marktaandeel is ondanks een bescheiden groei van de export waarde met 15% gedaald van 48% naar 37%. Snelle groeiers op de Nederlandse markt zijn Frankrijk, Italië en vooral Spanje.



Figuur 3.4 Jaarlijkse groei (92/95) en omvang (US$) van diverse exporteurs op de Duitse markt (94/95)

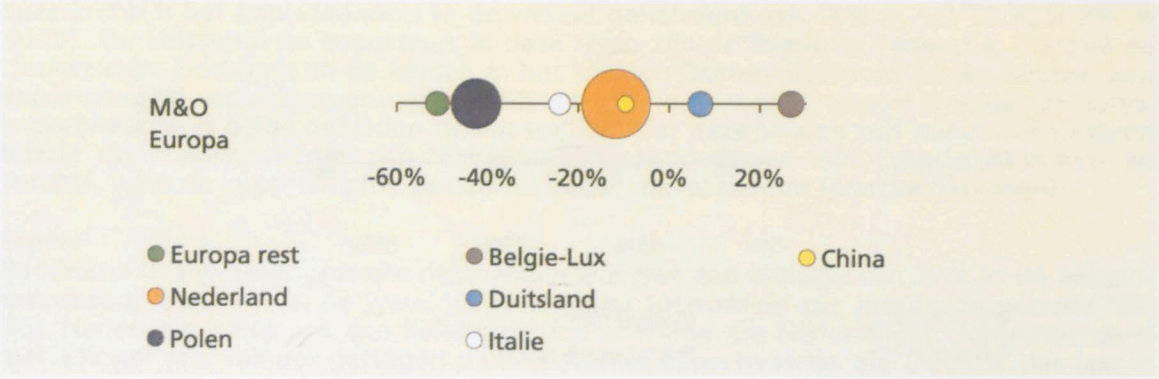
Duitsland is 's werelds grootste import markt (aandeel van 14% in wereld import waarde). De Duitse import markt wordt gedomineerd door Nederland en Italië (zie figuur 4). Het marktaandeel van Nederland is gedaald van 38% gemiddeld in de periode '92/'93 tot 36% gemiddeld in de periode '94-'95 (o.a. doordat meer aardappelen in Nederland verwerkt werden en daarna pas geëxporteerd). Het marktaandeel van Italië is gestegen van 24% naar 30%. Buiten Italië zijn met name Egypte en Spanje snelle groeiers op de Duitse markt (primeurs).



Figuur 3.5 Jaarlijkse groei (92/95) en omvang (US$) van diverse exporteurs op de markten in het Midden Oosten en Noord-Afrika (94/95) (inclusief intra-handel)

De import op de markten van het "Midden-Oosten en Noord Afrika" is in de '92-'95 periode met 14% per jaar gegroeid. Nederland en "Europa rest" hadden in '92/'93 ieder 35% van deze markt in handen (met name pootaardappelen). Het Nederlandse marktaandeel is gestegen naar 49% terwijl het marktaandeel van "Europa rest" is gedaald naar 12%. Een deel van deze verschuiving is veroorzaakt doordat aardappelen uit "Europa rest" nu via Nederland vervoerd worden. De intra-regionale handel in het "Midden-Oosten en Noord-Afrika" is afgenomen waardoor het aandeel van deze handel is afgenomen van 16% naar 12%. De VK is een snelle groeier op deze markt (met name pootgoed).

De markt van Midden en Oost-Europa is sterk gekrompen. De Nederlandse export is met 12% gedaald, desondanks is het Nederlandse marktaandeel van 31% naar 43% gestegen met name door export pootaardappelen). De export van Polen is sterk gedaald waardoor het Poolse marktaandeel is gekrompen van 39% naar 23%.



Figuur 3.6 Jaarlijkse groei (92/95) en omvang (US$) van diverse exporteurs op de markten in Midden- en Oost-Europa (94/95)

Overzichtstabel Aardappelen	Productie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
Land / Regio	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*
Canada	1%	5%	6%	1%	3%	3%	41258	38078	1%	6%
VS	7%	3%	5%	10%	3%	-1%	-10467	18777	7%	3%
Venezuela	0%	-1%	0%	-14%	1%	34%	-6754	-22668	0%	5%
Amerika rest	5%	3%	1%	37%	4%	10%	-44715	-51105	5%	3%
Amerika	**13%**	**3%**	**12%**	**6%**	**12%**	**5%**	**-20677**	**-16918**	**13%**	**3%**
Polen	10%	-4%	1%	-17%	0%	345%	46964	17062	10%	-4%
M & O Europa rest	28%	1%	2%	37%	7%	-16%	-285303	-243943	28%	-1%
M & O Europa	**38%**	**0%**	**4%**	**2%**	**8%**	**-16%**	**-238339**	**-85444**	**38%**	**-2%**
Belgie-Lux	1%	6%	8%	5%	7%	10%	20319	2177	1%	8%
Frankrijk	2%	2%	10%	9%	7%	-3%	-19769	47792	2%	1%
Duitsland	4%	-5%	5%	-4%	14%	1%	-145135	-172269	4%	-6%
Italie	1%	-3%	8%	1%	6%	-1%	18294	24592	1%	-3%
Nederland	3%	2%	27%	1%	7%	11%	367023	343315	2%	3%
Portugal	0%	2%	0%	19%	2%	-9%	-65441	-40356	1%	0%
Spanje	1%	-7%	4%	16%	7%	6%	-63480	-62201	1%	-7%
VK	2%	1%	4%	5%	7%	2%	-79030	-78510	2%	1%
Europa rest	4%	1%	4%	7%	7%	10%	-32813	-56935	4%	1%
Europa	**18%**	**-1%**	**70%**	**3%**	**64%**	**3%**	**-34**	**7604**	**18%**	**-1%**
Cyprus	0%	1%	3%	3%	0%	5%	50148	54989	0%	2%
Egypte	1%	2%	3%	13%	1%	39%	25486	27893	1%	2%
M-Oost & N-Afr rest	3%	5%	5%	-6%	11%	-1%	-104984	-121219	3%	5%
M-Oost & N-Afr	**3%**	**4%**	**11%**	**1%**	**12%**	**1%**	**-29350**	**-38337**	**3%**	**4%**
China	16%	10%	0%	-22%	0%	32%	14473	5301	16%	10%
India	6%	3%	0%	64%	0%	53%	493	3575	6%	3%
ZO-Azie & Oc rest	4%	1%	2%	12%	2%	8%	-10732	-9837	4%	1%
ZO-Azie & Oc	**26%**	**6%**	**3%**	**4%**	**2%**	**8%**	**4234**	**-962**	**26%**	**6%**
Sub Sahara	**1%**	**0%**	**0%**	**4%**	**1%**	**2%**	**-21459**	**-23065**	**1%**	**0%**
WERELD	**100%**	**2%**	**100%**	**3%**	**100%**	**1%**	**-305625**	**-157121**	**100%**	**2%**

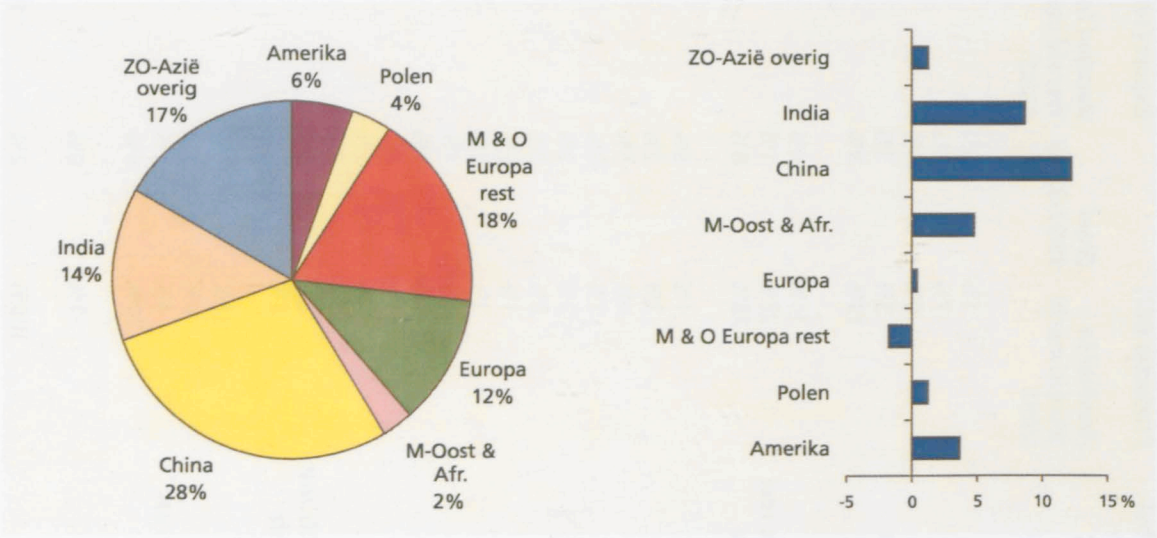
3.2 Bloemkool, spruitjes en andere koolsoorten

Trends en Conclusies

1. Het marktaandeel van kool in de totale groenten- en fruitproductie is gemiddeld 4% in de periode '93-'95.
2. De wereldproductie bedraagt 63 miljoen ton in 1996 en de groei van de wereldproductie is 4% per jaar in de periode '89-'95.
3. De belangrijkste producenten zijn China en India met een respectievelijk aandeel in de productie van 28% en 14%. De productie in deze landen neemt toe met respectievelijk 12% en 9% per jaar.
4. China en India zijn tevens de belangrijkste consumptiegebieden van de wereld met een aandeel van 28% en 14% in de totale wereld consumptie. De groei van de consumptie in deze gebieden is respectievelijk 12% en 9%.
5. De belangrijkste netto-importeurs zijn Duitsland en Japan. Deze landen hebben een aandeel in de wereldimportwaarde van respectievelijk 19% en 14%.
6. De importen van Duitsland krimpen met 1% per jaar in de periode '89-'95. De importen van Japan groeien met 45% per jaar in dezelfde periode.
7. Groeimarkten zijn Japan (45% groei van de importwaarde in de periode '89-'95) en Midden- en Oost-Europa (95%). De laatste markt is met een aandeel in de wereldimportwaarde van 4% nochtans relatief klein.
8. De VS, Frankrijk, Spanje, Italië en Nederland zijn de grootste exporteurs (in US$). De exportwaarden van de VS en Spanje groeiden sterk. Italië en Nederland zagen hun exportwaarde licht toenemen of stabiliseren. De Franse export nam met 2% af. Gemiddeld groeide de wereldexportwaarde met 10%.
9. Het Nederlandse aandeel in de wereldwijde koolproductie is 1%, in de wereldexportwaarde 11% en in de wereldimportwaarde is 5%. Nederland exporteert niet naar de Japanse markt en haar marktaandeel op de Duitse importmarkt is 24% en dit marktaandeel neemt af.

Productie

De wereldproductie bedraagt 63 miljoen ton in 1996 en de groei van de wereldproductie is 4% in de periode '89-'95.



Figuur 3.7 De productieaandelen (gem. '93/'95) en de jaarlijkse groei ('93/'95 t.o.v. '89-'91)

De Zuidoost Aziatische regio produceert veruit de meeste kool: bijna 60% van de wereldproductie. De grote producenten van kool in deze regio zijn China en India. Deze landen

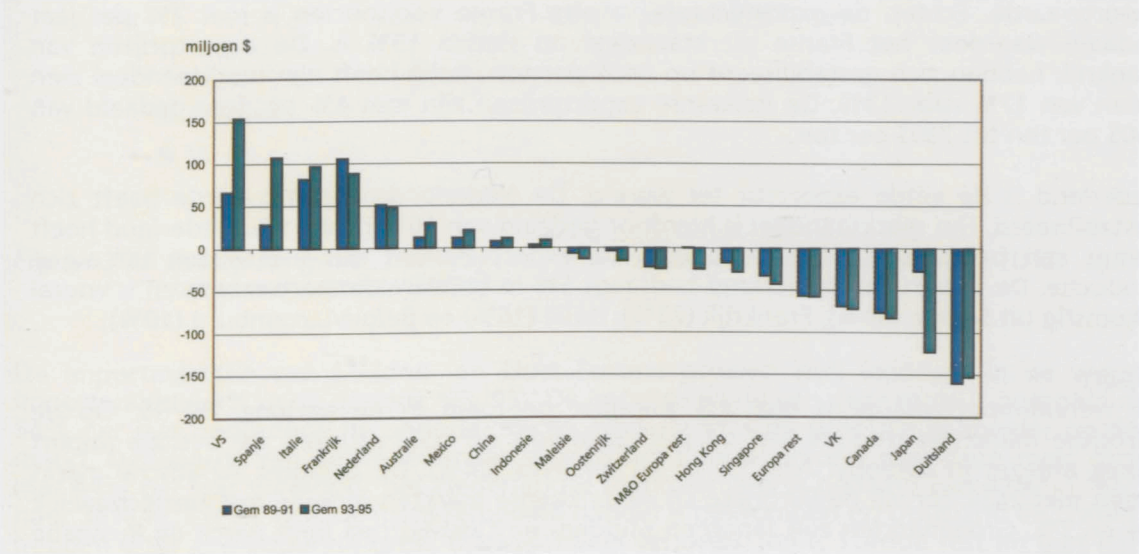
hebben een aandeel van respectievelijk 28% en 14% van de totale wereldproductie in handen. Ook zijn deze landen snelle groeiers: de productie van China is in de periode '89-'95 gegroeid met 12% per jaar, de productie van India is gegroeid met 9% per jaar. De rest van de Zuidoost Aziatische regio is ook dominant op het gebied van koolproductie (aandeel van 17%), maar de groei is daar veel lager (1% per jaar). Japan en Indonesië zijn grote producenten met productie-aandelen van respectievelijk 5% en 2% in het wereldtotaal. De Japanse productie krimpt met 1% per jaar, terwijl de productie van Indonesië jaarlijks met 9% groeit.

Na Zuidoost Azië is Midden- en Oost-Europa de belangrijkste producent van kolen (productieaandeel van 21%). De productie in deze regio krimpt, wat het gevolg is van de transitie. Grote producenten in Midden- en Oost-Europa zijn de Russische Federatie, met een aandeel van 9% in de wereldproductie in de periode '93-'95, en Polen met een aandeel van 4%. Deze landen weten wel een productiegroei te bewerkstelligen. Polen kent een jaarlijkse productiegroei van 1%. De productie van kolen in de Russische Federatie neemt 3% per jaar toe.

De Verenigde Staten is met 4% van het wereldtotaal de belangrijkste Amerikaanse producent en tevens de snelst groeiende koolproducent van deze regio (4% per jaar).

De Europese productie van 12% wordt verzorgd door een groot aantal kleine producenten. De landen hebben ieder een aandeel dat schommelt tussen de 1% en de 3%. De totale productie van Europa blijft stabiel aangezien de groei van de productie van een aantal landen de krimp van de productie van andere landen compenseert. Duitsland en Spanje zien hun productie krimpen. Nederland, Italië en Frankrijk zorgen voor productiegroei.

Het Midden Oosten en Noord-Afrika hebben een relatief klein aandeel van de wereldproductie van kool in handen (gemiddeld 2% in de periode '93-'95). De productie van deze regio groeit echter snel (5% per jaar in de periode '89-'95). Met name Egypte is een sterk opkomend productieland in deze regio. Dat land heeft een aandeel van 1% in de totale wereldproductie en een productiegroei van 3% per jaar.



Figuur 3.8 Veranderingen in netto-export

Consumptie
De belangrijke consumptielanden komen overeen met de grote productielanden, dat wil zeggen China en India. De productieaandelen en groei van deze landen komen overeen met de consumptieaandelen en groei. China en India produceren dus voornamelijk voor eigen verbruik.

Internationale handel
Figuur 3.8 toont de netto-exportpositie van de diverse landen en regio's. De 3 grootste netto-importeurs zijn Duitsland, Japan en Canada. Het aandeel van deze landen in de totale importwaarde is respectievelijk 19%, 14% en 11%. De grootste importmarkt, Duitsland, krimpt met 1% per jaar terwijl de Canadese markt groei met 3% per jaar. De Japanse importmarkt heeft een snelle groei doorgemaakt van 45% per jaar in de periode '89-'95. Hierdoor is het aandeel van Japan in de wereldimport gestegen van 4% in de periode '89-'92 periode naar 14% in de periode '93-'95. De netto-importwaarde van Japan is gestegen van 27 miljoen$ naar 123 miljoen$. De wereld export- en importprijzen zijn met 1,5% per jaar gestegen naar 550 $ per ton.

Export
De export markt wordt gedomineerd door vier grote netto-exporteurs: de VS, Spanje, Italië, Frankrijk en Nederland. Frankrijk en Italië waren de grootste netto-exporteurs in de periode '89-'91. De netto-exportpositie van Frankrijk is verslechterd terwijl deze voor Italië een lichte stijging vertoont. Door een snelle groei van hun exportwaarde zijn de VS en Spanje nu de belangrijkste netto-exporteurs geworden.

De exportwaarde van de VS is met 20% per jaar tweemaal zo snel gegroeid als de wereldexportwaarde. Daardoor is haar wereldmarktaandeel is gestegen van 16% in de periode '89-'91 naar 22% in de periode '93-'95. De exportprijzen van de VS zijn ook gestegen van 590$ per ton in de periode '89-'91 tot 660$ per ton in de periode '93-'95.

Spanje is net als de VS een snel groeiende exporteur. Door een groei van 31% per jaar is haar marktaandeel verdubbeld van 7% in de periode '89-'91 tot 14% in de periode '93-'95. De exportprijzen van Spanje zijn met 4% gestegen van 700 $ per ton tot 830 $ per ton. De prijzen van de Spaanse kolen zijn dus significant hoger dan de wereldmarktprijs. Mogelijkerwijs bestaat de Spaanse export uit kwalitatief hoogwaardiger producten en/of variëteiten met een hogere opbrengst per kilo.

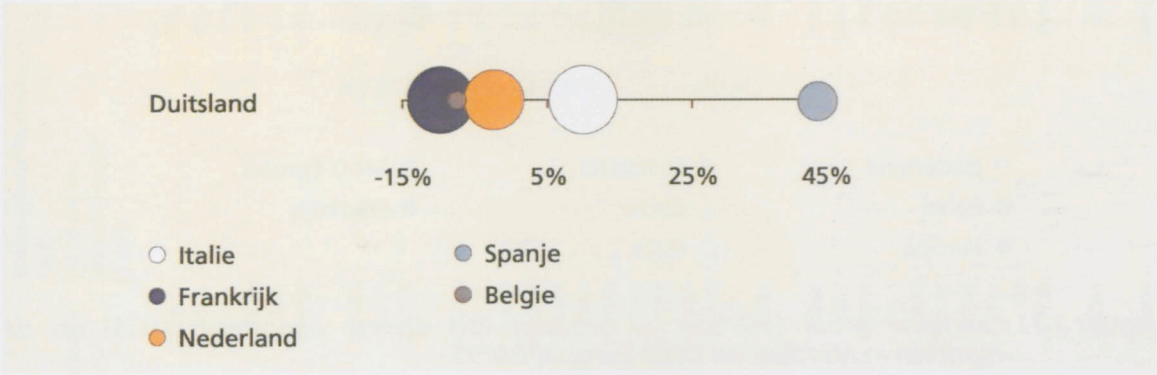
Frankrijk en Italië zijn achtereenvolgens de tweede en vierde exporteur ter wereld met een respectievelijk aandeel in de wereldexportwaarde van 15% en 13%. Frankrijk was in de periode '89-'91 's wereld grootste exporteur met een aandeel van 25% in de wereld exportwaarde. Echter, de exportwaarde van de Franse koolsoorten is met 2% per jaar gedaald waardoor het Franse marktaandeel nu slechts 15% is. De exportprijzen van Frankrijk hebben zich gestabiliseerd op 640$ per ton. Italië heeft zijn marktaandeel zien dalen van 17% naar 13%. De Italiaanse exportprijzen zijn met 4% per jaar gedaald van 860$ per ton tot 730$ per ton.

Nederland is de vijfde exporteur ter wereld. De Nederlandse exportwaarde heeft zich gestabiliseerd. Het marktaandeel is hierdoor gedaald van 16% naar 11%. Nederland heeft tevens een belangrijke doorvoerfunctie. De export bestaat dus niet alleen uit eigen productie. De import van Nederland bedraagt 5% in de wereldimportwaarde en is vooral afkomstig uit Spanje (50%), Frankrijk (23%), Italië (16%) en België/Luxemburg (10%).

Import
De wereldimportwaarde is met 7% per jaar gegroeid in de periode '89-'95. Op de Europese markt wordt 53% van de wereld import (in US$) afgezet. De overige import wordt afgezet in Zuidoost Azië (27%) en Amerika (14%). De Zuidoost Aziatische markt groeit met 24%, terwijl de Europese en Amerikaanse markten groeien met respectievelijk 2% en 3%. Groeimarkten zijn Japan en Midden- en Oost-Europa (met name de Russische Federatie).

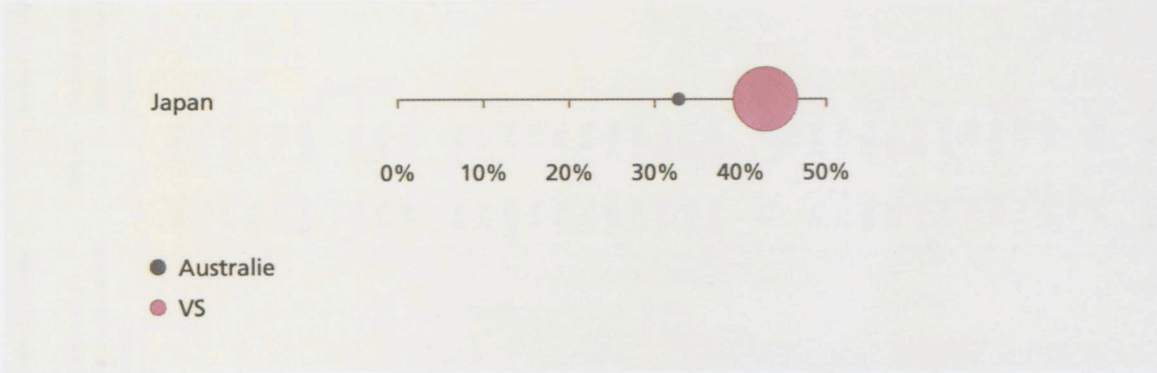
Duitsland is 's werelds grootste importeur (aandeel in de wereldimportwaarde: 19%). Italië is via een groei van 10% per jaar de grootste aanbieder op de Duitse markt geworden. Het Italiaanse marktaandeel is gestegen van 27% naar 31%. Frankrijk was de grootste aanbieder op de Duitse markt. De Franse exportwaarde naar Duitsland is met 10% per jaar gekrompen waardoor het marktaandeel is gedaald van 38% naar 30%. Ook de Nederlandse en Belgische export naar Duitsland krimpt met achtereenvolgens 2% en 7% per jaar in de periode '89-'95. Daardoor is hun marktaandeel gekrompen naar respectievelijk 2% en

24%. Spanje is de snelste groeier op de Duitse markt. Via een groei van 43% per jaar is het Spaanse marktaandeel gestegen van 5% naar 9%.



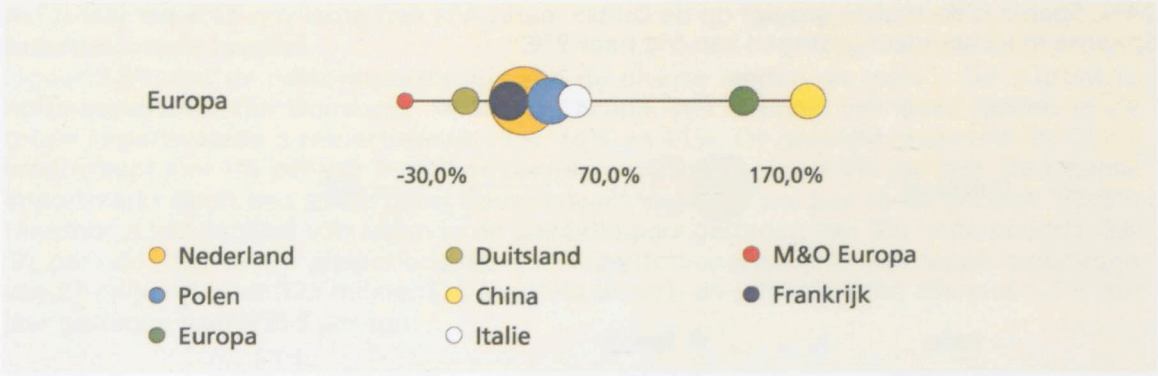
Figuur 3.9 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang van diverse exporteurs (US$) op de Duitse markten ('94/'95)

Japan is 's werelds snelst groeiende, grote import markt. De Japanse importwaarde is met 40% per jaar gegroeid in de periode '92-'95. De VS domineert de Japanse markt (zie figuur 3.9). De waarde van de VS export naar Japan is jaarlijks met 43% gegroeid in de periode '92-'95 waardoor het marktaandeel van de VS is gestegen van 88% in '92/'93 tot 93% in '94/'95. De toename van het VS marktaandeel is ten koste gegaan van het marktaandeel van andere landen in Zuidoost Azië. Hun marktaandeel is gedaald van 7% naar 1%. Australië heeft een stabiel marktaandeel van 4% op deze markt. Canada is de derde importmarkt ter wereld met een marktaandeel van 11% en een groei van 3%. Deze markt wordt volledig gedomineerd door de VS.



Figuur 3.10 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang van diverse exporteurs (US$) op de Japanse markten ('94/'95)

De importmarkten van Midden- en Oost Europa groeien snel (aandeel in de wereld-importwaarde: 4% in de periode '93-'95). De importwaarde van deze regio is gegroeid met 54% per jaar gedurende de periode '92-'95. Nederland is de grootste aanbieder op deze markt. De waarde van de Nederlandse export (ten dele doorvoer) naar deze regio groeit met 44% per jaar waardoor het Nederlandse marktaandeel is gedaald van 41% in '92/'93 naar 36% in '93/'94. Ook de intra-regionale handel is gekrompen en Duitsland en Frankrijk hebben door een beperkte groei marktaandeel verloren. Italië, Europa rest en met name China hebben marktaandeel gewonnen. De waarde van de Chinese export naar Midden- en Oost-Europa is gegroeid van 1% naar 11%.



Figuur 3.11 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang van diverse exporteurs (US$) op de markten in Midden- en Oost-Europa('94/'95

Overzichtstabel Bloemkool e.a. koolsoorten *Land / Regio*	Produktie (MT) *Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	Export (1000$) *Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	Import (1000$) *Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	Netto export (1000$) *Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	Binnenlands Verbruik (MT) *Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*
Canada	0%	0%	1%	12%	11%	3%	-76681	-82975	1%	0%
Guatemala	0%	1%	1%	89%	0%	0%	672	8565	0%	-9%
Mexico	0%	0%	3%	15%	0%	24%	12279	21122	0%	2%
VS	4%	4%	22%	20%	3%	5%	66698	154226	3%	2%
Amerika rest	1%	2%	0%	74%	0%	-2%	-2447	706	1%	1%
Amerika	**6%**	**3%**	**28%**	**20%**	**14%**	**3%**	**522**	**101645**	**5%**	**1%**
Polen	4%	1%	1%	11%	0%	116%	3437	3639	4%	1%
M & O Europa rest	18%	-2%	1%	35%	4%	94%	430	-24968	18%	-2%
M & O Europa	**21%**	**-1%**	**2%**	**23%**	**4%**	**95%**	**3867**	**-21329**	**21%**	**-1%**
Oostenrijk	0%	-5%	0%	-15%	2%	19%	-4244	-15756	0%	1%
Belgie-Lux	0%	11%	2%	6%	2%	5%	-2168	-2139	0%	10%
Frankrijk	1%	1%	15%	-2%	4%	6%	105823	88307	1%	2%
Duitsland	2%	-2%	1%	5%	19%	-1%	-159945	-153204	2%	-2%
Italie	2%	1%	13%	4%	1%	1%	81760	97015	1%	0%
Nederland	1%	3%	11%	0%	5%	2%	51461	47844	0%	4%
Spanje	1%	-2%	14%	31%	1%	-10%	28709	107528	1%	-6%
Zwitserland	0%	-2%	0%	-15%	3%	2%	-23206	-24785	0%	1%
VK	2%	0%	1%	29%	9%	2%	-69312	-72338	2%	0%
Europa rest	3%	1%	1%	23%	8%	2%	-57162	-57856	3%	1%
Europa	**12%**	**0%**	**59%**	**5%**	**53%**	**2%**	**-48284**	**14616**	**11%**	**0%**
M-Oost & N-Afr	**2%**	**6%**	**1%**	**7%**	**1%**	**8%**	**-1334**	**-2281**	**2%**	**6%**
Australie	0%	-2%	4%	24%	0%	-40%	12718	29924	0%	-5%
China	28%	12%	2%	17%	1%	50%	7945	11687	28%	12%
Hong Kong	0%	-36%	0%	23%	4%	14%	-17539	-28603	0%	4%
India	14%	9%	0%	23%	0%	0%	5	11	14%	9%
Indonesie	2%	9%	1%	25%	0%	16%	3804	9345	2%	8%
Japan	5%	-1%	0%	-18%	14%	45%	-27409	-123119	5%	-1%
Maleisie	0%	14%	1%	7%	2%	15%	-6970	-13302	0%	11%
Singapore	0%	0%	1%	11%	6%	7%	-33206	-43034	0%	5%
ZO-Azie & Oc rest	9%	1%	1%	6%	0%	23%	1484	-32	9%	1%
ZO-Azie & Oc	**59%**	**8%**	**9%**	**18%**	**27%**	**24%**	**-59169**	**-157123**	**59%**	**8%**
Sub Sahara	**1%**	**1%**	**0%**	**54%**	**1%**	**5%**	**-9632**	**-10384**	**1%**	**2%**
WERELD	**100%**	**4%**	**100%**	**10%**	**100%**	**7%**	**-114030**	**-74856**	**100%**	**4%**

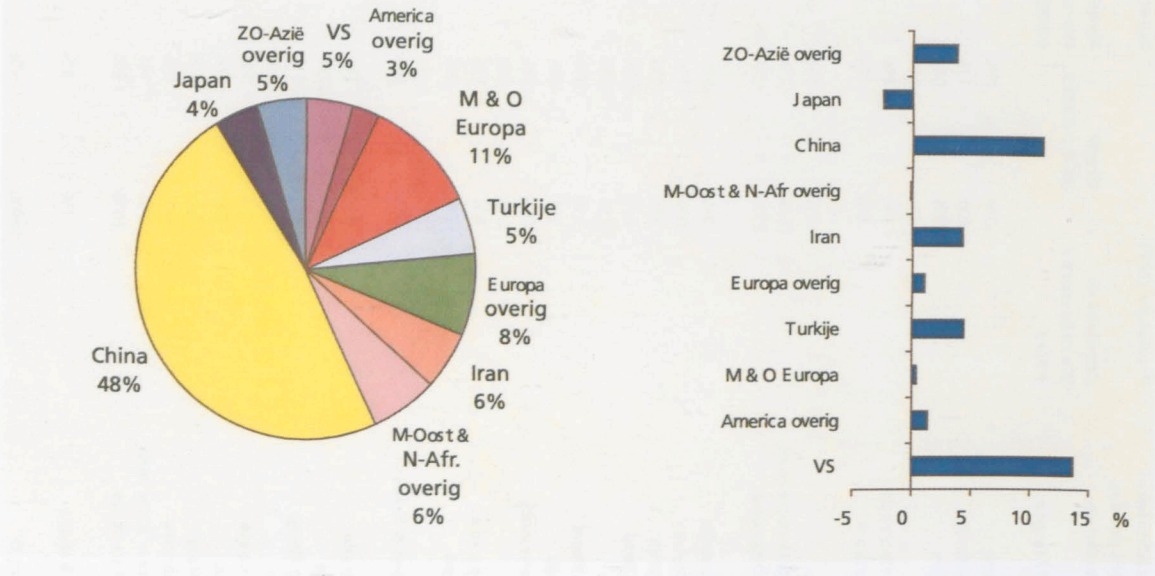
3.3 Komkommers en Augurken

Trends en Conclusies

1. Het productieaandeel van komkommers en augurken in de totale groenten- en fruit productie is gemiddeld 2% in de periode '93-'95 (tonnen).
2. De wereldproductie van komkommers en augurken was 24,7 miljoen ton in 1996 en de groei van de wereldproductie was 6% in de periode 1989-1995.
3. De belangrijkste producent is China (48% van de wereldproductie), wiens productie bovendien twee maal zo snel groeit als het wereldgemiddelde (11%). De Chinese productie wordt geheel op de binnenlandse markt afgezet tegen lage prijzen waardoor het waardeaandeel van China in de wereldproductie veel lager is. Andere grote producenten, die uitsluitend voor de binnenlandse markt produceren, zijn Iran, Turkije en de VS.
4. De grote productiegebieden zijn tevens de grote consumptiegebieden. De consumptiegroei in de VS en China is groter dan 10% en de groei voor Iran en Turkije is 4%.
5. De belangrijkste netto-importeurs zijn Duitsland, de VS en het VK. De twee grote Europese importmarkten, Duitsland en het VK, vertonen een krimpende tendens terwijl de importmarkt van de VS groeit. Het Nederlandse marktaandeel op deze importmarkten is respectievelijk 77%, 51% en 5% en vertoont een licht dalende tendens.
6. De drie belangrijkste netto-exporteurs zijn Nederland, Spanje en Mexico. Het waardeaandeel van deze drie landen in de wereldexport is 46%, 16% en 15%. De aandelen van Spanje en Mexico nemen toe, terwijl het marktaandeel van Nederland daalt.
7. Het Nederlandse aandeel in de wereldkomkommer- en augurkenproductie is ruim 2%, in de wereldexportwaarde 46% en in de wereldimportwaarde komt het Nederlandse aandeel neer op 7%.

Productie

De wereldwijde productie van komkommers en augurken bedroeg in 1996 24,7 miljoen ton. De productie is over de periode 1990-1995 met jaarlijks 6% toegenomen. Deze hoge groei van de productie resulteerde in een daling van de wereldexport- en importprijzen in de periode 1990-1994. Dit duidt erop dat de wereldmarkt voor komkommers en augurken verzadigd is. Een positieve ontwikkeling op het gebied van prijzen is dat van 1994 op 1995 de export- en importprijzen weer gestegen zijn.

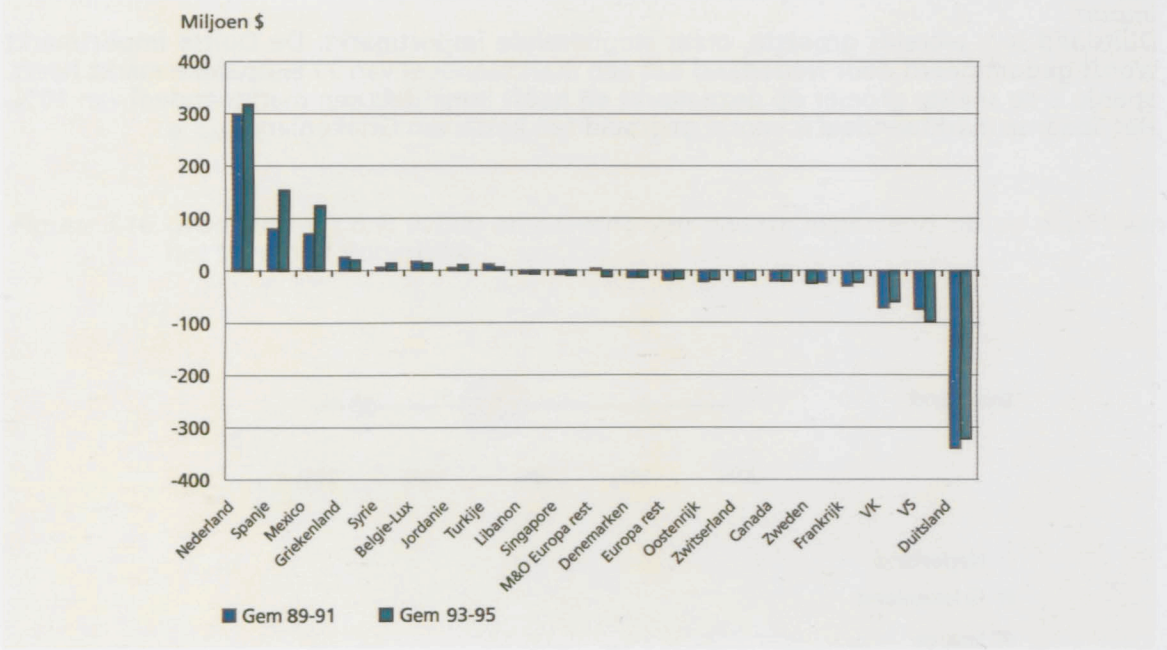


Figuur 3.12 De productieaandelen (gem. '93/'95) en de jaarlijkse groei ('93/'95 t.o.v.'89-'91)

China produceert bijna de helft (48%) van de gehele wereldproductie en heeft bovendien een groei van 11%, wat bijna tweemaal zo hoog is dan de groei van de wereldproductie. Hierdoor is het aandeel van China in de wereldproductie toegenomen. De Chinese productie wordt echter bijna in zijn geheel afgezet op de binnenlandse markt tegen lage prijzen. Ook de Chinese export (0,5% van de productie) wordt afgezet tegen relatief lage prijzen (gemiddeld 260$ per ton in '93-'95) in vergelijking met de gemiddelde wereldexportprijs (680$ per ton). Dit reflecteert enerzijds dat de kwaliteit van de Chinese komkommers en augurken relatief laag is en anderzijds dat het waardeaandeel van de Chinese productie in de wereldproductie veel lager is dan 48%.

Midden- en Oost-Europa (MOE) produceert 11% van de totale wereldproductie (periode '93-'95). De jaarlijkse groei in deze overgangsperiode van een plan- naar een vrije marktekonomie (periode '90-'95) is laag (0,4%). Binnen de MOE landen kan men twee groepen landen onderscheiden. In de eerste groep, voornamelijk Midden-Europese landen, is de groei negatief (bijvoorbeeld Bulgarije en Polen). In de andere groep die hoofdzakelijk uit voormalige Sovjet republieken bestaat (Oekraïne, Oezbekistan, Russische Federatie en Wit Rusland) is de groei positief. De productiegroei van de grootste MOE komkommerproducent, de Oekraïne (25% van totale MOE komkommerproductie), is jaarlijks met 15% toegenomen gedurende 1990-1995.

Binnen Europa, dat een productieaandeel van 13% in de wereldproductie heeft, zijn Turkije (5,2%) en Nederland (2,4%) de belangrijkste producenten. De productiegroei van deze beide landen is positief maar lager dan de wereldwijde productiegroei (respectievelijk 4,4% en 3%). De exportgerichtheid van beide landen verschilt sterk aangezien in Turkije bijna de gehele productie wordt afgezet in eigen land terwijl de Nederlandse productie voor meer dan tweederde bestemd is voor export. Ook is er een kwaliteitsverschil tussen de komkommers uit beide landen, wat tot uiting komt in een hogere exportprijs voor Nederland, gemiddeld 870$ per ton in '93-'95, ten opzichte van de Turkse exportprijs (gemiddeld 540$ per ton in '93-'95).
Van de overige productiegebieden in de wereld groeit de productie in de VS (4,5% productieaandeel) relatief snel met 13,7%. Ook de productiegebieden in het Midden-Oosten zijn in opkomst: Iran, Irak, Libanon en Saoedi-Arabië hebben een productieaandeel van respectievelijk 6%, 2%, 0,7% en 0,5% en de productiegroei in deze gebieden is respectievelijk 5%, 1%, 4% en 6%.



Figuur 3.13 Veranderingen in netto-export

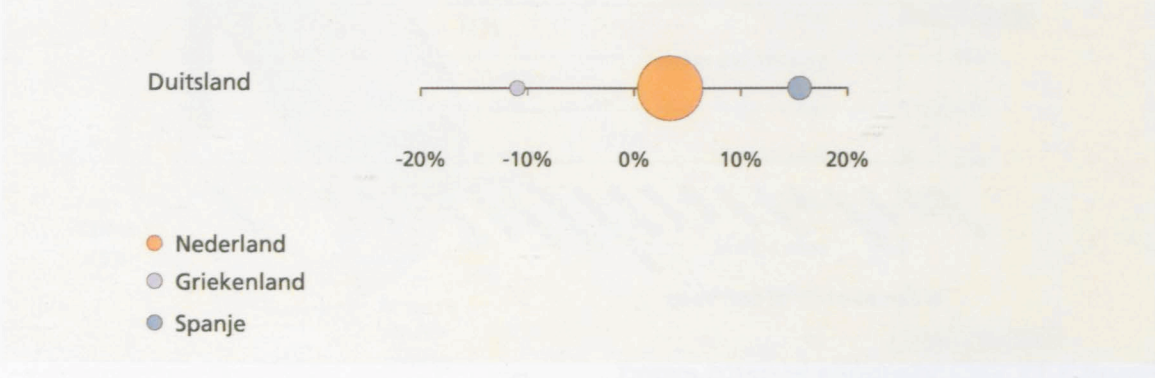
Internationale handel
Figuur 3.13 toont de netto-exportpositie van de diverse landen en regio's. De drie grootste netto-importeurs zijn Duitsland, de VS en het Verenigd Koninkrijk. De twee grote Europese importmarkten, Duitsland en het Verenigd Koninkrijk, vertonen een krimpende tendens terwijl de VS importmarkt groeit. Naast de VS (wereldmarktaandeel 15%, groei 8%) groeien de importmarkten in Midden- en Oost-Europa (wereldmarktaandeel 4%, groei 69%), en Japan (wereldmarktaandeel 0,5%, groei 56%). De grootste en snel groeiende importmarkt binnen Midden- en Oost-Europa (MOE) is de Russische Federatie waar 60% van de totale MOE netto-import naar toe gaat.

Export
De exportmarkt wordt gedomineerd door drie grote netto-exporteurs: Nederland, Spanje en Mexico. Nederland is 's werelds grootste exporteur met een exportaandeel van 46% in de wereldmarkt ondanks een bescheiden aandeel van 2,4% in de wereldproductie. De groei van Nederlandse exportwaarde is slechts 3%, waardoor het marktaandeel in de wereld daalt (het exportaandeel van Nederland was gemiddeld 55% in de periode 1989-1992). Een deel van deze daling kan verklaard worden uit het feit dat de Nederlandse export voor drievierde is gericht op de verzadigde Duitse markt, waar de prijzen onder druk staan (importprijs op Duitse markt daalde met gemiddeld 1,3% per jaar tijdens 1990-1995 periode).

Spanje is de tweede exporteur ter wereld. De exportwaarde groeit met bijna 18% per jaar waardoor het marktaandeel van Spanje nu bijna 19% van de totale wereldexportmarkt bedraagt. Deze toename is enerzijds veroorzaakt doordat een steeds groter deel van de Spaanse productie is bestemd voor export en doordat de kwaliteit van Spaanse komkommers en augurken, en daardoor de exportprijzen, zijn gestegen (van gemiddeld 670$ per ton in 1989-1992 tot 740$ per ton in 93-95).

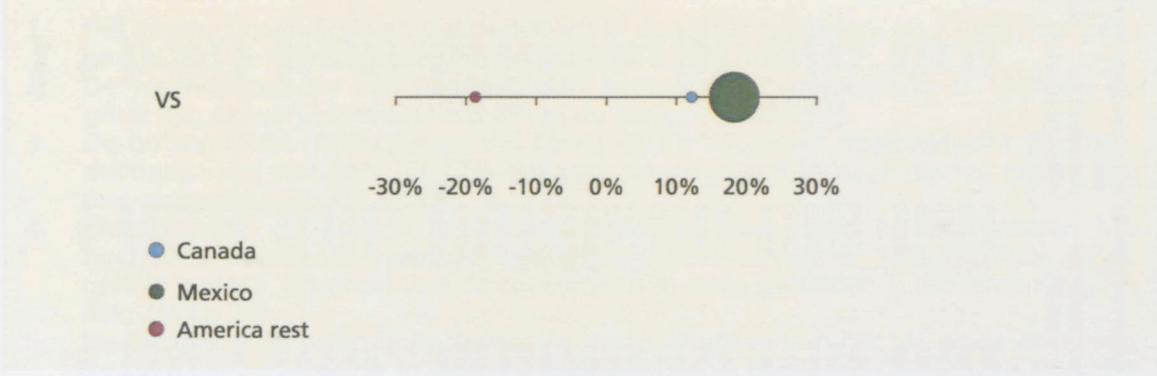
De derde exporteur ter wereld is Mexico. De waarde van de Mexicaanse export is met 15% per jaar gegroeid waardoor het aandeel van Mexico in de wereldexportmarkt nu 15% bedraagt. Net zoals voor Spanje is de exportwaarde met name gegroeid door kwaliteitsverbeteringen waardoor een groter deel van de productie geëxporteerd kan worden en tevens hogere exportprijzen gerealiseerd worden (van gemiddeld 340$ per ton in '89-'92 tot 510$ per ton in '93-'95).

Import
Duitsland is 's werelds grootste, maar stagnerende importmarkt. De Duitse importmarkt wordt gedomineerd door Nederland dat een marktaandeel van 77% op deze markt heeft. Spanje is de snelste groeier op deze markt en heeft inmiddels een marktaandeel van 10%. Het Spaanse marktaandeel is vooral gegroeid ten koste van Griekenland.



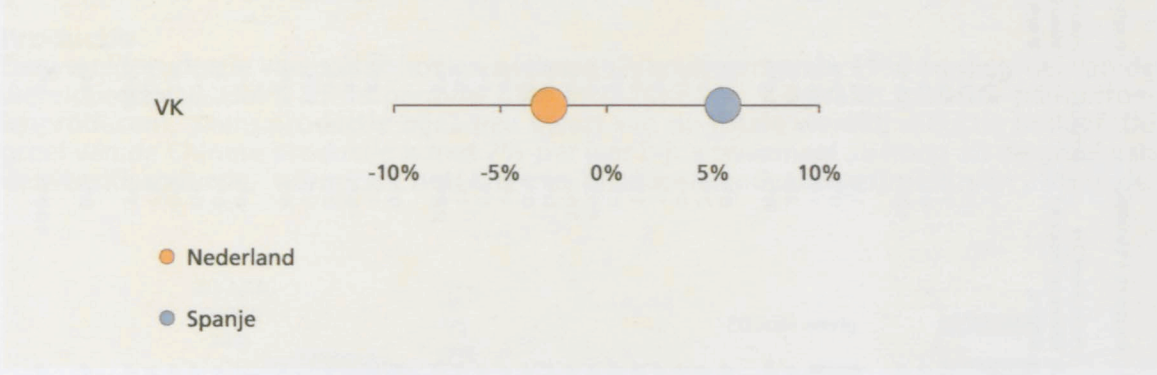
Figuur 3.14 Groei (94/95 t.o.v. 92/93) en omvang van diverse exporteurs op de Duitse markt

De import van de VS groeit. Deze markt wordt bijna volledig gedomineerd door Mexico, wiens marktaandeel in de periode 1992–1995 is gestegen van 89% naar 94%. Het marktaandeel van Nederland is gedaald van 6% naar 5%.



Figuur 3.15 Groei (94/95 t.o.v. 92/93) en omvang van diverse exporteurs op de VS markt

De markt van het Verenigd Koninkrijk, de derde belangrijkste importmarkt ter wereld, wordt gedomineerd door Nederland en Spanje. In de periode 1992-1995 heeft Spanje marktaandeel gewonnen ten opzichte van zijn Nederlandse concurrent. Het Spaanse marktaandeel is hierdoor gestegen van 45% naar 49% en het Nederlandse marktaandeel is gedaald van 54% naar 51%.



Figuur 3.16 Groei (94/95 t.o.v. 92/93) en omvang van diverse exporteurs op de markt van het Verenigd Koninkrijk

Overzichtstabel Komkommers & Augurken	Produktie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
Land / Regio	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*
Canada	0%	1%	1%	13%	3%	2%	-20321	-20471	1%	0%
Mexico	1%	0%	15%	15%	0%	24%	70642	124705	0%	-16%
VS	5%	14%	3%	12%	15%	8%	-74028	-96925	5%	12%
Amerika rest	1%	4%	0%	42%	0%	20%	184	895	1%	4%
Amerika	**7%**	**8%**	**19%**	**15%**	**18%**	**7%**	**-23523**	**8203**	**7%**	**9%**
Bulgarije	1%	-4%	1%	31%	0%	0%	1833	5104	1%	-5%
Polen	2%	-1%	0%	12%	0%	49%	1438	-264	2%	-1%
Roemenie	1%	1%	1%	36%	0%	91%	1793	5846	0%	-2%
M & O Europa rest	8%	1%	2%	21%	3%	73%	3703	-12010	8%	2%
M & O Europa	**11%**	**0%**	**4%**	**24%**	**4%**	**69%**	**8767**	**-1324**	**11%**	**1%**
Oostenrijk	0%	-3%	0%	74%	2%	-3%	-21768	-17159	0%	-7%
Belgie-Lux	0%	-4%	2%	-2%	1%	9%	17177	13633	0%	1%
Denemarken	0%	-6%	0%	6%	2%	-1%	-13864	-13393	0%	-1%
Frankrijk	1%	1%	1%	20%	4%	-1%	-29166	-22742	1%	1%
Duitsland	1%	2%	1%	-3%	41%	-1%	-340890	-321965	3%	0%
Griekenland	1%	2%	3%	-5%	0%	49%	25631	20185	1%	6%
Nederland	2%	3%	46%	3%	7%	13%	299436	318297	1%	2%
Spanje	2%	0%	19%	18%	0%	36%	80366	153334	1%	-13%
Zweden	0%	-13%	0%	8%	3%	-2%	-24229	-22535	0%	-5%
Zwitserland	0%	-4%	0%	-26%	2%	-2%	-19962	-18517	0%	-2%
Turkije	5%	4%	1%	-16%	0%	14%	11943	6040	5%	5%
VK	1%	2%	0%	-21%	8%	-5%	-71452	-59417	1%	-1%
Europa rest	1%	-1%	1%	8%	3%	-2%	-19038	-16017	1%	-1%
Europa	**13%**	**2%**	**73%**	**5%**	**73%**	**-1%**	**-105815**	**19745**	**13%**	**1%**
Iran	6%	4%	0%		0%		0	0	6%	4%
Jordanie	0%	-3%	1%	18%	0%	-100%	5332	10483	0%	6%
Libanon	1%	3%	0%	8%	1%	4%	-6193	-7170	1%	4%
Syrie	1%	-3%	2%	25%	0%		5639	13879	1%	-4%
M-Oost & N-Afr rest	5%	0%	1%	24%	1%	-5%	-6530	-1943	5%	0%
M-Oost & N-Afr	**12%**	**2%**	**4%**	**22%**	**2%**	**0%**	**-1752**	**15248**	**12%**	**2%**
China	48%	11%	0%	73%	0%	0%	193	1707	48%	11%
Japan	4%	-2%	0%	41%	0%	56%	-601	-3602	4%	-2%
Korea Rep	2%	9%	0%	57%	0%	0%	562	3412	2%	9%
Singapore	0%	-21%	0%	2%	1%	6%	-7841	-9909	0%	6%
ZO-Azie & Oc rest	3%	2%	1%	20%	1%	-5%	-5712	-2072	3%	1%
ZO-Azie & Oc	**57%**	**9%**	**1%**	**30%**	**3%**	**5%**	**-13400**	**-10465**	**57%**	**9%**
Sub Sahara	**0%**	**-4%**	**0%**	**-4%**	**0%**	**5%**	**-121**	**-207**	**0%**	**-3%**
WERELD	**100%**	**6%**	**100%**	**8%**	**100%**	**2%**			**100%**	**6%**

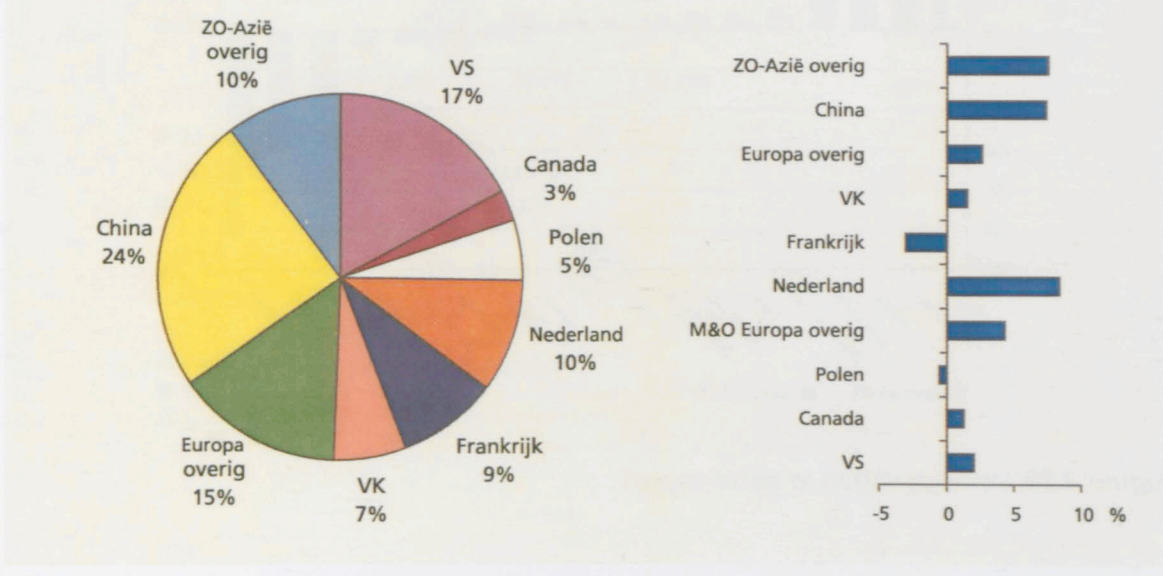
3.4 Paddestoelen en Truffels

Trends en Conclusies

1. Het productieaandeel van paddestoelen in de totale groenten- en fruitproductie is gemiddeld eenvierde procent in de periode '93-'95 (tonnen).
2. De wereldproductie van paddestoelen bedraagt 2,1 miljoen ton in 1996 en de groei van de wereldproductie is 4% in de periode 1989-1995.
3. De belangrijkste producenten zijn China en de VS, welke respectievelijk een productieaandeel van 24% en 17% hebben. De productie in deze landen neemt toe met respectievelijk 7% en 2%.
4. China, de VS en Europa (met name Frankrijk, Nederland en VK) hebben het hoogste binnenlands verbruik met een aandeel van 23%, 17% en 40% in de gehele wereld. De groei van de consumptie in deze gebieden is achtereenvolgens 6%, 2% en 2%.
5. De belangrijkste netto-importeurs zijn Japan, Duitsland en het VK en de groei van de netto-importwaarde in deze gebieden is respectievelijk 21%, 5% en 9%. Het Nederlandse marktaandeel op deze importmarkten is respectievelijk 0%, 53% en 16% en deze marktaandelen nemen af.
6. China is van een onbeduidend netto-exportland de grootste netto-exporteur ter wereld geworden. Door een jaarlijkse groei van 116% is het Chinese marktaandeel in de wereldexport gestegen van 1% in '89-'92 tot 20% in de periode 1993-1995.
7. Het Nederlandse aandeel in de wereldwijde paddestoelenproductie is 10%, in de wereldexport 19% en in de wereldimport is dit 3%.

Productie

De wereldproductie van paddestoelen bedraagt 2,1 miljoen ton in 1996 en de groei van de wereldproductie is 4% in de periode 1989-1995. China is 's werelds grootste paddestoelenproducent, wiens productie bijna een kwart van de totale wereldproductie beslaat. De groei van de Chinese productie is met 7% per jaar bijna tweemaal zo hoog als de groei van de wereldproductie, waardoor het Chinese productieaandeel is gegroeid van 21% in de



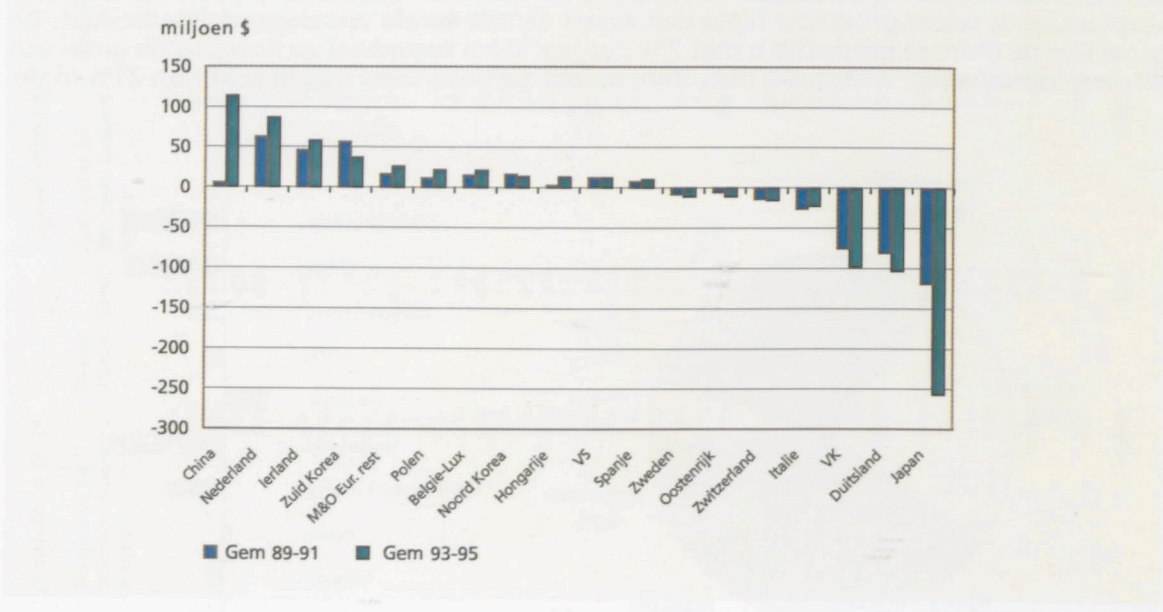
Figuur 3.17 De productieaandelen (gem. '93/'95) en de jaarlijkse groei ('93/'95 t.o.v. '89-'91)

periode 1989-1991 naar 24% in 1993-1995. In tegenstelling tot vrijwel alle overige tuinbouwproducten is de Chinese paddestoelenproductie niet geheel bestemd voor de binnenlandse markt, maar wordt 10% geëxporteerd. Daarnaast zijn de Chinese exportprijzen hoger dan de gemiddelde wereldexportprijs. Dit duidt erop dat het kwaliteitsniveau van Chinese paddestoelen zeker niet lager is dan dat van andere exporteurs.
De totale paddestoelenproductie in Zuidoost Azië vertegenwoordigt eenderde van de totale wereldproductie en groeit met 7% per jaar. Behalve China hebben India, Indonesië, Australië en Nieuw Zeeland een hoge productiegroei.

In Europa wordt 39% van de totale wereldproductie geproduceerd. De groei van de Europese productie is 2%, de helft van de groei van de wereldproductie, waardoor de rol van Europa als producent van paddestoelen in de wereld afneemt. Nederland en Frankrijk zijn de grote producenten binnen Europa, welke een aandeel van respectievelijk 10% en 9% in de wereldproductie hebben. De productie in Nederland stijgt met 8% per jaar terwijl de productie in Frankrijk met 3% per jaar krimpt.

Van de overige productiegebieden in de wereld groeit de paddestoelenproductie op het Amerikaanse continent, dat 20% van wereldproductie verzorgd, net als in Europa met 2%. De VS is de grootste producent op dit continent met een productieaandeel van 17% in de wereldproductie. Polen is de grootste producent van Midden- en Oost-Europa met een productieaandeel van 5% in de wereld. De productie in Polen krimpt met één procent per jaar, terwijl de productieomvang in andere Midden- en Oost-Europese landen, zoals Hongarije, Bulgarije en Roemenië, groeit.

Consumptie
De grote consumptiegebieden vallen samen met de grote productiegebieden in de wereld. Ook de ontwikkelingen op het gebied van consumptie vallen samen met de productieontwikkelingen. Een uitzondering hierop is dat de consumptie in de landen van Midden- en Oost-Europa daalt met 1% per jaar, terwijl de productie toeneemt met 1% per jaar. Een tweede uitzondering is Japan waar de productie krimpt met 1% en de consumptie groeit met 5% per jaar.



Figuur 3.18 Veranderingen in netto-export

Internationale handel

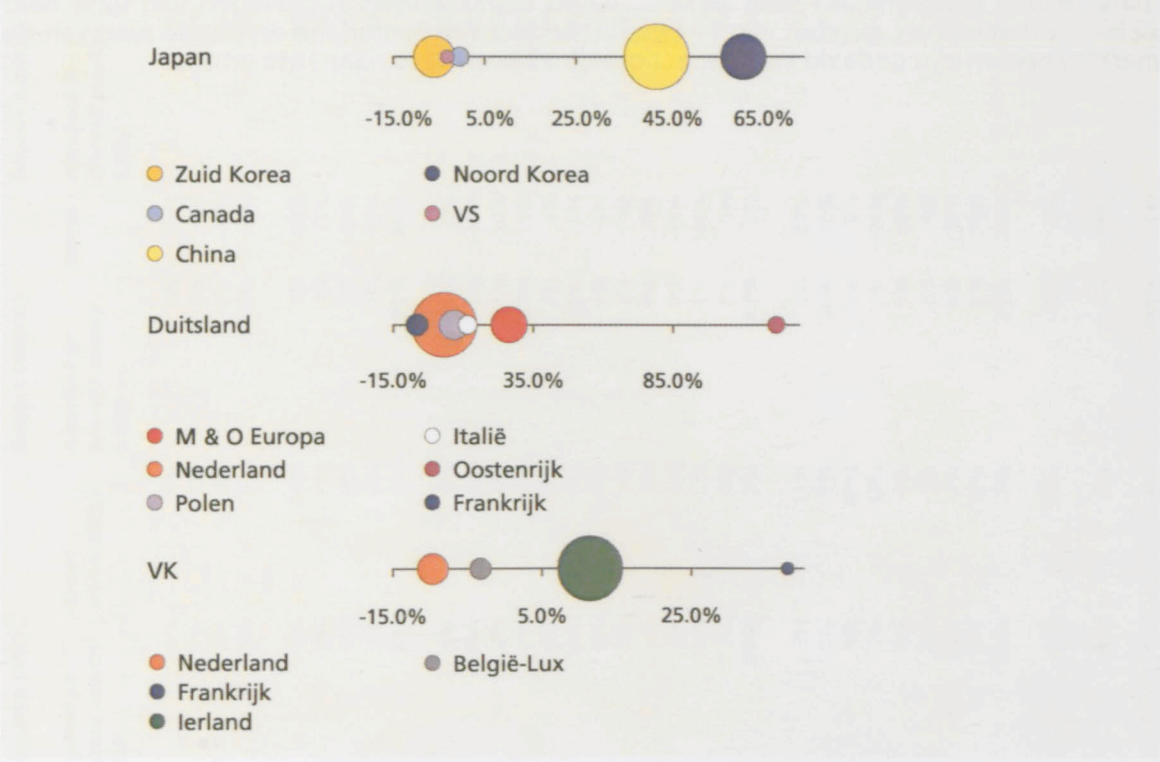
Figuur 3.18 toont de netto-exportpositie van de diverse landen en regio's. De drie grootste netto-importeurs zijn Japan, Duitsland en het VK. Japan is 's werelds grootste netto-importmarkt die bovendien met 21% per jaar in omvang is toegenomen gedurende de periode 1989-1995. Door deze groei is het marktaandeel van Japan in de totale wereldimportmarkt gestegen van 27% in 1989-1992 tot 38% in de '93-'95. Duitsland en het VK hebben beide een marktaandeel van 16% in de wereldimportmarkt. De groei van de importwaarde in Duitsland en het VK is respectievelijk 5% en 9%, percentages die liggen onder de groei van de wereldimport van 11% per jaar.

Export

De exportmarkt wordt gedomineerd door vier grote netto-exporteurs: China, Nederland, Ierland en Zuid-Korea. China is van een onbeduidend netto-export land de grootste netto-exporteur ter wereld geworden. Door een jaarlijkse groei van 116% is het Chinese marktaandeel in de wereldexport gestegen van 1% in de periode 1989-1992 tot 20% in de periode 1993-1995.

Nederland en Ierland zijn de tweede en derde exporteur ter wereld met respectievelijk een marktaandeel van 19% en 12% in de totale wereldexport in de periode 1993-1995. De exportgroei van beide landen is met respectievelijk 7% en 9% lager dan de groei van de wereldexport, wat betekent dat beider exportpositie in de wereld verslechtert.

De export van Zuid- en Noord-Korea, die een marktaandeel van achtereenvolgens 6% en 2% hebben, is gedaald met respectievelijk 10% en 4% per jaar. Daarentegen is de netto-exportwaarde van de landen in Midden- en Oost-Europa gestegen. Groeiende exporteurs in deze regio zijn met name Polen, Hongarije en Roemenië.



Figuur 3.19 Jaarlijkse groei ('94/'95 t.o.v. '92/'93) en omvang van diverse exporteurs op de Japanse, Duitse en VK markten

Import
De wereldimportmarkt van paddestoelen is met 11% per jaar gegroeid. Op de Europese en Japanse markt wordt respectievelijk 56% en 38% van de totale importwaarde in de wereld afgezet. De Europese markt groeit relatief langzaam, met 5%, en de Japanse markt groeit relatief snel, met 21%. We beschrijven nu de drie belangrijkste netto-importmarkten: Japan, Duitsland en het VK.

Japan is 's werelds grootste importmarkt die bovendien met 26% per jaar is gegroeid in de periode '92-'95. De Japanse importmarkt wordt gedomineerd door China (zie figuur 3.19). De Chinese export naar Japan is jaarlijks met 43% gegroeid in de periode '92-'95 waardoor het marktaandeel van China op deze importmarkt is gestegen van 37% in de periode '92/'93 tot 48% in de periode '94/'95. De snelst groeiende importeur op de Japanse markt is Noord-Korea. Het marktaandeel van Noord-Korea heeft door een groei van 62% per jaar een niveau bereikt van 24%. De toename van het marktaandeel van deze exporteurs is ten koste gegaan van Zuid-Korea. De exportwaarde van Zuid-Korea naar de Japanse markt krimpt met 6% per jaar waardoor het marktaandeel is gedaald van 35% naar 19%. Ook de marktaandelen van de VS en Canada op de Japanse markt zijn gedaald naar respectievelijk 2% en 4%.
De import van de Duitse markt is gegroeid met 7% gedurende de periode '92-'95. Nederland domineert de Duitse markt, echter haar marktaandeel is gedaald van 57% in '92/'93 naar 53% in '94/'95. De export van de landen uit Midden- en Oost-Europa is met 26% per jaar gegroeid, waardoor hun marktaandeel is gestegen van 12% naar 16%. Polen en Frankrijk hebben hun marktaandeel gehandhaafd op respectievelijk 11% en 4%. De snelste groeier op deze markt is Oostenrijk, dat met een groei van 122% per jaar zijn marktaandeel heeft zien stijgen van 1% naar 4%. Frankrijk verliest marktaandeel op deze markt.

De markt van het Verenigd Koninkrijk is met 12% gegroeid in de '92-'95 periode. Deze markt wordt gedomineerd door Ierland, wiens marktaandeel is gestegen van 62% naar 72%. Dit is ten koste gegaan van het marktaandeel van Nederland en België waarvan de marktaandelen zijn gedaald van respectievelijk 25% en 11% naar 16% en 8%.

Overzichtstabel Champignons	Productie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
Land / Regio	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in wereld markt 93/95*	*Groei*
Canada	3%	1%	3%	15%	1%	-9%	-4711	6368	3%	0%
VS	17%	2%	3%	2%	1%	9%	12138	11891	17%	2%
America rest	0%	0%	0%	48%	0%	34%	-72	281	0%	
America	**20%**	**2%**	**6%**	**8%**	**2%**	**-2%**	**7354**	**18540**	**20%**	**2%**
Hongarije	0%	37%	2%	48%	0%	-30%	2648	12917	0%	16%
Polen	5%	-1%	4%	17%	0%	0%	11491	21489	5%	-1%
Roemenie	0%	4%	1%	62%	0%	148%	921	6343	0%	0%
M & O Europa rest	1%	4%	5%	16%	1%	179%	16294	25788	0%	0%
M & O Europa	**6%**	**1%**	**12%**	**23%**	**1%**	**162%**	**31353**	**66538**	**6%**	**-1%**
Belgie-Lux	1%	4%	5%	8%	1%	7%	14982	21106	0%	-6%
Frankrijk	9%	-3%	5%	-10%	5%	9%	17039	-5037	9%	-2%
Duitsland	3%	3%	1%	-10%	16%	5%	-80884	-103067	4%	4%
Ierland	2%	7%	12%	9%	1%	143%	46190	57989	1%	11%
Italie	3%	-4%	2%	4%	6%	-1%	-26338	-22985	4%	-3%
Nederland	10%	8%	19%	7%	3%	3%	62365	86461	9%	8%
Oostenrijk	0%	-4%	1%	-2%	3%	9%	-5758	-11162	0%	6%
Spanje	3%	7%	2%	11%	0%	39%	7525	10464	3%	7%
Zweden	0%	0%	0%	76%	2%	9%	-8239	-11066	0%	12%
Zwitserland	0%	6%	0%	-16%	2%	2%	-14088	-15568	0%	4%
VK	6%	2%	1%	104%	16%	9%	-75492	-97826	8%	2%
Europa rest	1%	4%	1%	0%	1%	19%	3168	-1950	1%	7%
Europa	**39%**	**2%**	**49%**	**5%**	**56%**	**7%**	**-59531**	**-92642**	**40%**	**2%**
Australie	2%	11%	0%	26%	0%	3%	-1238	-1300	2%	11%
China	24%	7%	20%	116%	0%	258%	5208	113752	23%	6%
India	1%	68%	0%	9%	0%	0%	280	379	1%	68%
Indonesie	1%	35%	2%	124%	0%	66%	402	10180	1%	25%
Japan	4%	-1%	0%	20%	38%	21%	-119053	-256987	5%	5%
Korea D Rep	0%	-3%	2%	-4%	0%	0%	16167	13500	0%	-1%
Korea Rep	0%	-1%	6%	-10%	0%	55%	56613	36775	0%	0%
ZO-Azie & Oc rest	2%	10%	1%	21%	1%	19%	-2290	-4264	2%	10%
Zo-Azie & Oc	**34%**	**7%**	**31%**	**22%**	**40%**	**21%**	**-43912**	**-87965**	**34%**	**7%**
M-Oost & N-Afr	**0%**	**10%**	**0%**	**0%**	**1%**	**48%**	**1212**	**-4178**	**0%**	**7%**
Sub Sahara	**0%**	**2%**	**0%**	**15%**	**0%**	**23%**	**1245**	**2045**	**0%**	**1%**
WERELD	**100%**	**4%**	**100%**	**11%**	**100%**	**11%**	**-62279**	**-97662**	**100%**	**4%**

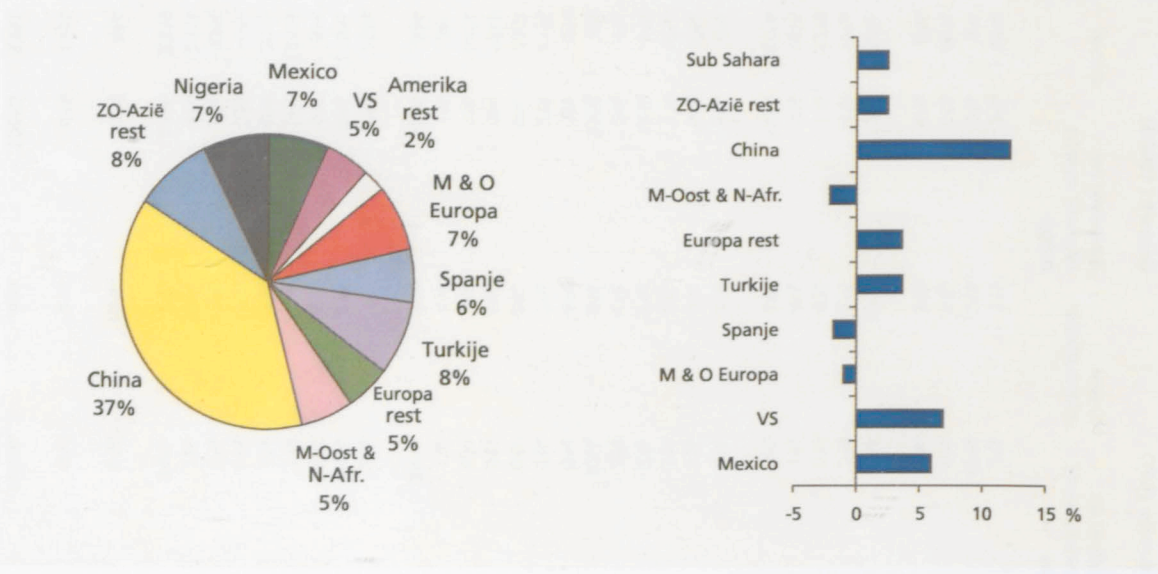
3.5 Paprika's en pepers 1)

Trends en Conclusies

1. Het aandeel van paprika's en pepers in de totale groenten- en fruit productie is gemiddeld 1% in de periode '93-'95.
2. De wereldproductie bedraagt 15,3 miljoen ton in 1996. De groei van de wereldproductie is 5% per jaar in de periode '89-'95.
3. De belangrijkste producenten zijn China, Turkije en Nigeria. Deze landen hebben respectievelijk een productie aandeel van 37%, 8% en 7%. De productie in deze landen neemt toe met respectievelijk 12%, 4% en 3%.
4. China, Turkije, Nigeria en de VS zijn de belangrijkste consumptiegebieden. De groei van de consumptie in deze gebieden is respectievelijk 12%, 4%, 3% en 8%.
5. De belangrijkste importeurs zijn Duitsland (aandeel in wereldimportwaarde: 30%) en de Verenigde Staten (22%). De groei van waarde van de import in deze landen is respectievelijk 7% en 12%.
6. De drie belangrijkste netto-exporteurs zijn Nederland, Spanje en Mexico. Het aandeel van deze drie landen in de wereldexportwaarde is respectievelijk 40%, 27% en 16% ('93/'95). Nederland en Spanje groeien met 12% per jaar terwijl Mexico met 22% per jaar groeit in de periode '89-'95.
7. Het Nederlandse aandeel in de wereld peperproductie is 2%, in de wereld exportwaarde 40% en in de wereldimportwaarde 4%. De Nederlandse export betreft met name paprika's.

Productie

De wereldwijde productie van paprika's en pepers bedroeg in 1996 15,3 miljoen ton. De productie is over de periode 1989-95 met jaarlijks 5% toegenomen.



Figuur 3.20 De productieaandelen (gem. 93/95) en de jaarlijkse groei van de productie ('89-'95)

1) Van dit product zijn geen bilaterale handelsdata beschikbaar. Deze data worden ontleend aan PCTas, dat voor dit product een geheel andere definitie hanteert, namelijk exclusief paprika's.

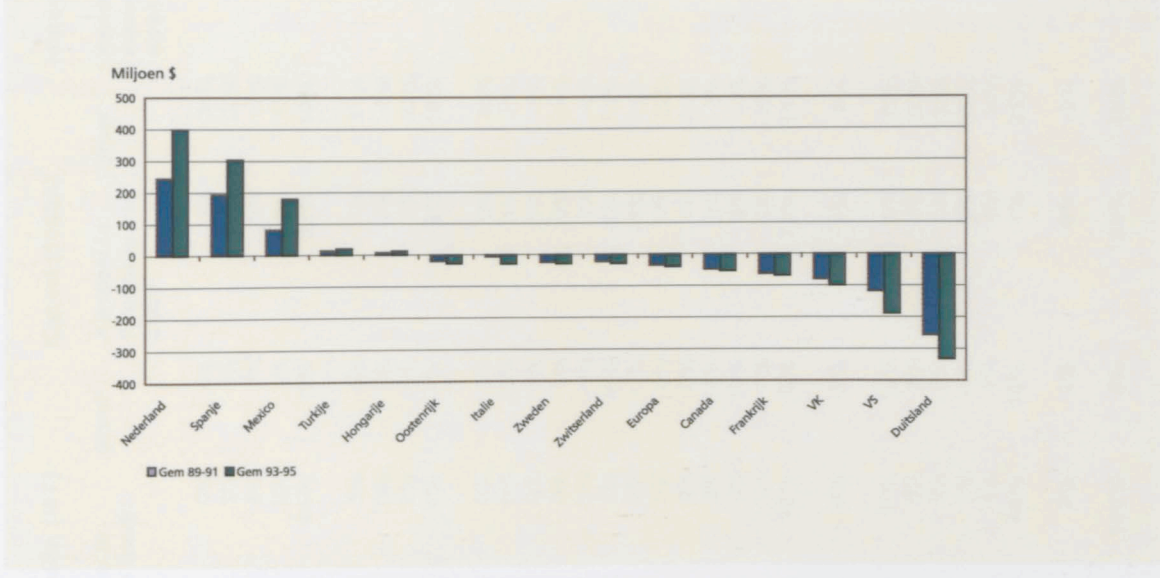
China produceerde in de periode '94-'95 gemiddeld per jaar ruim eenderde (37%) van de gehele wereldproductie. De Chinese productie groeide bovendien met 12% hetgeen ruim tweemaal zo hoog was als de groei van de wereldproductie (5%). Hierdoor is het aandeel van China in de wereldproductie toegenomen. China is een gesloten productieland is dat bijna geheel voor de eigen markt produceert. Import en export zijn nihil. Voor zover China exporteert, gebeurt dat tegen zeer lage prijzen. De Chinese exportprijzen zijn met gemiddeld 340$ per ton veel lager dan de gemiddelde wereld exportprijs van 1170$ per ton in de periode '93-'95. Blijkbaar is de kwaliteit van Chinese paprika's en pepers relatief laag.

In Europa wordt jaarlijks 19% van de wereldproductie geproduceerd in de periode '93-'95. Turkije is de grootste Europese producent met een gemiddeld productieaandeel van 8% in de wereldproductie en een groei van 4% per jaar in de periode '89-'96. Turkije is echter net als China een relatief gesloten markt. Spanje, Italië en Nederland zijn de andere Europese producenten met respectievelijke marktaandelen van 6%, 3% en 2%. De productie in de eerste twee landen neemt af met respectievelijk 2% en 1%, maar groeit in Nederland met 13% per jaar.

Nigeria is de derde producent ter wereld met een productieaandeel van 8% en een groei van 5% per jaar. Ghana is de tweede producent in Sub Sahara Afrika met een productieaandeel van 1,2% en een groei van 3%.

Het Amerikaanse continent produceert 14% van de wereldproductie. Mexico en de VS zijn de twee belangrijkste producenten op dit werelddeel met een aandeel in de wereldproductie van achtereenvolgens 7% en 5% en een groei van respectievelijk 6% en 7%.

Consumptie
De grote productielanden zijn tevens de grote consumptielanden. China heeft een aandeel van 38 % terwijl Turkije een aandeel van 8 % in de totale wereld consumptie heeft. De groei van de consumptie in deze landen is respectievelijk 12% en 4%.



Figuur 3.21 Veranderingen in netto-export

Internationale handel
Figuur 3.21 toont de netto-exportpositie van de diverse landen en regio's. De drie grootste netto-importeurs zijn Duitsland, de VS en het VK. Het aandeel van deze landen in de wereldimportwaarde is achtereenvolgens 30%, 22% en 9%. In al deze landen groide de waarde van de import tussen '89 en '95 met respectievelijk 7%, 12% en 5% per jaar. Deze groei vond plaats ondanks een forse stijging van de wereld exportprijs ($/ton) van bijna 4%.

Export
De export markt wordt gedomineerd door drie grote (netto-) exporteurs. Nederland, Spanje en Mexico hebben samen 83% van de wereldexport (in US$) in handen. Nederland is 's werelds grootste exporteur met een exportaandeel van 40% in de wereldexportwaarde ondanks een bescheiden aandeel van 2% in de wereldproductie (in tonnen). De groei van de Nederlandse exportwaarde is 12% per jaar hetgeen iets onder de wereldexportgroei (13%) zit. De Nederlandse exportprijs per ton is gedaald van 2180$ per ton in de periode '89-'92 tot 2020$ per ton in '93-'95.

Spanje is de tweede exporteur ter wereld. De exportwaarde groeit met 12% per jaar waardoor het marktaandeel van Spanje nu 27% van de totale wereld exportwaarde bedraagt. De derde exporteur ter wereld is Mexico. Door een hoge groei van 22% heeft Mexico een aandeel in de wereldexportwaarde van 16% opgebouwd. De Spaanse en Mexicaanse exportprijzen per ton zijn gestegen van achtereenvolgens 1030$ per ton en 550$ per ton gemiddeld in de periode '89-'92 tot respectievelijk 1090$ per ton en 880$ per ton gemiddeld in de periode '93-'95.

Import
De wereldimportwaarde van paprika's en pepers is met 8% per jaar gegroeid. De Europese markt is de belangrijkste importmarkt waar 68% van de wereldimportwaarde wordt afgezet. De Europese markt groeit met 6% per jaar. De Amerikaanse markt groeit met 12% per jaar en is de tweede importmarkt ter wereld waar 28% van de wereld importwaarde wordt afgezet. De Duitse en VK markt zijn de belangrijkste Europese markten die voorzien worden door Nederland en Spanje. De VS markt daarentegen wordt voorzien door met name Mexico en Canada.

Overzichtstabel Paprika's en Pepers	Productie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
Land / Regio	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*
Canada	0%	5%	1%	34%	6%	4%	-49781	-53629	1%	3%
Mexico	7%	6%	16%	22%	0%	23%	81469	180156	5%	5%
VS	5%	7%	5%	11%	22%	12%	-118765	-189104	6%	8%
Amerika rest	2%	-1%	0%	11%	0%	46%	2686	3279	2%	-1%
Amerika	**14%**	**5%**	**22%**	**19%**	**28%**	**10%**	**-84391**	**-59299**	**14%**	**5%**
Hongarije	1%	-5%	1%	11%	0%	25%	8904	13064	1%	-8%
Polen	0%	0%	0%	-8%	0%	99%	-180	-4765	0%	425%
M & O Europa rest	6%	0%	1%	32%	1%	416%	4262	-2735	6%	0%
M & O Europa	**7%**	**-1%**	**2%**	**19%**	**2%**	**146%**	**12986**	**5564**	**7%**	**-1%**
Oostenrijk	0%	5%	0%	33%	3%	9%	-20260	-28146	0%	4%
Belgie-Lux	0%	19%	1%	27%	1%	0%	-9894	-1950	0%	3%
Frankrijk	0%	1%	1%	-1%	7%	2%	-63804	-69195	1%	3%
Duitsland	0%	0%	0%	14%	30%	7%	-257033	-332469	2%	5%
Italie	3%	-1%	1%	-9%	4%	14%	-6907	-29586	3%	0%
Nederland	2%	13%	40%	12%	4%	8%	245160	399186	0%	2%
Spanje	6%	-2%	27%	12%	0%	7%	194373	304302	4%	-6%
Zweden	0%	0%	0%	32%	3%	5%	-24645	-29611	0%	9%
Zwitserland	0%	0%	0%	-25%	3%	6%	-23051	-29744	0%	5%
Turkije	8%	4%	2%	8%	0%	25%	14885	20409	8%	4%
VK	0%	17%	0%	-14%	9%	5%	-81676	-100181	0%	4%
Europa rest	1%	1%	0%	-10%	4%	2%	-35547	-40928	1%	4%
Europa	**19%**	**2%**	**73%**	**11%**	**68%**	**6%**	**-68399**	**62086**	**19%**	**1%**
M-Oost & N-Afr.	**5%**	**-2%**	**1%**	**8%**	**1%**	**4%**	**5650**	**8562**	**5%**	**-2%**
China	37%	12%	0%	75%	0%	43%	17	1145	38%	12%
India	0%	0%	0%	36%	0%	0%	23	80	0%	36%
Indonesie	3%	0%	0%	33%	0%	77%	39	32	3%	0%
Japan	1%	-1%	0%	-100%	1%	357%	-19	-9179	1%	-1%
ZO-Azië rest	4%	7%	0%	13%	1%	8%	-3543	-4186	4%	7%
ZO-Azië	**46%**	**10%**	**1%**	**21%**	**2%**	**29%**	**-3483**	**-12107**	**46%**	**10%**
Sub Sahara	**9%**	**2%**	**0%**	**-2%**	**0%**	**-1%**	**474**	**423**	**9%**	**2%**
WERELD	**100%**	**5%**	**100%**	**13%**	**100%**	**8%**	**-137162**	**5231**	**100%**	**5%**

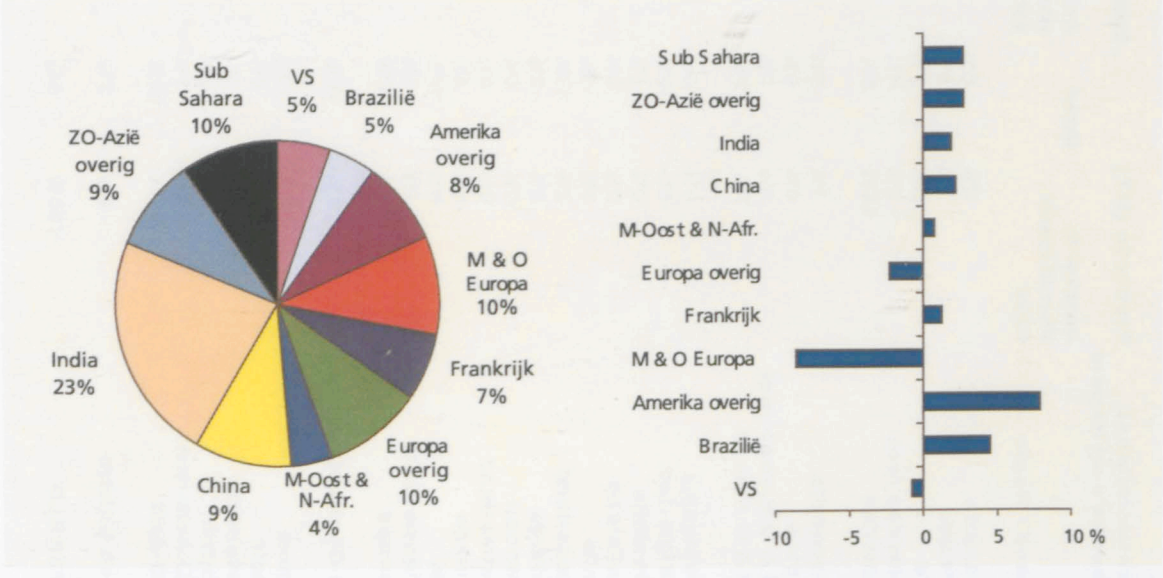
3.6 Peulvruchten

Trends en Conclusies

1. Het marktaandeel van peulvruchten in de totale groenten- en fruit productie is gemiddeld 5% in de periode '93-'95 (tonnen).
2. De wereldproductie bedraagt 66 miljoen ton in 1996 en de groei van de wereldproductie is 1% in de periode '89 '95.
3. De belangrijkste producenten zijn India en China, welke respectievelijk een productieaandeel van 23% en 9% hebben. De productie in deze landen neemt toe met 2% per jaar.
4. India en China zijn ook de belangrijkste consumptiegebieden met een aandeel van 24% en 8% in de totale wereld consumptie. De groei van de consumptie in deze gebieden is achtereenvolgens 2% en verwaarloosbaar.
5. De belangrijkste netto-importeurs zijn verandert van Duitsland en Nederland in Japan, Spanje en India. De groei van de import in deze laatstgenoemde gebieden is respectievelijk 10%, 15% en verwaarloosbaar. Het Nederlandse marktaandeel op deze markten is verwaarloosbaar.
6. Snel groeiende importmarkten zijn Midden- en Oost-Europa en Indonesië en de groei van deze markten is respectievelijk 22% en 27% per jaar. Het Nederlandse marktaandeel op deze importmarkten is achtereenvolgens 26% en verwaarloosbaar.
7. China, Spanje en Myanmar zijn snel groeiende (netto-) exporteurs terwijl de positie van de VS, Turkije en met name Frankrijk verslechtert.
8. Het Nederlandse aandeel in de wereld peulvruchten productie is verwaarloosbaar, in de wereldexport 3% en in de wereldimport is 8%.

Product
Tot de categorie peulvruchten behoren:
- gedroogde erwten, kekers, linzen en bonen (inclusief tuin-, paarde- en duivebonen)
- groene erwten en bonen

Productie
De wereldproductie bedraagt 66 miljoen ton in 1996 en de groei van de Wereld-productie is 1% in de periode '89-'95. De wereld export- en importprijzen zijn met 3% per jaar gedaald.



Figuur 3.22 De productieaandelen (gem. '93/'95) en de jaarlijkse groei ('93/'95 t.o.v. '89-'91)

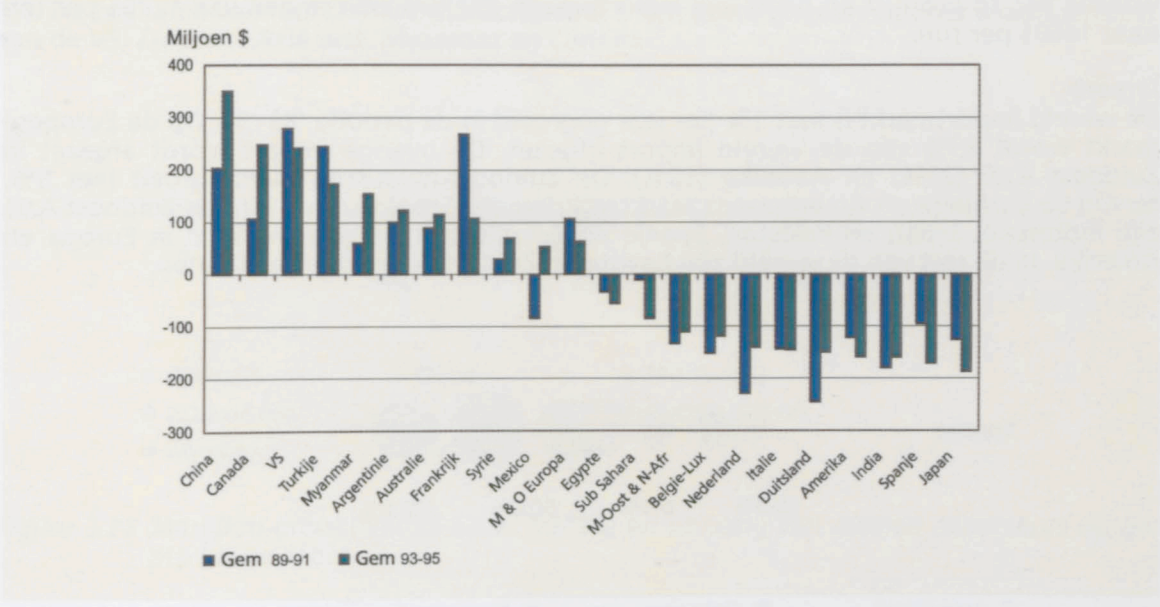
De grootste producent ter wereld van peulvruchten is India met een productie aandeel van 23% in de wereldproductie (tonnen). De groei van de productie in India is 2% in de '89-'95 periode. China is de tweede grote Zuidoost-Aziatische producent met een productie-aandeel van 9% en een groei van eveneens 2% per jaar. In totaal word 42% van de wereldproductie in Zuidoost Azië geproduceerd.

Op het Amerikaanse continent wordt 18% van de totale wereldproductie van peulvruchten geproduceerd. De VS en Brazilië zijn de twee belangrijkste producenten in deze regio met een productie aandeel van ieder 5% in de wereld. De productie in de VS is met 1% per jaar gekrompen terwijl de productie in Brazilië met 5% per jaar is toegenomen. Canada de derde Amerikaanse producent met een productieaandeel van 3% groeit snel met 27% per jaar.

De landen in Europa produceren 17% van de wereld productie (afname productie met 1% per jaar). Frankrijk is Europa's grootste producent met een productieaandeel van 7% in de wereldproductie en een groei van 1%. Turkije en het Verenigd Koninkrijk hebben een productieaandeel van achtereenvolgens 3% en 2% en een afname in de productie met 1% per jaar.

Van de overige productiegebieden is Nigeria de grootste producent met een aandeel van 3% in de wereldproductie en een groei van 5% per jaar.

Consumptie
De grote consumptie gebieden vallen samen met de grote productiegebieden in de wereld. India en China zijn ook de grootste consumptiegebieden met een consumptie-aandeel van achtereenvolgens 24% en 8%.



Figuur 3.23 Veranderingen in netto-export

Internationale handel
Figuur 3.23 toont de netto-exportpositie van de diverse landen/regio's. In de periode '89-'91 waren Duitsland, Nederland en India de grootste netto-importeurs van peulvruchten. Door afgenomen importen en toegenomen export (Nederland) is de netto-import in met name Duitsland en Nederland afgenomen. Door een hoge importgroei zijn Japan en Spanje de grootste netto-importeurs geworden. India is ondanks een daling van de netto-import de derde netto-importeur gebleven.

Ook bij de netto-exporteurs is de rangorde veranderd. De netto-exportwaarde van de drie grootste netto-exporteurs, de VS, Frankrijk en Turkije, is afgenomen, terwijl deze voor China en Canada sterk is toegenomen.

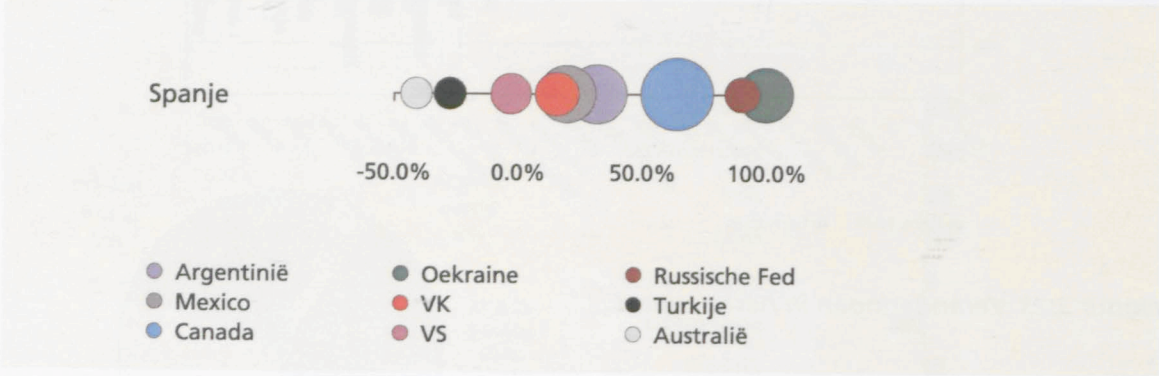
Export
China is 's werelds grootste netto-exporteur met een aandeel van 13% in de wereldexport en 1% in de wereldimport in de '93-'95 periode. De Chinese export is met 13% per jaar veel sneller gestegen dan de wereld export welke met 2% per jaar is toegenomen tijdens de periode '89-'95. De exportprijzen van China hebben zich gestabiliseerd op 340$ per ton in de periode '89-'95.

De VS en Canada zijn 's werelds tweede en derde exporteur met een exportaandeel van respectievelijk 12% en 10%. De exportwaarde in de VS krimpt met 2% per jaar terwijl deze in Canada groeit met 10% per jaar. De exportprijzen vertonen een tegengestelde tendens aangezien deze in de VS licht zijn gestegen naar 560$ per ton terwijl deze voor Canada zijn gedaald van 380$ per ton ('89-'91) naar 260$ per ton ('92-'95). Dit betekent dat Canada zich meer begeeft op het bulksegment.

Frankrijk heeft een exportaandeel van 10% in de wereld en exporteert voornamelijk peulvruchten met een bulk karakter. De exportwaarde daalt met 10% per jaar. Deze daling wordt met name veroorzaakt door een daling van het Franse exportprijspeil met 9% per jaar waardoor de Franse exportprijzen zijn gedaald van 340$ per ton naar 240$ per ton.

Myanmar is een snel groeiende exporteur die via een groei van 26% een exportaandeel van 5% in de wereld heeft opgebouwd (ondanks een daling van haar exportprijs van 400$ per ton naar 310$ per ton). Spanje heeft een exportaandeel van 2% en groeit ook snel met 15% per jaar. Spanje begeeft zich echter in het segment met een hoge toegevoegde waarde per kg product en heeft zijn exportprijzen daarom zien stijgen van 1270$ per ton naar 1460$ per ton.

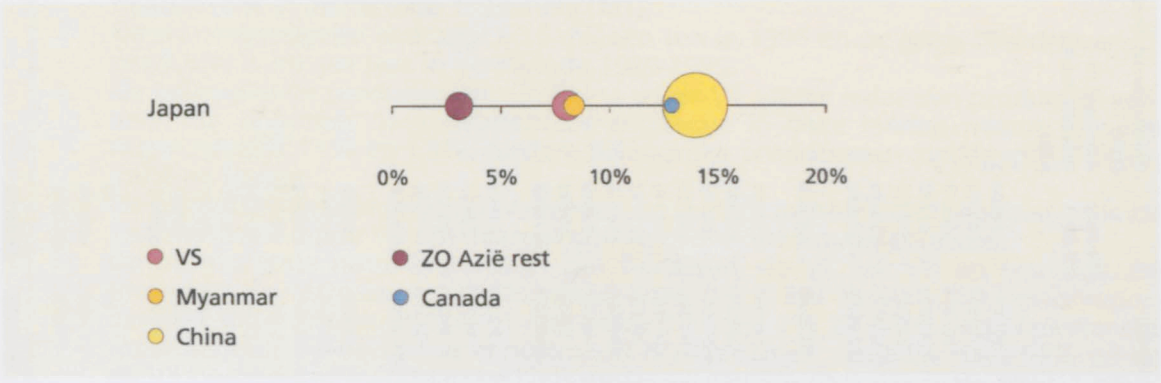
Import
De wereld importmarkt is met 1% per jaar gegroeid in de periode '89-'95. Op de Europese markt wordt 45% van de wereld import afgezet. De overige import wordt afgezet in Zuidoost Azië (23%) en Amerika (15%). De Zuidoost-Aziatische markt groeit met 5%, terwijl de Europese en Amerikaanse markten krimpen. Groeimarkten binnen Zuidoost Azië zijn Indonesië, Japan en Pakistan. Spanje en Brazilië zijn de groeimarkten in Europa en Amerika. In de rest van de wereld zijn Egypte en Zuid Afrika nog groeimarkten.



Figuur 3.24 Jaarlijkse groei ('94/'95 t.o.v. '92/'93) en omvang van diverse exporteurs op de Spaanse markt

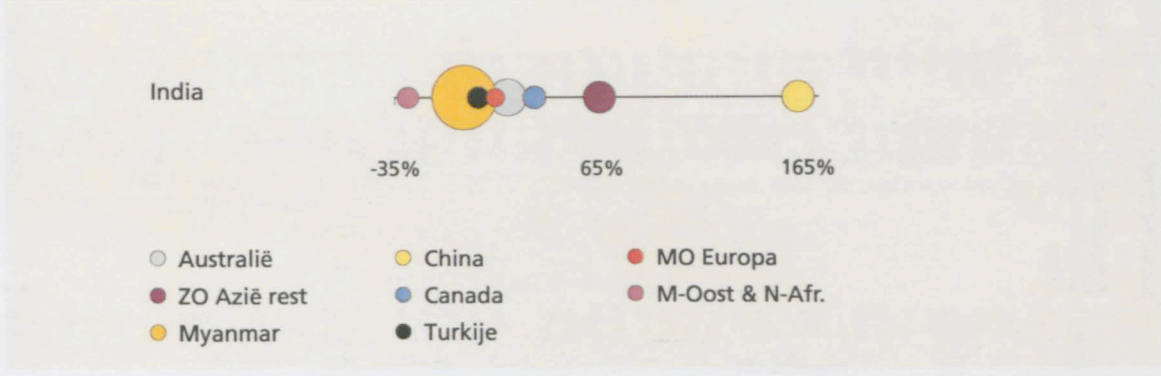
Spanje is 's werelds grootste importeur die bovendien snel groeit (15% per jaar in '92-'95). Canada is via een groei van 64% per jaar de grootste aanbieder op de Spaanse markt geworden. Het Canadese marktaandeel is gestegen van 10% naar 21%. De Oekraïne en de Russische Federatie hebben van een verwaarloosbaar marktaandeel een marktaandeel van

achtereenvolgens 14% en 5% opgebouwd. Het marktaandeel van Argentinië en Mexico is gestegen van achtereenvolgens 11% en 12% naar 14% en 13%. Het marktaandeel van Australië, Frankrijk en Turkije daarentegen is gekrompen van achtereenvolgens 16%, 11% en 11% naar 4%.



Figuur 3.25 Jaarlijkse groei ('94/'95 t.o.v. '92/'93) en omvang van diverse exporteurs op de Japanse markt

Japan is 's werelds grootste netto-import markt. De Japanse import markt is met 10% per jaar gegroeid in de '92-'95 periode. China domineert de Japanse markt (zie figuur 3.25). De Chinese export is jaarlijks met 14% gegroeid in de periode '92-'95 waardoor het marktaandeel van China is gestegen van 55% in de periode '92-'93 tot 59% in de periode '94-'95. De toename van het Chinese marktaandeel is ten koste gegaan van het marktaandeel van de VS, Zuidoost Azië rest, Myanmar en Canada.



Figuur 3.26 Jaarlijkse groei ('94/'95 t.o.v. '92/'93) en omvang van diverse exporteurs op de markt van India

India is 's werelds derde netto-importeur. De import van India is gegroeid met 10% per jaar gedurende de periode '92-'95. Myanmar is de grootste aanbieder op deze markt. De exporten van Myanmar naar India krimpen met 2% per jaar waardoor haar marktaandeel is gedaald van 53% naar 42%. Ook de landen van het Midden-Oosten en Noord Afrika hebben hun marktaandeel op deze markt zien dalen van 11% naar 5%. De Chinese export daarentegen groeit met 160% per jaar waardoor het Chinese marktaandeel is gestegen van 2% naar 10%. Ook de andere landen van Zuidoost Azië hebben hun marktaandeel zien verdubbelen van 5% naar 10%.

Overzichtstabel Peulvruchten Vers	Productie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
Land / Regio	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*
Argentinië	1%	2%	4%	6%	0%	53%	101131	124400	0%	-2%
Brazilië	5%	5%	0%	26%	3%	14%	-50963	-84865	5%	5%
Canada	3%	27%	10%	19%	1%	4%	107203	249078	1%	21%
Mexico	2%	3%	3%	14%	1%	-32%	-85019	53777	2%	0%
VS	5%	-1%	12%	-2%	3%	1%	279947	242277	5%	0%
Amerika rest	2%	0%	2%	0%	7%	5%	-122670	-159574	3%	1%
Amerika	**18%**	4%	**32%**	5%	**15%**	-1%	**229629**	**425092**	**16%**	3%
M & O Europa	**10%**	-9%	**4%**	-3%	**2%**	22%	**107109**	**63926**	**9%**	-9%
België-Lux.	0%	9%	1%	6%	5%	-4%	-152550	-119413	1%	4%
Frankrijk	7%	1%	10%	-11%	5%	1%	269406	107996	5%	3%
Duitsland	0%	-6%	1%	-6%	5%	-11%	-245442	-150383	1%	-6%
Italië	1%	-5%	1%	-2%	6%	0%	-144285	-146020	2%	-2%
Nederland	0%	-7%	3%	3%	8%	-7%	-228849	-141146	1%	-5%
Spanje	1%	-7%	2%	13%	8%	15%	-96136	-171233	2%	7%
Turkije	3%	-1%	6%	-7%	0%	28%	245496	174748	3%	1%
VK	2%	-1%	2%	-11%	5%	-1%	-48271	-82585	2%	0%
Europa rest	2%	-3%	2%	-14%	4%	1%	-13956	-59950	2%	-1%
Europa	**17%**	-1%	**28%**	-7%	**45%**	-2%	**-414587**	**-587985**	**19%**	0%
Algerije	0%	-1%	0%	9%	2%	-5%	-76230	-61857	0%	-2%
Egypte	1%	-3%	0%	8%	2%	12%	-34622	-56417	1%	0%
Syrië	0%	7%	2%	23%	0%	9%	30185	70234	0%	2%
M-Oost & N-Afr rest	2%	2%	2%	17%	5%	0%	-133517	-111378	3%	1%
M-Oost & N-Afr	**4%**	1%	**5%**	19%	**9%**	1%	**-214184**	**-159418**	**5%**	1%
Australië	1%	4%	4%	5%	0%	-6%	90189	115877	1%	-2%
China	9%	2%	13%	13%	1%	-3%	203845	350474	8%	0%
India	23%	2%	1%	26%	6%	0%	-180493	-160031	24%	2%
Indonesië	2%	6%	0%	15%	1%	27%	-15080	-40443	2%	7%
Japan	0%	-6%	0%	16%	6%	10%	-126785	-187224	1%	-2%
Myanmar	1%	21%	5%	26%	0%	0%	61194	155745	1%	10%
Pakistan	1%	-3%	0%	-37%	2%	10%	-44499	-69941	1%	1%
ZO-Azië & Oc rest	3%	-1%	4%	-5%	6%	2%	-27931	-68883	4%	0%
ZO-Azië & Oc	**42%**	2%	**28%**	10%	**23%**	5%	**-39560**	**95576**	**41%**	2%
Nigeria	3%	5%	0%	-100%	0%	-5%	18	-70	3%	5%
Sub Sahara rest	7%	2%	4%	8%	6%	22%	-11497	-85934	8%	3%
Sub Sahara	**10%**	3%	**4%**	8%	**6%**	22%	**-11479**	**-86004**	**10%**	4%
WERELD	**100%**	1%	**100%**	2%	**100%**	1%	**-343072**	**-248813**	**100%**	0,5%

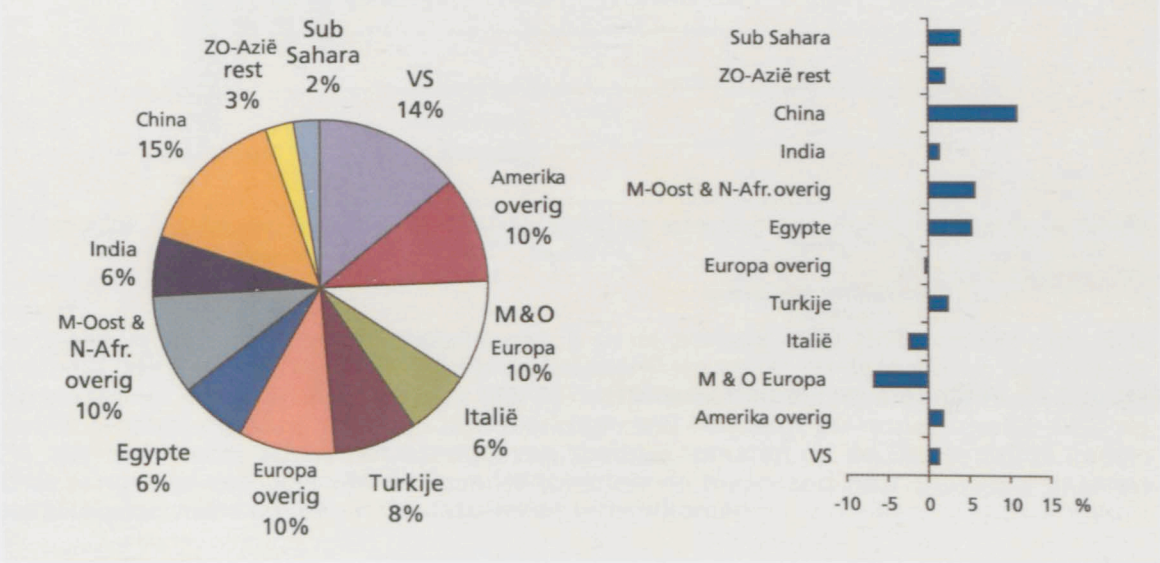
3.7 Tomaten

Trends en Conclusies

1. Het productieaandeel van tomaten in de totale groenten- en fruitproductie is gemiddeld 6% in de periode 1993-1995 (MT).
2. De wereldproductie bedraagt 88,6 miljoen ton in 1996 en de groei van de wereldproductie is 2% per jaar in de periode 1989-1995.
3. De belangrijkste producenten zijn China en de VS, welke ieder een productie- aandeel van ongeveer 15% hebben. De productie in deze landen neemt toe met respectievelijk 11% en 1,3%. Andere belangrijke producenten zijn Egypte, Turkije, Italië en Spanje.
4. De grote consumptiegebieden vallen samen met de grote productiegebieden in de wereld. China en de VS zijn daarom ook de grote consumptiegebieden.
5. De belangrijkste netto-importeurs zijn Duitsland, de VS, het VK en Frankrijk. De groei van de netto-import in Duitsland en de VS is 5% en 16%. De netto-import van het VK en Frankrijk krimpt met respectievelijk 2% en 13%. Het Nederlandse marktaandeel op de Duitse importmarkt is afgenomen van 63% naar 59% en op de VS markt is het marktaandeel iets gestegen van 3% naar 4% in de 1992–1995.
6. Snel groeiende importmarkten bevinden zich in het Midden-Oosten en Noord-Afrika en binnen de Midden- en Oost-Europese landen (met name de Russische Federatie). Het Nederlandse marktaandeel is afgenomen op de markt van het Midden-Oosten en Noord-Afrika tot 57% en toegenomen op Russische markt tot 60%.
7. Spanje is 's werelds grootste netto-exporteur geworden ten koste van Nederland. De netto-exportpositie van Spanje is in de periode 1989-1995 met 44% per jaar verbeterd, terwijl deze voor Nederland met gemiddeld 8% per jaar is verslechterd. De derde grote, en snel groeiende netto-exporteur is Mexico die zich bijna uitsluitend op de VS markt richt.
8. Het Nederlandse aandeel in de wereldproductie van tomaten is bijna 1%, in de wereldexportwaarde 30% en in de wereldimportwaarde 9%.

Productie

De wereldwijde productie van tomaten bedraagt 88,6 miljoen ton in 1996. De productie is in de periode 1989-1995 jaarlijks met 2% toegenomen. Deze gematigde productie- groei heeft in een redelijk verzadigde markt tot een stabilisatie van de export- en importprijzen op wereldniveau geleid.



Figuur 3.27 De productieaandelen (gem. '93/'95) en de groei hierin ('93/'95 t.o.v. '89/'91)

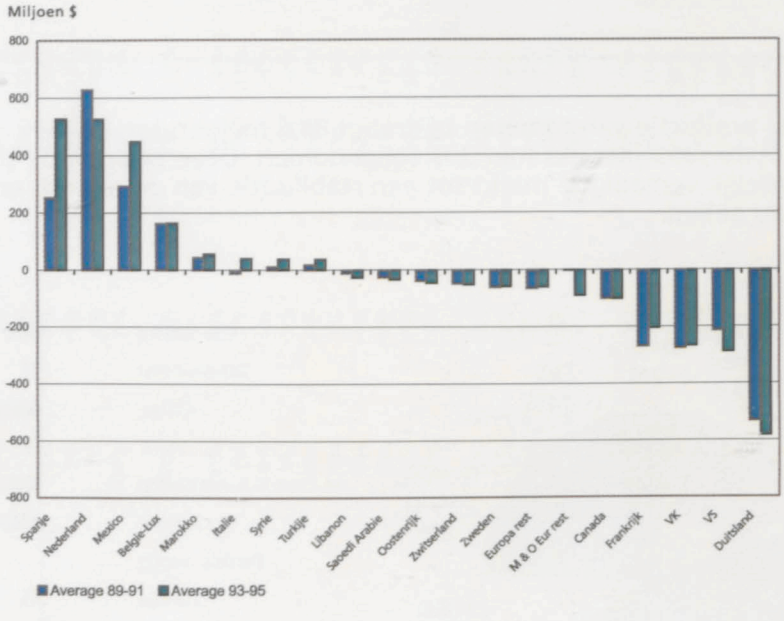
De VS en China zijn 's werelds grootste producenten van tomaten die beide een aandeel van ongeveer 15% in de wereldproductie hebben. De groei van de productie in de VS en China bedraagt respectievelijk 1% en 11% per jaar, waardoor het productieaandeel van China in de wereld toeneemt en dat van de VS afneemt. Echter, net zoals voor vele andere tuinbouwproducten wordt de Chinese productie in zijn geheel afgezet op de binnenlandse markt tegen lage prijzen. Ook de Chinese exportprijzen zijn met gemiddeld 280$ per MT veel lager dan de gemiddelde wereldexportprijs van 790$ per MT in de periode '93-'95. De lagere exportprijzen en de geringe exportgerichtheid is een gevolg van de lage kwaliteit van de Chinese tomaten.

De regio Midden-Oosten en Noord-Afrika produceert 16% van de wereld-tomatenproductie en de productie groeit jaarlijks met 6%. De belangrijkste producent in deze regio is Egypte, dat een marktaandeel van 6% in de wereld heeft en een jaarlijkse productiegroei van 5%. Andere belangrijke opkomende producenten in deze regio zijn Iran, Irak, Algerije en Jordanië.

Europa produceert eenvierde van de tomatenproductie wereldwijd. De productie stabiliseert zich waardoor het productieaandeel van Europa in de wereld afneemt. De grote Europese producenten zijn Turkije, Italië en Spanje die een productieaandeel van 8%, 6% en 4% in de wereld hebben. De groei van Turkije is conform het wereldgemiddelde, maar stabiliseert zich in Spanje en daalt in Italië.

Van de overige productiegebieden in de wereld groeit de productie in Nigeria relatief snel met 8% per jaar (productieaandeel is 1%). Verder zijn de Russische Federatie, Oekraïne en Oezbekistan nog belangrijke productiegebieden die ieder een productieaandeel van ongeveer 2% hebben.

Consumptie
De grote consumptie gebieden vallen samen met de grote productiegebieden in de wereld. China en de VS zijn daarom ook de grote consumptiegebieden.



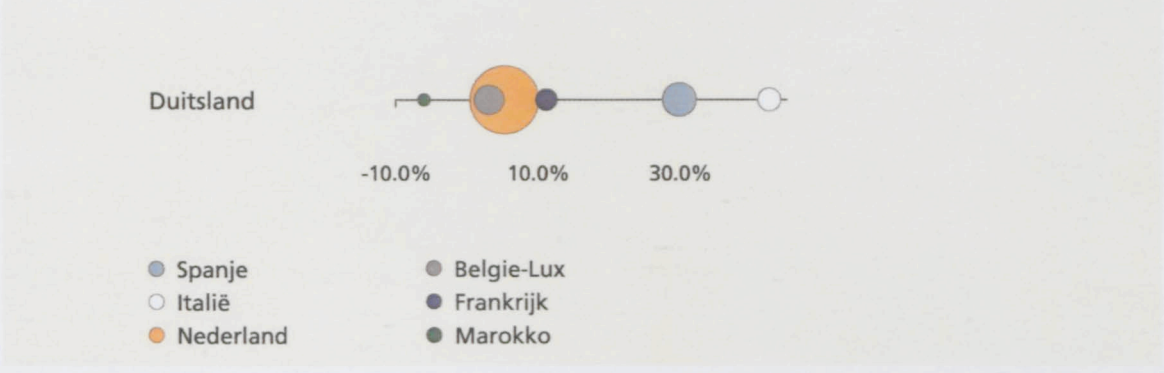
Figuur 3.28 Veranderingen in netto-export

Internationale handel
Figuur 3.28 toont de netto-exportpositie van de diverse landen (regio's). De 4 grootste netto-importeurs zijn Duitsland, de VS, het VK en Frankrijk. Het aandeel van deze landen in de totale netto-importwaarde is respectievelijk 30%, 16%, 15% en 11%. De twee grootste netto-importlanden, Duitsland en de VS, groeien jaarlijks met respectievelijk 5% en 16% terwijl de VK en Franse netto-import markt is afgenomen met respectievelijk 2% en 13%. De snelst groeiende importmarkten zijn te vinden binnen de Midden- en Oost-Europese landen. Met name de import van de Russische Federatie groeit snel (importmarktaandeel in de wereld is 3%).

Export
De exportmarkt wordt gedomineerd door drie grote netto-exporteurs: Spanje, Nederland en Mexico. Nederland, 's werelds grootste exporteur voor een lange periode, is recentelijk voorbij gestreefd door Spanje. De netto-export positie van Spanje is in de periode 1989-1995 met 44% per jaar verbeterd, terwijl deze voor Nederland met gemiddeld 8% per jaar is verslechterd. De kwaliteitsverbetering van de Spaanse tomaat in combinatie met een relatief lage kostprijs is een belangrijke verklaring van deze ontwikkelingen. Hierdoor kon een groter deel van de Spaanse productie geëxporteerd worden en steeg de Spaanse exportprijs per eenheid product met 3%. De exportprijs van de Spaanse tomaten is gestegen van gemiddeld 730$ per MT in '89-'92 tot 810$ per ton in '93-'95 terwijl die voor Nederland onder druk van de Spaanse concurrentie is gedaald van gemiddeld 1170$ per ton naar 1080$ per MT.

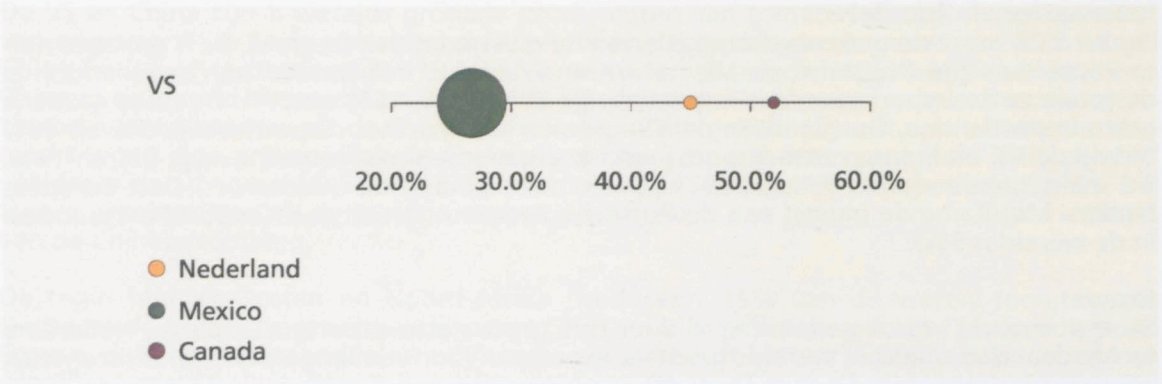
Niettegenstaande deze ontwikkelingen in de netto-exportpositie blijkt uit de overzichtstabel dat het Nederlandse exportaandeel in de wereld met 30% nog steeds het grootste is. De toenemende doorvoerfunctie van Nederland is hiervoor de belangrijkste verklaring. De Nederlandse invoer die voor 84% uit Spanje (Kanarische eilanden) afkomstig is groeit met 25% per jaar waardoor Nederland nu een aandeel van 9% heeft in de wereld markt.

De derde exporteur ter wereld is Mexico. De waarde van de Mexicaanse netto-export is met 23% per jaar gegroeid waardoor het Mexicaanse marktaandeel van netto-export in de wereld nu 25% bedraagt. Kwaliteitsverbeteringen en de afzetgerichtheid op de groeiende VS markt hebben geleid tot hogere exportprijzen (van gemiddeld 720$ per MT in 89-92 tot 830$ per MT in '93-'95).



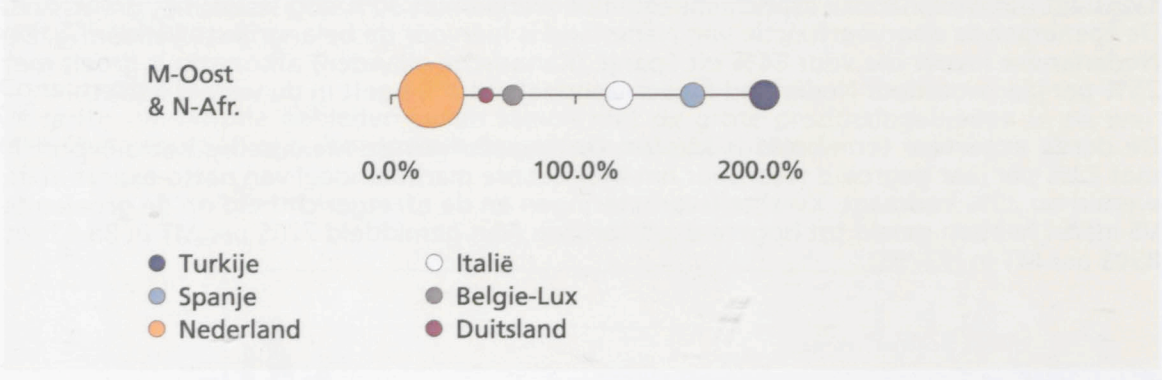
Figuur 3.29 Jaarlijkse groei ('94-'95 t.o.v. '92-'93) en omvang van diverse exporteurs op de Duitse markt

Import
Duitsland, 's werelds grootste importmarkt, is in de periode 1992-1995 jaarlijks met 10% gegroeid (zie figuur 3.29). Nederland is de belangrijkste speler op deze markt, echter haar marktaandeel neemt af (van 63% in '92/'93 tot 59% in '94/'95). Spanje en Italië zijn de snelste groeiers op deze markt en hun marktaandeel bedraagt nu respectievelijk 14% en 7%. Hiermee wordt echter het aandeel van Spaanse tomaten op de Duitse markt onderschat aangezien een deel van de Spaanse tomaten via Nederland naar Duitsland gaan en dus als Nederlandse uitvoer in de statistieken terechtkomen.



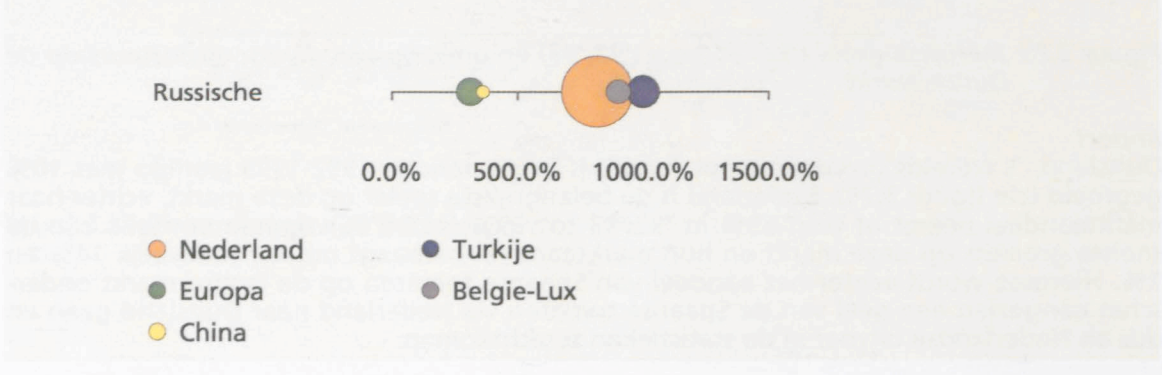
Figuur 3.30 Jaarlijkse groei ('94-'95 t.o.v. '92-'93) en omvang van diverse exporteurs op de VS markt

De import van de VS is jaarlijks met 27% gegroeid in de periode 1992-1995. Deze markt wordt bijna volledig gedomineerd door Mexico, wiens marktaandeel zich heeft gestabiliseerd op 91% in de periode '92–'95 (zie figuur 3.30). Canada en Nederland zijn de snelle groeiers op deze markt en hebben nu een marktaandeel van respectievelijk 3% en 45%.



Figuur 3.31 Jaarlijkse groei ('94-'95 t.o.v. '92-'93) en omvang van diverse exporteurs op de markt van het Midden-Oosten en Noord-Afrika

Het Midden-Oosten en Noord-Afrika is een kleine (12% van Duitse importmarkt), doch snelle groeimarkt met een jaarlijkse groei van 36% in de periode 1992-1995. Het Nederlandse aandeel op deze markt is afgenomen van 70% naar 56%. De landen met de hoogste groei zijn Turkije, Spanje en Italië. De marktaandelen van deze landen zijn toegenomen in '94/'95 tot respectievelijk 12%, 8% en 11%.



Figuur 3.32 Jaarlijkse groei ('94-'95 t.o.v. '92-'93) en omvang van diverse exporteurs op de markt van de Russische Federatie

De Russische Federatie is een van 's werelds snelst groeiende importmarkten en daardoor heeft zij in '93/'95 een marktaandeel van bijna 3% in totale wereldimporten opgebouwd. Deze markt wordt met name bediend door Europese landen (zie figuur 3.32). De afstand van Europa tot de Russische Federatie is groot en daarom worden met name "long life" tomaten per vrachtauto naar Rusland geëxporteerd. Nederland is de grootste importeur op deze markt, welke zijn marktaandeel zag toenemen van 44% naar 56%. Turkije en België zijn de snelste groeiers op deze markt en hebben van niets een marktaandeel van respectievelijk 13% en 7% opgebouwd.

Overzichtstabel Verse Tomaten	Productie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
Land / Regio	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*
Canada	1%	1%	0%	30%	5%	2%	-101381	-102407	1%	1%
Mexico	2%	-3%	18%	12%	0%	33%	293157	447911	1%	-6%
VS	14%	1%	5%	8%	17%	8%	-214312	-288894	15%	1%
America rest	7%	3%	0%	1%	1%	10%	-119	-3769	7%	3%
America	**24%**	1%	**24%**	11%	**22%**	7%	**-22656**	**52841**	**24%**	1%
M & O Europa	**10%**	-7%	**2%**	-10%	**5%**	20%	**-1560**	**-90220**	**10%**	-6%
Oostenrijk	0%	-9%	0%	47%	2%	4%	-39625	-45352	0%	-3%
Belgie-Lux	0%	6%	8%	2%	1%	15%	163339	163855	0%	3%
Frankrijk	1%	-1%	3%	15%	11%	-3%	-270089	-205109	1%	-1%
Duitsland	0%	-22%	0%	15%	23%	2%	-532827	-583625	1%	1%
Italie	6%	-2%	3%	38%	1%	2%	-12108	41620	6%	-3%
Nederland	1%	-2%	30%	1%	9%	25%	627889	526368	0%	-1%
Spanje	4%	0%	21%	19%	0%	-11%	253283	526934	3%	-4%
Zweden	0%	3%	0%	23%	2%	-1%	-61512	-58918	0%	4%
Zwitserland	0%	0%	0%	-6%	2%	1%	-48498	-51585	0%	3%
Turkije	8%	2%	2%	20%	0%	6%	18121	37709	8%	2%
VK	0%	-1%	0%	-3%	11%	-1%	-276543	-267993	0%	-1%
Europa rest	4%	0%	1%	10%	3%	0%	-65534	-60662	4%	0%
Europa	**24%**	0%	**68%**	8%	**67%**	3%	**-244104**	**23241**	**24%**	0%
Egypte	6%	5%	0%	-1%	0%	15%	5072	4910	6%	5%
Libanon	0%	3%	0%	30%	1%	23%	-12253	-27367	0%	3%
Marokko	1%	-1%	2%	6%	0%	0%	44981	56180	1%	-3%
Saoedi Arabie	1%	3%	0%	27%	2%	7%	-26824	-33750	1%	3%
Syrie	1%	-3%	2%	33%	0%	-100%	12455	38861	0%	-7%
M-Oost & N-Afr rest	8%	8%	2%	-2%	2%	0%	-11950	-16293	8%	8%
M-Oost & N-Afr	**16%**	6%	**6%**	7%	**5%**	6%	11480	22541	**16%**	6%
India	6%	1%	0%	35%	0%	0%	42	140	6%	1%
China	15%	11%	0%	13%	0%	-16%	2516	4157	15%	11%
ZO-Azie & Oc rest	3%	2%	0%	18%	1%	15%	-6857	-10732	3%	2%
ZO-Azie & Oc	**23%**	7%	**1%**	17%	**1%**	15%	-4299	-6435	**23%**	7%
Sub Sahara	**2%**	4%	**0%**	10%	**0%**	5%	**-2912**	**-3233**	**2%**	4%
WERELD	**100%**	2%	**100%**	8%	**100%**	4%	**-264052**	**-1265**	**100%**	2%

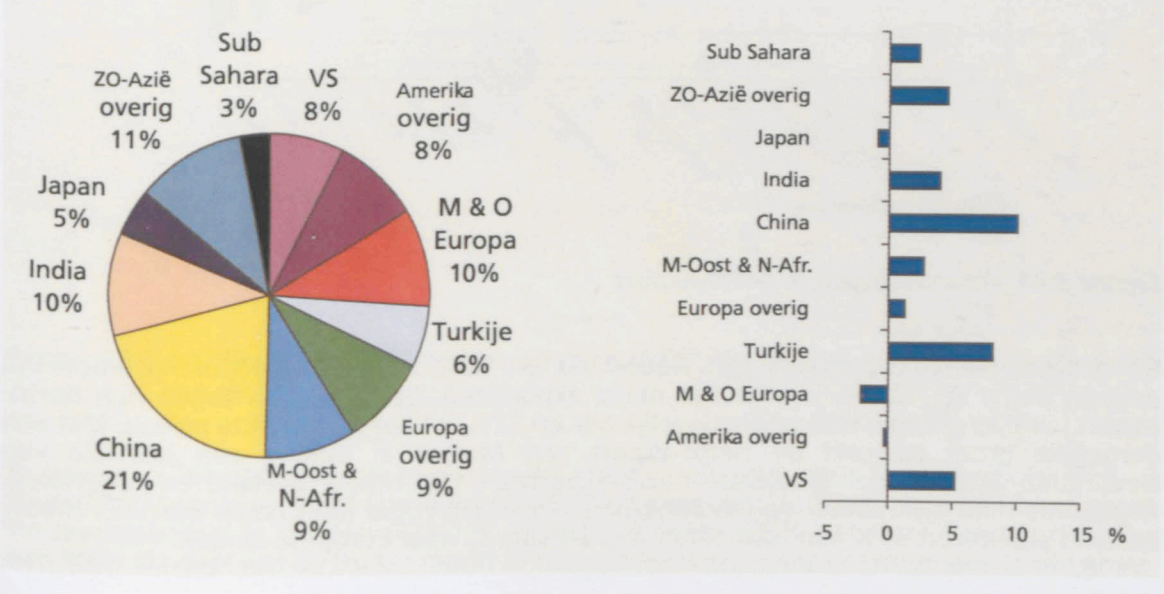
3.8 Uien

Trends en conclusies

1. Het aandeel van uien in de totale groenten- en fruitproductie wereldwijd (in metrische tonnen) is gemiddeld 3% over de periode '93-'95.
2. De wereldproductie bedraagt 41 million ton in 1996 en de groei van de wereldproductie is 4% (jaarlijks) over de periode '89-'95.
3. De belangrijkste producenten zijn China en India, die respectievelijk een productie aandeel van 21% en 10% hebben. De productie in deze landen neemt toe met respectievelijk 10% en 4%.
4. China en India zijn tevens de belangrijkste consumptiegebieden met een aandeel van 21% en 9% in de totale wereldconsumptie. De groei van de consumptie in deze gebieden is 10% en 4% respectievelijk.
5. De belangrijkste netto-importeurs zijn Duitsland en Japan (uitgedrukt in US$). De groei van de waarde van de netto-import in deze gebieden is respectievelijk 6% en 32%. Het Nederlandse aandeel op de Duitse importmarkt is 42% en groeiende en op de Japanse markt verwaarloosbaar.
6. Snel groeiende importmarkten zijn Brazilië, Midden- en Oost-Europa (in het bijzonder de Russische Federatie) en Japan. De groei van deze markten is respectievelijk 42%, 61% en 31%. Alleen in Midden- en Oost Europa heeft Nederland een substantieel aandeel in de totale import met 53% van de totale Midden- en Oost Europese importwaarde.
7. Het Nederlandse aandeel in de wereld uienproductie is 2%, in de wereld exportwaarde (US$) 17% en in de wereld importwaarde (US$) is 3%.

Productie

De twee belangrijkste uienproducenten zijn India en China, die samen 30% van de wereldproductie verzorgen. Beide groeien snel, respectievelijk 4% en 10%. China produceert voornamelijk voor de binnenlandse markt. India daarentegen is in staat om een substantieel gedeelte van haar productie te exporteren (aandeel van 6% in wereld exportwaarde). India exporteert vooral naar andere landen in de regio van Zuidoost Azië (met als belangrijkste markt Maleisië) en naar het Midden-Oosten en Noord Afrika. De productie van Japan is de laatste 10 jaar constant gebleven rond 1.8 miljoen ton uien. De overige landen in Zuidoost Azië hebben hun aandeel met 4% zien groeien tot 11% van de wereldproductie.



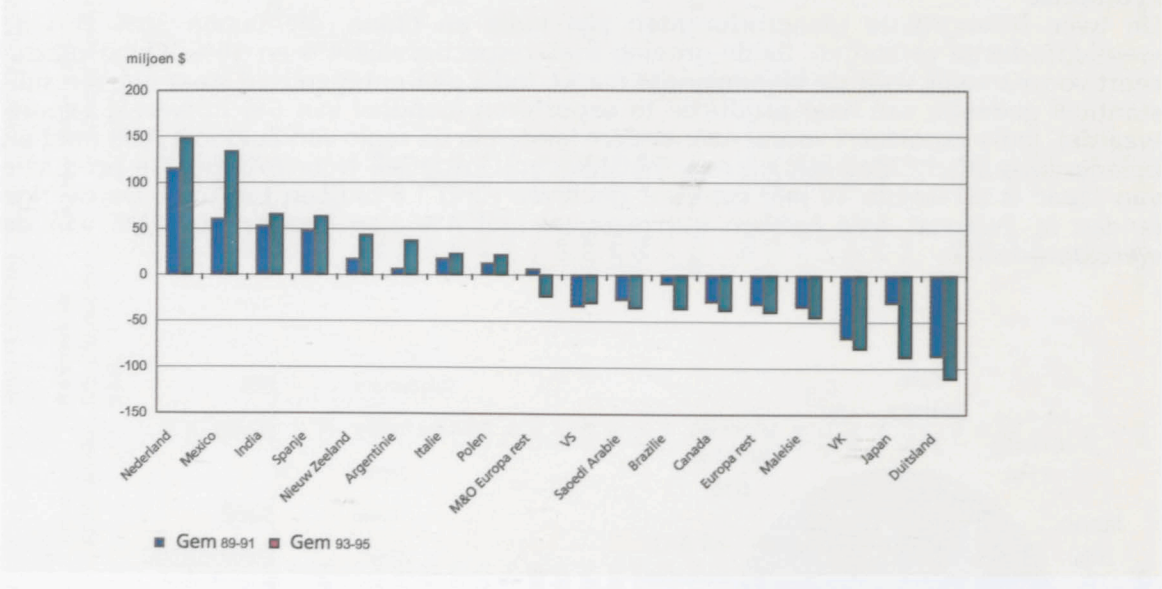
Figuur 3.33 De productieaandelen (gem.'93-'95) en de jaarlijkse groei ('93-'95 t.o.v. '89-'91)

Turkije is de grootste Europese uienproducent met een aanzienlijk productiegroei van 8%. Deze groei is voornamelijk ten goede gekomen aan de binnenlandse consumptie. Landen uit Midden- en Oost-Europa hebben met een productieaandeel van 10% een substantieel deel van de markt in handen. Met een negatieve groei van 2% per jaar als gevolg van de transitie van een plan- naar een markteconomie, ziet deze regio haar positie verslechteren. Dit geldt overigens niet voor alle landen in de regio; Polen en de Russische Federatie zorgen met een gezamenlijk aandeel van 3% en een groei van 5% ervoor dat de groei voor de regio minder negatief uitvalt.

Van de overige productie gebieden is het Amerikaanse continent met een productie aandeel van 16% een belangrijke uien producent. Van de Amerikaanse landen heeft alleen de VS een groot aandeel in de wereldproductie (8%) en een groeit van 5% per jaar. Ten slotte heeft het "Midden-Oosten en Noord-Afrika" een aandeel van 9% in de werelduien productie.

Consumptie
De wereldconsumptie van uien is met gemiddeld 4% per jaar gestegen tot 40 miljoen ton. Dit beeld komt sterk overeen met de ontwikkeling van de productie.

Internationale handel
De grote netto-importeurs zijn Duitsland, Japan en het Verenigd Koninkrijk. Van deze landen heeft Japan in de periode '89-'95 een groei van de netto-import gekend van 32% per jaar. Voor de overige netto-importeurs geldt dat hun netto-import weinig gegroeid is. Uitzonderingen zijn: Brazilië, waarvan de netto-import jaarlijks gegroeid is met 41%, en landen uit Midden- en Oost-Europa die veranderd zijn van netto-exporteurs naar netto-importeurs.



Figuur 3.34 Veranderingen in netto-export

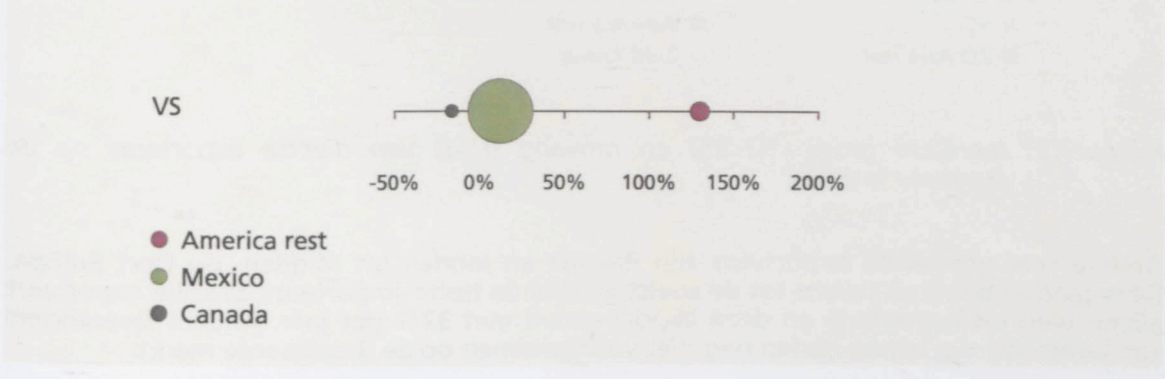
De grootste netto-exporteurs zijn Nederland en Mexico, die respectievelijk voor 148 miljoen dollar en 134 miljoen dollar netto exporteren. Beide landen zagen hun netto-export jaarlijks groeien met respectievelijk 6% en 22% tot het nu bereikte niveau. Met een dergelijke groei passeert de netto-export van Mexico al binnen een jaar die van Nederland. Andere snel groeiende netto-exporteurs zijn Nieuw Zeeland en Argentinië. Argentinië richt zich vooral op landen binnen de eigen regio (met name Brazilië). Nieuw Zeeland exporteert 56% van haar totale exportwaarde naar Europese landen.

Export
De belangrijkste exporteurs komen overeen met de belangrijkste netto-exporteurs; Nederland is verantwoordelijk voor 17% van de wereldexportopbrengsten van uien welke een groei hebben van 7%. Op de tweede plaats komt Mexico met 14% als aandeel in de exportopbrengsten wereldwijd, maar met een groei van 20% jaarlijks. Nederland en Mexico beconcurreren elkaar nauwelijks aangezien de export-bestemmingen van Nederlandse en Mexicaanse uien verschillend zijn. Meer dan 90% van de Mexicaanse export (152 miljoen dollar) gaat naar de snel groeiende (12%) VS markt. De rest blijft ook grotendeels in de regio. Nederland exporteert naar de VS slechts voor 1 miljoen dollar, op een totale exportopbrengst van 199 miljoen dollar. De markt van de VS is voor Nederland dus nauwelijks van belang. De belangrijkste afnemers van Nederlandse uien zijn achtereenvolgens Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk welke respectievelijk zorgen voor 29%, 17% en 12% van de Nederlandse exportopbrengsten. Deze markten groeien met respectievelijk 6%, 3% en 2% per jaar.

De VS is de derde belangrijkste exporteur met aandeel van 11% in de wereld exportwaarde (19% groei per jaar), terwijl dit land een netto-importeur is. Dit wordt ten dele veroorzaakt door de doorvoer functie van de VS van met name Mexicaanse Uien naar Canada en Zuidoost Azië.

Import
De wereld importwaarde van uien is met gemiddeld 11% gestegen in de periode '89-'95. De Europese markt, waar eenderde van de wereld import wordt afgezet, heeft een relatief lage groei van 6%. Amerika en Zuidoost Azië, waar respectievelijk 23% en 22% van de wereld import wordt afgezet groeien veel sneller met achtereenvolgens 14% en 16%. De snelste groei vindt plaats in Midden- en Oost-Europa met een groei van 56% per jaar en marktaandeel van 9%. De belangrijkste importeurs van uien zijn de VS en Duitsland. Deze landen hebben respectievelijk 13% en 11% van de wereldimporten (in dollars) in handen.

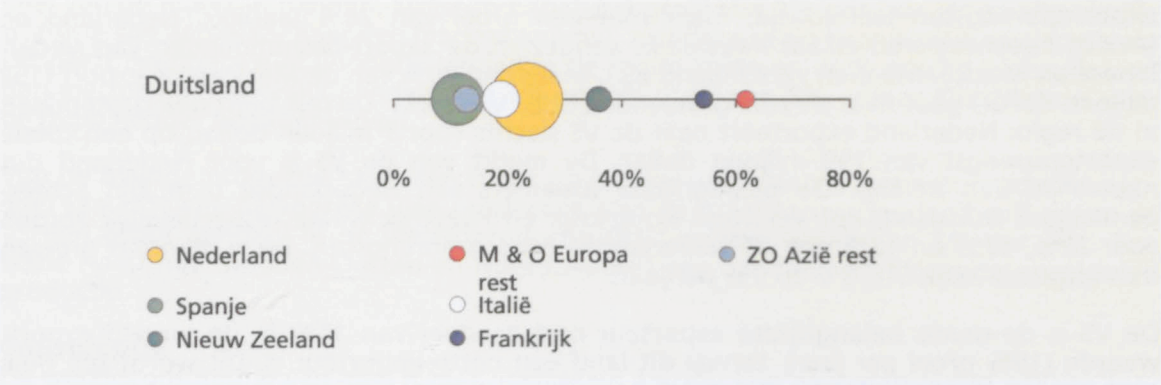
De VS is 's werelds grootste import markt met een groei van 14% per jaar in de periode '92-'95. De VS import markt wordt gedomineerd door Mexico (zie figuur 3.35). De Mexicaanse export is jaarlijks met 12% gegroeid in de '92-'95 periode waardoor het marktaandeel van Mexico is gedaald van 87% in de '92/'93 periode tot 84% in de '94/'95 periode. De Canadese export is met 17% per jaar gekrompen waardoor het marktaandeel is afgenomen van 7% naar 4%. De snelst groeiende importeurs op de VS markt zijn de andere landen op het Amerikaanse continent. Zij hebben hun marktaandeel ten koste van Mexico en Canada uitgebreid van 2% naar 8%.



Figuur 3.35 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang (US$) van diverse exporteurs op de markt van de VS

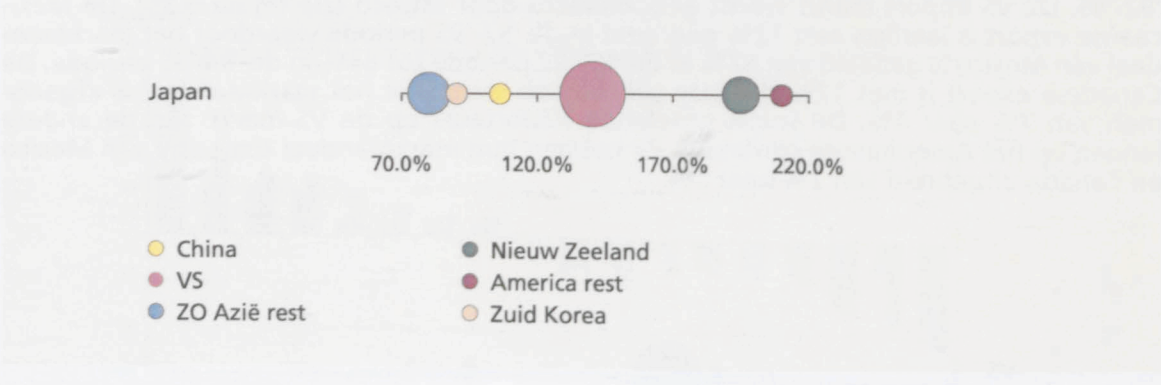
Duitsland, 's werelds tweede importmarkt, importeert uien voor het overgrote deel uit Nederland, Spanje en Italië (zie figuur 3.36). Van deze landen heeft Nederland het grootste marktaandeel in handen (42%) en groeit het snelst (23% per jaar). Landen die maar een klein aandeel van de Duitse markt in handen hebben, maar vanwege een snelle groei

in de toekomst een grotere rol kunnen gaan spelen, zijn Nieuw Zeeland, M & O Europa (exclusief Polen) en Frankrijk.



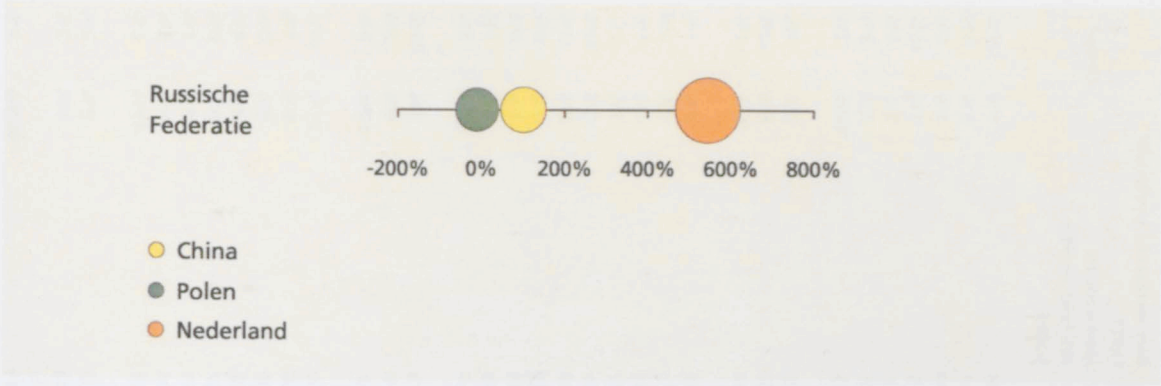
Figuur 3.36 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang (US$) van diverse exporteurs op de Duitse markt

Japan is zowel een grote als een snel groeiende importmarkt. De VS is de grootste aanbieder op deze markt die bovendien snel groeit (140% per jaar) waardoor haar marktaandeel is gestegen van 42% naar 48% (zie figuur 3.37). In het algemeen verliezen Zuid Aziatische aanbieders (Zuid-Korea, China, Zuidoost Azië rest) marktaandeel aan aanbieders van het Americaanse continent (van 0% naar 5%) en Nieuw Zeeland (van 9% naar 15%).



Figuur 3.37 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang (US$) van diverse exporteurs op de Japanse markt

Andere snel groeiende importeurs zijn Brazilië en landen uit Midden- en Oost Europa. Deze landen behoren tevens tot de snelst groeiende netto-importeurs. Brazilië importeert alleen uien uit Argentinië en deze import groeit met 32% per jaar. Andere leveranciers van betekenis zijn tot op heden nog niet voorgekomen op de Braziliaanse markt.



Figuur 3.38 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang van diverse exporteurs op de markt van de Russische Federatie

De regio Midden- en Oost-Europa importeerde gemiddeld over de periode '93-'95 voor ruim 99,5 miljoen dollar aan uien. 73 miljoen dollar kwam voor rekening van de Russische Federatie. Dit land kende een jaarlijkse importgroei van 260% gemiddeld per jaar (periode '92-'95). De belangrijke exporteurs op deze importmarkt zijn Nederland, China en Polen (zie figuur 3.38). Nederland heeft via een groei van 545% per jaar zijn marktaandeel vergroot van 3% naar 36%. China heeft via een groei van 101% zijn marktaandeel gehandhaafd op 17% en de export van Polen is gekrompen met 11% per jaar waardoor zijn marktaandeel is gedaald van 79% naar 16%. Snelle groeiers op de Russische markt zijn Turkije, India, de VS, en andere landen in de regio Europa. Deze landen/regio's hebben van een verwaarloosbaar marktaandeel een marktaandeel van achtereenvolgens 7%, 5%, 4% en 8% opgebouwd.

Overzichtstabel Uien Primair	Productie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
Land / Regio	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*
Argentinie	1%	2%	4%	53%	0%	44%	6662	37108	1%	-5%
Brazilie	3%	3%	0%	76%	3%	42%	-9138	-36064	3%	6%
Canada	0%	1%	1%	13%	4%	8%	-28591	-37309	1%	5%
Mexico	2%	-3%	14%	20%	1%	3%	60855	133770	1%	-6%
VS	8%	5%	11%	19%	13%	12%	-33610	-29856	7%	4%
America rest	3%	-2%	2%	11%	2%	15%	1045	-1286	3%	-2%
America	**16%**	2%	**32%**	21%	**23%**	14%	**-2777**	**66363**	**16%**	2%
Polen	2%	4%	2%	17%	0%	0%	12809	21726	2%	3%
M & O Europa rest	8%	-3%	5%	59%	9%	61%	-6399	-44930	8%	-2%
M & O Europa	10%	-2%	8%	38%	9%	56%	**6411**	**-23204**	10%	-1%
Belgie-Lux	0%	-4%	2%	49%	4%	18%	-16501	-19852	0%	1%
Frankrijk	1%	3%	3%	11%	3%	2%	-17474	-11912	1%	0%
Duitsland	1%	3%	1%	-1%	11%	6%	-86604	-111141	1%	-1%
Italie	1%	-2%	3%	5%	1%	3%	18180	23197	1%	-2%
Nederland	2%	7%	17%	7%	3%	13%	115512	148079	0%	30%
Spanje	3%	-2%	8%	7%	1%	8%	47997	63618	2%	-2%
Turkije	6%	8%	2%	-5%	0%	-46%	20175	16941	6%	9%
VK	1%	4%	0%	-11%	7%	3%	-67744	-78524	1%	0%
Europa rest	1%	0%	1%	17%	4%	8%	-30940	-39348	1%	1%
Europa	**15%**	4%	**36%**	8%	**34%**	6%	**-17397**	**-8944**	**15%**	3%
Saoedi Arabie	0%	68%	0%	30%	3%	8%	-26642	-35073	1%	16%
M-Oost & N-Afr rest	9%	2%	5%	2%	6%	3%	-10005	-13579	9%	2%
M-Oost & N-Afr	**9%**	3%	**5%**	2%	**9%**	5%	**-36647**	**-48652**	**10%**	3%
China	21%	10%	2%	30%	1%	15%	3279	12850	21%	10%
India	10%	4%	6%	5%	0%	0%	53250	65859	9%	4%
Japan	5%	-1%	0%	-28%	8%	31%	-29160	-87688	5%	0%
Korea Rep	3%	4%	0%	50%	1%	92%	26	-6888	3%	4%
Maleisie	0%	0%	0%	5%	4%	7%	-33352	-44792	0%	6%
Nieuw Zeeland	0%	15%	4%	25%	0%	126%	17667	43651	0%	1%
ZO-Azie & Oc rest	8%	4%	6%	7%	7%	7%	-15671	-20894	8%	5%
ZO-Azie & Oc	**47%**	6%	**19%**	11%	**22%**	16%	**11710**	**-17007**	**47%**	6%
Sub Sahara rest	3%	2%	1%	-3%	2%	-6%	-25029	-19102	3%	2%
Sub Sahara	**3%**	2%	**1%**	-3%	**2%**	-6%	**-25029**	**-19102**	**3%**	2%
Wereld	**100%**	4%	**100%**	13%	**100%**	11%	**-79400**	**-71441**	**100%**	4%

4. FRUIT PRIMAIR

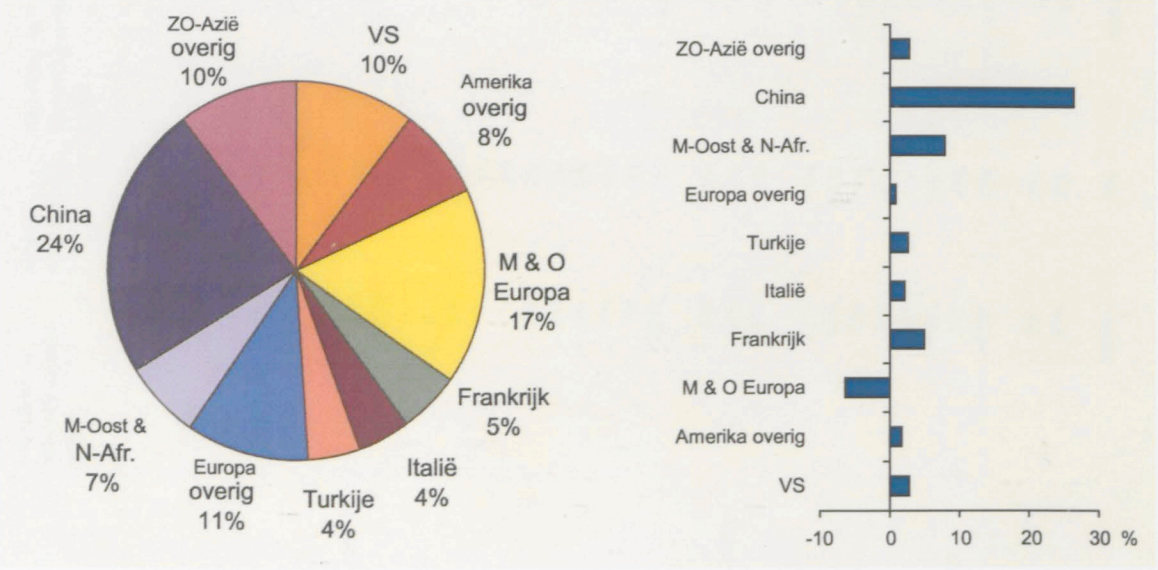
4.1 Appelen

Trends en Conclusies

1. Het productieaandeel van appelen in de totale groenten- en fruit productie is gemiddeld 4% in de periode '93-'95.
2. De wereldproductie bedraagt 55,5 miljoen ton in 1996 en de groei van de wereldproductie is 5% per jaar in de periode '89-'95.
3. De belangrijkste producenten zijn China en de VS, die respectievelijk een productie aandeel van 24% en 10% hebben. De productie in deze landen neemt toe met respectievelijk 26% en 3% per jaar.
4. China en de VS zijn ook 's werelds belangrijkste consumptiegebieden met een aandeel van 23% en 9 % in de totale wereld consumptie.
5. De belangrijkste netto-importeurs zijn Duitsland en het VK . Het aandeel van deze markten in de wereldimportmarkt is achtereenvolgens 16% en 12% en deze markten krimpen met 2% per jaar. Het Nederlandse marktaandeel op deze importmarkten is respectievelijk 27% en 5% en dit marktaandeel neemt iets toe.
6. De snelst groeiende importmarkten zijn landen in Midden- en Oost-Europa (met name de Russische Federatie), landen in Amerika (Mexico, VS) en landen in Zuidoost Azië (o.a. Thailand). De groei van deze markten is respectievelijk 17%, 15% en 15% per jaar. Het Nederlandse marktaandeel op de Russischemarkt is gegroeid naar 23% terwijl het marktaandeel op de andere groeimarkten verwaarloosbaar is;
7. Nederland is met name een doorvoer land. Het Nederlandse aandeel in de wereldappelproductie is 1,3%, in de wereldexport 9% en in de wereldimport 5,3%.

Productie

De wereldproductie bedraagt 55,5 miljoen ton in 1996 en de groei van de wereldproductie is 5% in de periode '89/'91- '92/'95. Met name de productie in China is sterk gegroeid (26% per jaar). China is daardoor de grootste appelproducent ter wereld geworden (24% van wereldproductie). De productiegroei is veroorzaakt door zowel uitbreiding van het areaal als door de aanplant van productievere variëteiten (o.a. Fuji).



Figuur 4.1 De productieaandelen (gem. '93-'95) en de jaarlijkse groei ('93-'95 t.o.v. '89-'91)

De Chinese appels worden bijna in zijn geheel op de binnenlandse markt afgezet tegen lage prijzen. Het zeer beperkte deel van de productie wat geëxporteerd wordt, is afgezet tegen relatief lage exportprijzen (400$ per ton) in vergelijking met de wereldexportprijs (520$ per ton). Dit betekent dat de kwaliteit van Chinese appels relatief laag is in vergelijking met die van andere exporteurs. In de '89-'95 periode is de verhouding tussen wereldmarktprijs en de Chinese exportprijs onveranderd wat betekent dat de Chinese kwaliteit van appels zich nog niet sterk verbeterd heeft in vergelijking met grote export landen.

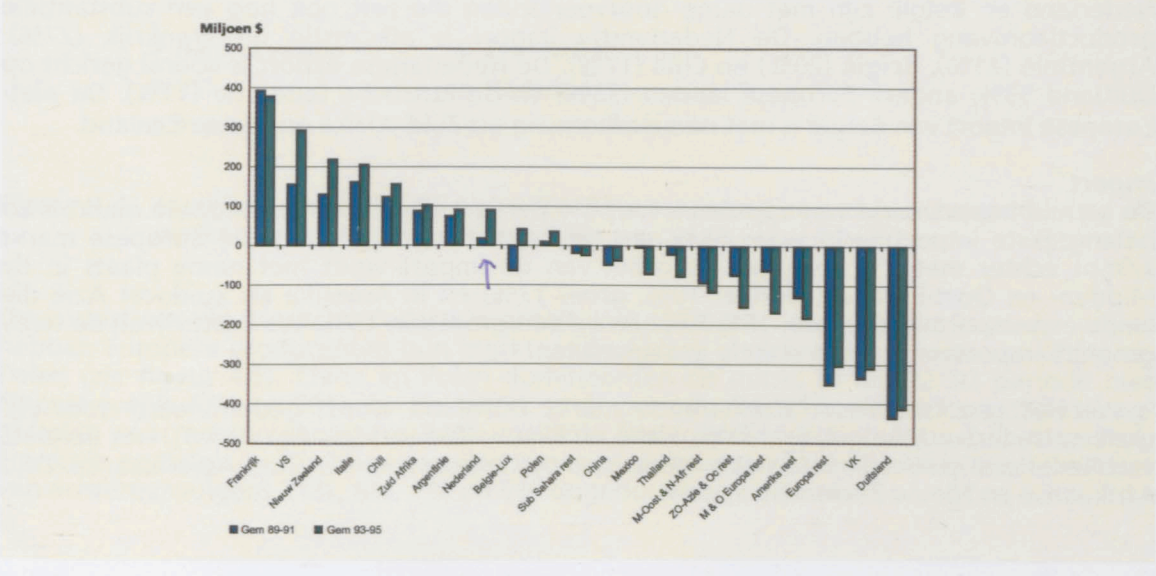
Na Zuidoost Azië (33% van wereldproductie) is Europa het tweede productie gebied ter wereld met een productieaandeel van 24% in de periode '93-'95. De groei van de productie in Europa is relatief laag met 2% t.o.v. van de groei in Zuidoost Azië (17%). Frankrijk, Italië en Turkije zijn de grootste Europese producenten met een productieaandeel van achtereenvolgens 5%, 4% en 4%.

De VS is de grootste producent op het Amerikaanse continent met een productie aandeel van 10% in de wereld en een groei van 3%. Andere belangrijke Amerikaanse producenten zijn Chili waar de productie groeit met 4% per jaar en Argentinië en Mexico waar de productie krimpt.

De landen van Midden- en Oost-Europa produceerden in '93-'5 17% van de totale wereldproductie. Door de overgang van een plan economie naar een vrije markteconomie is de productie de laatste jaren echter snel afgenomen (-36%). Uitzondering is Polen, daar groeit de productie snel (40%).

De landen in het Midden-Oosten en Noord-Afrika hebben nog een relatief klein aandeel in de wereldproductie (7%). Echter de productie in dit gebied, en met name in Iran en Egypte, groeit snel.

Consumptie
De grote consumptiegebieden vallen samen met de grote productiegebieden.



Figuur 4.2 Veranderingen in netto-export

Internationale handel
Figuur 4.2 toont de netto-exportpositie van diverse landen/regio's. Bij de netto-importeurs valt op dat de grootste importeurs een krimpende markt hebben (Duitsland, VK ,Europa rest) en de middelgrote netto-importeurs een groeiende import (Russische Federatie, Amerika rest, Zuidoost Azië rest, Midden-Oosten en Noord-Afrika rest). Opvallend is dat de landen met een snel toenemende productie nauwelijks een rol blijken te spelen in de internationale handel van appels. Dat duidt erop dat de toegenomen appelproductie met name binnenlands geconsumeerd wordt.

Export
Frankrijk is 's werelds grootste exporteur. Op vrijwel alle belangrijke markten is dit land aanwezig. Ondanks een bescheiden aandeel van Frankrijk in de wereldproductie (5%), is 17% van de wereldwijde export uit dit land afkomstig. De positie van Frankrijk verslechtert echter, omdat het vooral exporteert naar krimpende West-Europese markten. Hierdoor staan de exportprijzen van Frankrijk onder druk en zijn deze gedaald van 740$ per ton in de '89-'92 periode tot 630$ in de periode '93-'95 (een daling van 4% per jaar in '89-'95 periode).

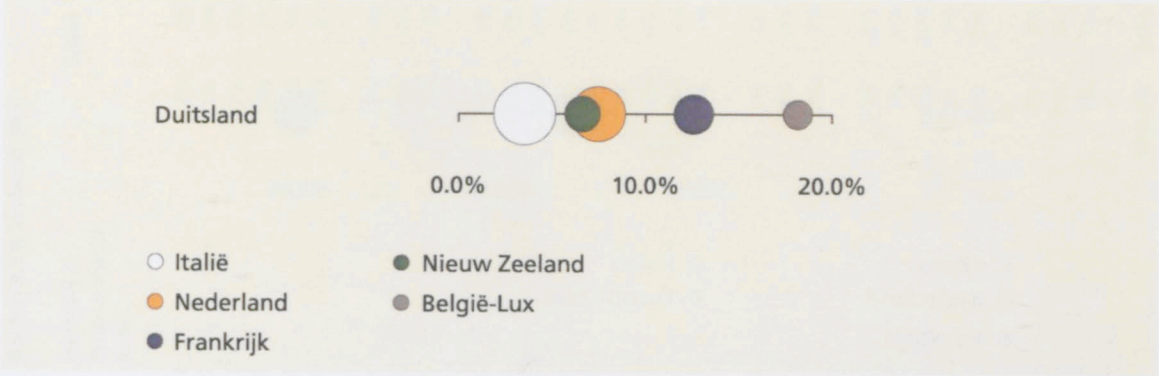
De USA is de tweede exporteur ter wereld (16% van wereldexportwaarde). De netto-exportpositie verbetert ondanks een relatief lage productiegroei (10%) door een zeer lage groei van het binnenlandsverbruik (6,4%). De grootste importmarkt, de Europese markt, is voor de Amerikanen nauwelijks van belang. De Amerikaanse export is met name gericht op landen op het eigen continent en landen in Zuidoost Azië. De exportprijzen van de VS zijn gestegen met 2% per jaar van 580$ per ton in de '89-'92 periode tot 620$ in de periode '93-'95.

De export van Nieuw Zeeland groeit snel en is met name gericht op het Noordelijk halfrond. Dit komt enerzijds door de tegengestelde seizoenen en anderzijds door de ontwikkeling van nieuwe variëteiten die met name aansluiten bij de smaak van consumenten op het Noordelijk halfrond. Hierdoor is de kwaliteit van Nieuw Zeelandse appels sterk verbeterd en is de exportprijs gestegen met ruim 7% per jaar van 670$ per ton in de '89-'92 periode tot 890$ in de periode '93-'95.

Nederland en België zijn met name doorvoerlanden die zelf ook nog een substantiële productieomvang hebben. De Nederlandse import is afkomstig uit Frankrijk (27%), Argentinië (21%), België (20%) en Chili (17%). De Nederlandse export is vooral gericht op Duitland 53%, andere Europese landen (33%) en de Russische federatie (11%). De niet-Europese import van België is met name afkomstig uit Zuid-Afrika en Nieuw Zeeland.

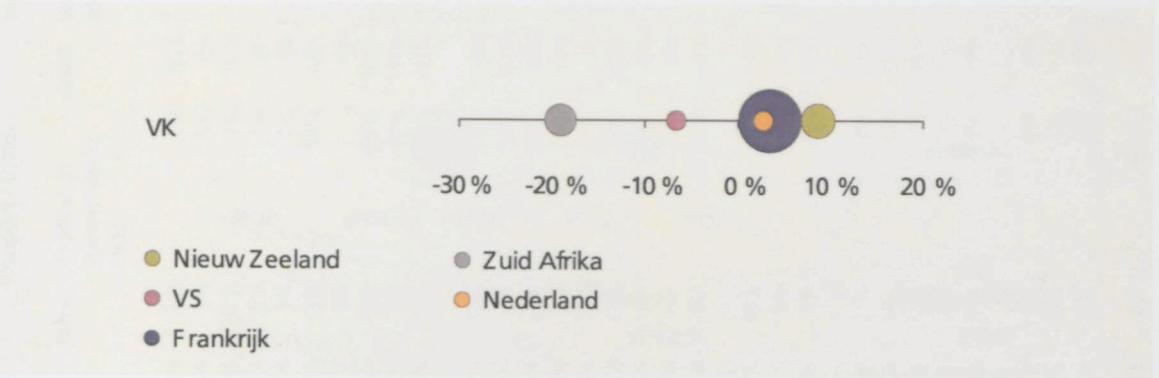
Import
De wereld importmarkt van appelen is met 6% per jaar gegroeid. De Europese markt is de belangrijkste importmarkt waar 55% van de import wordt afgezet. De Europese markt krimpt echter met 3% per jaar. De groei van de import vindt met name plaats in de Midden- en Oost-Europa (aandeel 10%, groei 17%) en in Amerika en Zuidoost Azië die beide een importaandeel van 15% hebben en een groei van 15%. We beschrijven de twee grootste importmarkten en enkele groeimarkten.

's Werelds grootste, maar stagnerende markt Duitsland wordt gedomineerd door vijf spelers, Nederland, België, Frankrijk, Italië en Nieuw-Zeeland (zie figuur 4.3). Het aandeel van Nederland en België is ten dele gebaseerd op de doorvoer van Zuid-Amerikaanse, Zuid Afrikaanse en Nieuw Zeelandse appels.



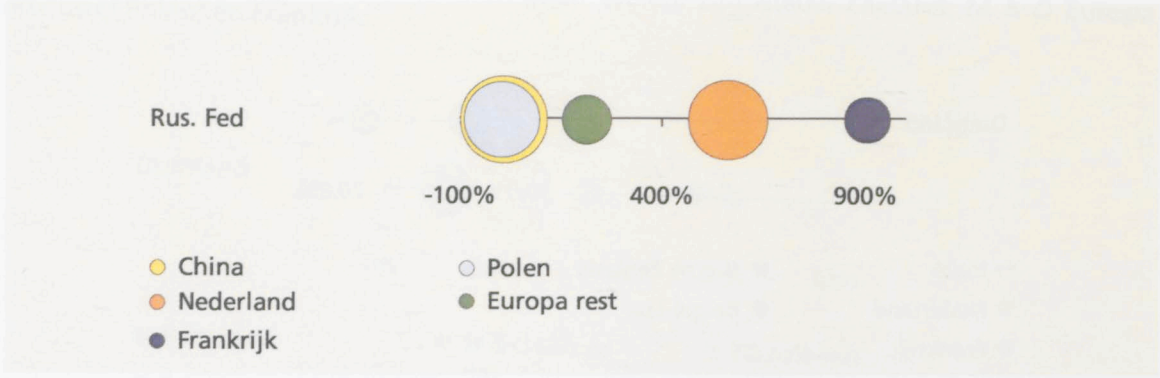
Figuur 4.3 Jaarlijkse groei ('94-'95 t.o.v. '92-'93) en omvang van diverse exporteurs op de Duitse markt

Het VK is de tweede importmarkt ter wereld (12% van wereldimport) die is gekrompen met 2%. Frankrijk is de belangrijkste exporteur naar deze markt, die via door een groei van 4% per jaar zijn marktaandeel heeft uitgebreid van 48% naar 53% (zie figuur 4.4). Een tweede snelle groeier is Nieuw Zeeland dat zijn marktaandeel heeft zien groeien van 13% naar 16% (groei van 9% per jaar). Deze twee landen hebben hun marktaandeel uitgebreid ten koste van Zuid Afrika wiens marktaandeel is gedaald van 20% naar 14%.



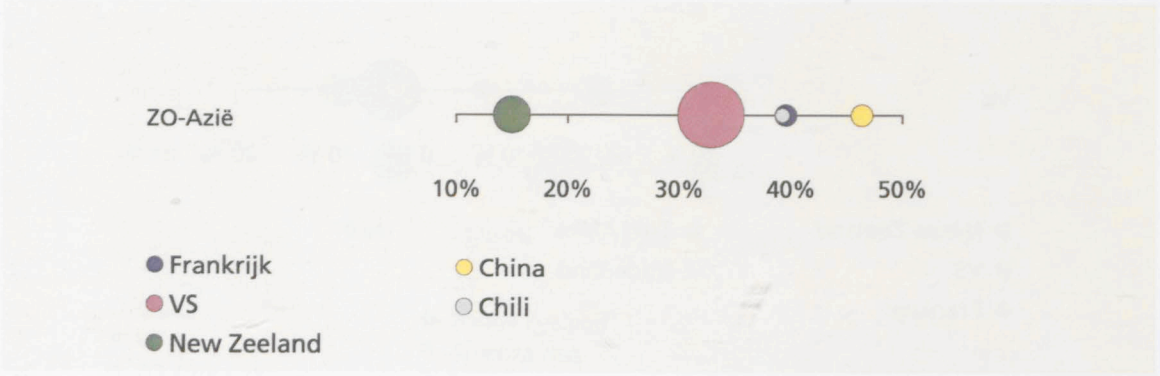
Figuur 4.4 Jaarlijkse groei ('94-'95 t.o.v. '92-'93) en omvang van diverse exporteurs op de markt van het Verenigd Koninkrijk

De import van de Russische Federatie groeit snel (15% per jaar). Op de Russische markt hebben Europese producenten hun marktaandeel sterk uitgebreid ten koste van China en Polen (zie figuur 4.5). China en Polen domineerden de markt in de '92-'93 periode met respectievelijk 47% en 50% van de markt. In de periode '94-'95 is dit marktaandeel teruggelopen naar achtereenvolgens 24% en 19%. Nederland (deels doorvoer), Europa rest, Frankrijk en Belgie-Lux hebben van een verwaarloosbaar marktaandeel een marktaandeel van achtereenvolgens 21%, 8%, 7% en 5% opgebouwd.



Figuur 4.5 Jaarlijkse groei ('94-'95 t.o.v. '92-'93) en omvang van diverse exporteurs op de Russische markt

De Zuidoost Aziatische groeimarkt wordt gedomineerd door de VS (64%), en Nieuw-Zeeland (11%) (zie figuur 4.6). Het aandeel van China is 4% maar groeit snel. De VS groeimarkt wordt gedomineerd door Nieuw Zeeland (tegengestelde seizoenen) en Americaanse aanbieders (onder andere Chili). Op de groeimarkt in "America rest" zien we de tendens dat het marktaandeel van de grootste aanbieder, de VS, is gekrompen van 52% naar 44% ten gunste van de marktaandelen van Argentinië (van 21% naar 24%) en met name Chili (van 18% naar 25%).



Figuur 4.6 Jaarlijkse groei ('94-'95 t.o.v. '92-'93) en omvang van diverse exporteurs op de Zuidoost-Aziatische markt

Overzichtstabel Appelen	Productie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
	Aandeel in Wereld markt 93/95	*Groei 89/91-93/95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*
Argentinië	2%	-2%	4%	6%	0%	80%	74161	91388	2%	0%
Chili	2%	4%	6%	6%	0%	0%	123222	156186	1%	5%
Mexico	1%	-1%	0%	-3%	3%	102%	-4247	-71475	1%	4%
VS	10%	3%	16%	16%	4%	13%	155410	293787	9%	2%
Amerika rest	3%	4%	2%	9%	8%	9%	-130063	-182729	4%	5%
Amerika	**18%**	2%	**27%**	11%	**15%**	15%	**218484**	**287157**	**17%**	2%
		0%		0%		0%				
Polen	3%	9%	2%	42%	0%	164%	10356	35789	3%	8%
M & O Europa rest	14%	-5%	4%	4%	10%	17%	-62102	-168896	14%	-4%
M & O Europa	**17%**	-3%	**5%**	11%	**10%**	17%	**-51746**	**-133107**	**17%**	-3%
België-Lux.	1%	23%	7%	17%	5%	-3%	-64548	41913	1%	7%
Frankrijk	5%	5%	17%	-3%	2%	-11%	393567	378467	4%	6%
Duitsland	3%	-6%	1%	-7%	16%	-2%	-436490	-413716	4%	-4%
Italië	4%	2%	9%	2%	1%	-14%	161243	205884	3%	0%
Nederland	1%	14%	9%	6%	5%	-3%	18248	90153	1%	4%
Turkije	4%	3%	1%	-17%	0%	262%	30579	12941	4%	4%
VK	1%	-1%	0%	-10%	12%	-2%	-336557	-310959	2%	-1%
Europa rest	5%	1%	2%	19%	13%	-2%	-351454	-304165	6%	1%
Europa	**24%**	2%	**47%**	2%	**55%**	-3%	**-585411**	**-299483**	**25%**	1%
Iran	4%	7%	1%	25%	0%	63%	9699	23874	3%	6%
M-Oost & N-Afr rest	3%	9%	1%	0%	5%	5%	-93411	-116971	3%	8%
M-Oost & N-Afr	**7%**	8%	**2%**	9%	**5%**	5%	**-83712**	**-93096,66667**	**7%**	7%
China	23%	26%	2%	21%	3%	4%	-49128	-37262	23%	26%
Nieuw Zeeland	1%	7%	9%	14%	0%	-31%	129694	219060	1%	7%
Thailand	0%		0%	13%	3%	38%	-21576	-77281	0%	31%
ZO-Azië & Oc rest	9%	2%	3%	8%	9%	15%	-73897	-154626	9%	3%
ZO-Azië & Oc	**33%**	17%	**14%**	13%	**15%**	15%	**-14907**	**-50108**	**33%**	17%
Zuid Afrika	1%	3%	4%	4%	0%	0%	87553	102924	1%	3%
Sub Sahara rest	0%	-2%	0%	5%	1%	6%	-19051	-24505	0%	4%
Sub Sahara	**1%**	3%	**4%**	4%	**1%**	6%	**68501**	**78420**	**1%**	3%
WERELD	**100%**	5%	**100%**	6%	**100%**	3%			**100,0%**	5,0%

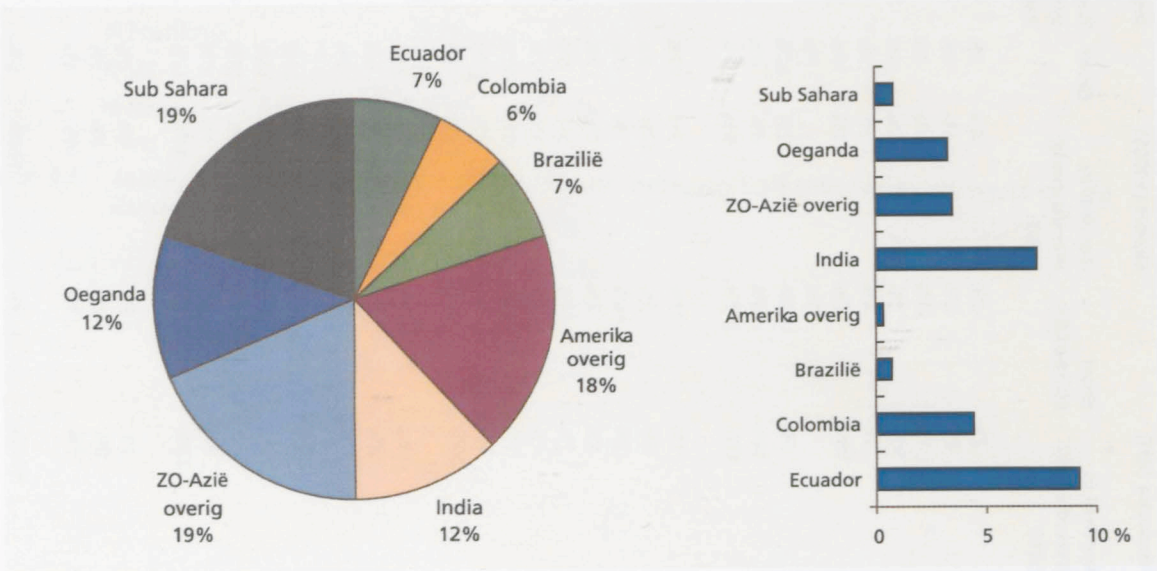
4.2 Bananen

Trends en conclusies

1. Het productieaandeel van bananen in de totale groenten- en fruit productie is 6% in de periode '93-'95.
2. De totale productie heeft een omvang van ongeveer 82 miljoen ton (jaarlijks gemiddelde over 1993, 1994 en 1995). Tussen 1989 en 1995 is de wereldproductie met gemiddeld 3% per jaar gegroeid.
3. De wereldexport van bananen bedraagt slechts 12 miljoen ton (inclusief reëxport) ter waarde van 4 miljard US$. De groei van de waarde van de wereldexport was ongeveer 10% over de periode 1989-1995.
4. De exportmarkt wordt gedomineerd door Ecuador, Costa Rica, Colombia en de Filippijnen. Deze landen zien hun export bovendien snel groeien, waardoor hun dominantie verder toeneemt.
5. Van 's werelds grootste producenten (India, Oeganda, Brazilië en Colombia) exporteert alleen Colombia een aanzienlijk deel van haar productie. Een groot deel van de productie is dan ook bestemd voor lokale consumptie.
6. Belangrijke importeurs zijn de VS, Duitsland, België (doorvoer), Frankrijk en Japan. Met uitzondering van Japan groeide de waarde van de import in deze landen met ongeveer 4% jaarlijks (1989-1995).
7. De Europese importprijzen zijn beduidend hoger dan de wereldprijzen. Mogelijkerwijs is dit het gevolg van de preferentiële handelsrelaties die de EU onderhoudt met een aantal kleine Caraïbische en Afrikaanse producenten.

Productie

De wereldproductie van bananen bedroeg gemiddeld over 1993, 1994 en 1995 82 miljoen ton (het voortschrijdend gemiddelde over 1994, 1995 en 1996 bedroeg 84 miljoen ton). Over de periode 1989-1995 was de gemiddelde jaarlijkse groei 3%.



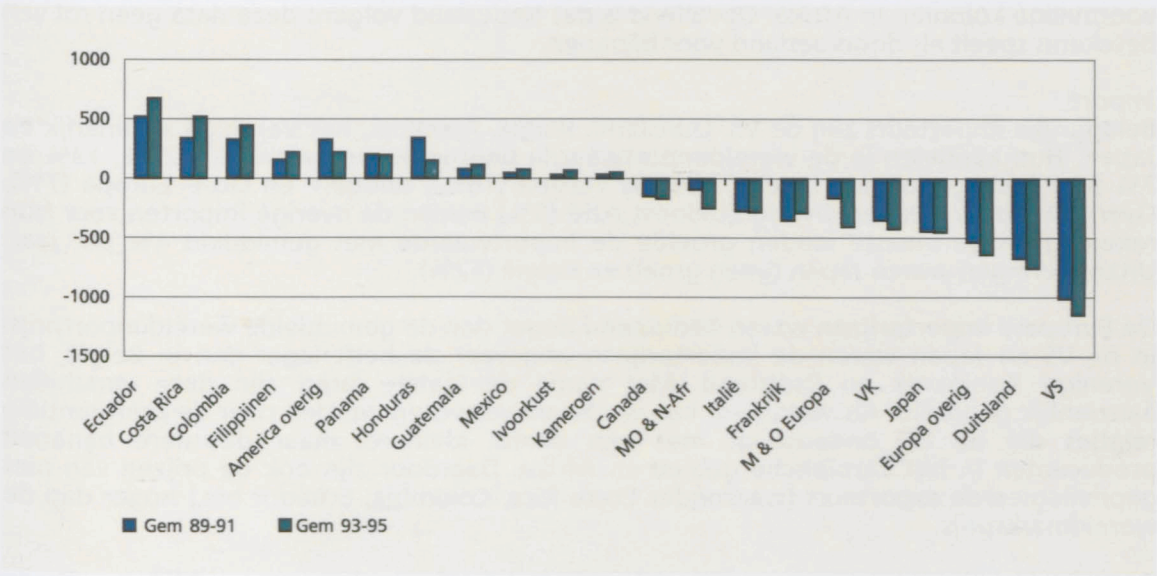
Figuur 4.7 De productie aandelen (gem 93/95) en de groei hierin (93/95 t.o.v. 89/91)

De productie van bananen is vrijwel gelijk verdeeld over Zuidoost Azië, Afrika en Amerika (resp. 30%, 33% en 36%). Van deze drie werelddelen kende Zuidoost Azië tussen 1989 en 1995 de grootste jaarlijkse groei van de geproduceerde hoeveelheid, namelijk 5%. In beide andere werelddelen groeide de productie met 2% jaarlijks. Kenmerkend voor de banenproductie is de spreiding over een groot aantal landen. Iets meer dan 20 landen hebben een aandeel in de wereldproductie van meer dan 1%. Slechts vier daarvan produ

ceren meer dan 5% van de wereldproductie. Dit zijn India (12%), Oeganda (12%), Brazilië (7%) en Colombia (6%). Daarnaast zijn er nog tientallen producenten met een aandeel in de productie van minder dan 1%.
Sterke groeiers treffen wij vooral aan in Zuidoost Azië: India (12% aandeel in de productie, 7% groei) en China (4% aandeel in de productie, 14% groei). Ook in Sub Sahara Afrika vond een kleine groei van de productie plaats met uitschieters onder de kleinere producenten, zoals Nigeria (6% groei), Ghana (10% groei) en Rwanda (8% krimp). In Amerika groeide de productie van Ecuador, de grootste producent van Amerika, aanzienlijk; met een jaarlijkse groei van 9% scoorde Ecuador ruim boven het Amerikaans groeigemiddelde van 2%.

Consumptie
Bananen worden in de eerste plaats geproduceerd voor lokaal gebruik. De totale export (in 1995 ongeveer 12 miljoen) is immers slechts één zevende van de totale productie 1). Derhalve kunnen we de consumptielanden indelen in vier groepen:
1. landen met een grote eigen productie, die volledig door de eigen bevolking wordt geconsumeerd. Tot deze groep behoren vrijwel alle Afrikaanse en Zuidoost-Aziatische landen met uitzondering van de Filippijnen. Grote producenten als India en Oeganda verbruiken hun productie geheel binnenlands. Tot deze groep behoren ook de Latijns-Amerikaanse landen Brazilië, Venezuela en Mexico, alsmede de overige, niet in de tabel vermelde Amerikaanse landen;
2. landen met een grote productie, een aanzienlijk binnenlandse consumptie en een grote export, zoals Colombia, Ecuador, Honduras en Panama;
3. landen die nagenoeg hun gehele productie exporteren. Tot deze groep landen behoren Costa Rica en Guatemala;
4. landen zonder productie van enige betekenis, maar met een aanzienlijke consumptie. Deze landen bevinden zich voornamelijk in Noord-Amerika, Europa (inclusief Midden- en Oost-Europa), en de meer welvarende delen van Zuidoost Azië en Oceanië.

Internationale handel
De totale export van bananen bedroeg gemiddeld over 1993, 1994 en 1995 ongeveer 12 miljoen ton per jaar. De gemiddelde waarde was 4 miljard dollar. Sinds 1989 was de verhandelde hoeveelheid bananen met gemiddeld 7% per jaar toegenomen (inclusief reëxport). De waardestijging was groter: gemiddeld bijna 10% per jaar. Daaruit kunnen wij concluderen dat de prijs van bananen over de betreffende periode sterk is gestegen. Figuur 4.8 geeft de netto-exportpositie van een aantal landen en regio's weer.



Figuur 4.8 Veranderingen in de netto-export

1) De 12 miljoen ton bevatten ook reëxporten. De werkelijk verhandelde hoeveelheid bananen (d.w.z. alle bananen die het land van herkomst hebben verlaten) is nog minder.

Veruit de belangrijkste exporteurs bevinden zich in Latijns Amerika. Opvallend is dat de grootste netto-exporteurs (Ecuador, Costa Rica en Colombia) hun netto-exportpositie verstevigden, evenals de kleinere netto-exporteurs Mexico en Guatemala. Honduras en Overig Amerika zagen hun netto-exportpositie verslechteren. Panama was stabiel. De netto-exporteurs buiten Latijns Amerika (Filippijnen, Kameroen en Ivoorkust) zagen hun (overigens bescheiden) netto-export toenemen. De netto-importeurs bevonden zich vrijwel allemaal in Europa. Daarbuiten waren alleen de VS, Japan, Canada en het Midden-Oosten en Noord-Afrika van belang. Alle landen, met uitzondering van Frankrijk zagen hun netto-import toenemen.

Export
Ecuador en Costa Rica zijn 's werelds grootste exporteurs van bananen. Hun aandeel in de wereldexportwaarde was gemiddeld over 1993, 1994 en 1995 respectievelijk 17% en 13%. De gemiddelde jaarlijkse groei van de exportwaarde was respectievelijk 7% en 11% over de periode 1989-1995. Andere belangrijke exporteurs (die tevens producent zijn) zijn: Colombia met een aandeel van 11% en een groei van 8%; Filippijnen (aandeel: 6%, groei: 9%); Panama (aandeel: 5%, afname: -1%) en Honduras (aandeel: 4%, afname: 19%). De exportprijzen van de belangrijkste exporteurs ontlopen elkaar niet veel. De algemene trend lijkt te zijn dat de grote bananenproducenten terrein winnen ten opzichte van hun kleinere concurrenten.

Overig Amerika exporteerde 7% van de totale exportwaarde met een daling van 4% per jaar sinds 1989. Mogelijkerwijs is de significant hogere prijs voor de door deze regio geëxporteerde bananen daar de oorzaak van. In 'Overig Amerika' bevindt zich een groot aantal Caraïbische eilandstaten, waarvan de productie (op wereldschaal) verwaarloosbaar is, maar die een redelijk omvangrijke export hebben. Mogelijkerwijs is de preferentiële relatie die deze landen met de EU onderhouden (en de hogere prijs die daarvan het gevolg is) de verklaring voor dit verschijnsel.

De overige export (ongeveer 14% van de wereldexportwaarde exclusief reëxporten) vindt plaats door een groot aantal landen in Afrika en Azië.

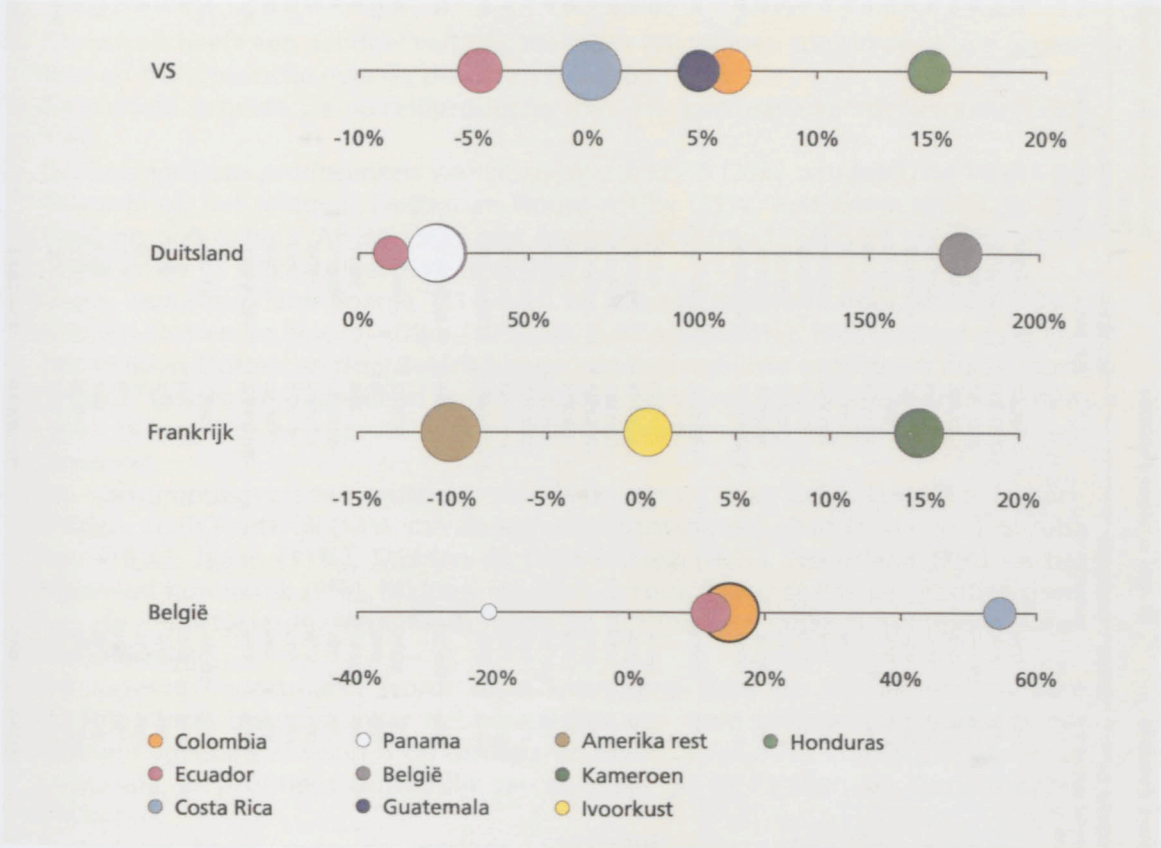
Belangrijke doorvoerlanden zijn België, de VS en Frankrijk. België was 's werelds derde exporteur met een aandeel in de wereldexportwaarde van 11%. België is in korte tijd opgekomen als doorvoerland. In 1989 was het Belgisch aandeel in de wereldexportwaarde nog verwaarloosbaar klein. Frankrijk (aandeel: 3%) speelt een belangrijke rol als doorvoerland voor bananen uit overzeese gebiedsdelen (Guadeloupe, Martinique) en voormalige koloniën in Afrika. Opvallend is dat Nederland volgens deze data geen rol van betekenis speelt als doorvoerland voor bananen.

Import
Belangrijke importeurs zijn de VS, Duitsland, België, Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en Japan. Hun aandelen in de wereldimportwaarde bedroegen respectievelijk 22%, 13% en 7% (vier laatstgenoemde landen). Overig Europa (18%), Midden- en Oost- Europa (7%), Overig Amerika (5%) en Overig Zuidoost Azië (3%) namen de overige importen voor hun rekening. In de meeste landen groeide de importwaarde met gemiddeld 4% per jaar. Uitzonderingen waren Japan (geen groei) en België (52%).

De Europese importprijzen waren beduidend hoger dan de gemiddelde wereldimportprijs. In de VS en Japan waren de importprijzen ongeveer de helft lager dan in België, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. Met name de laatste jaren zijn deze verschillen aanzienlijk gegroeid. Als verklaring kan wederom verwezen worden naar de preferentiële relaties die de EU onderhoudt met een aantal kleinere, maar duurdere bananen producenten in het Caraïbische gebied en Afrika. Daardoor zijn ook de prijzen van niet geprivilegieerde exporteurs (waaronder Costa Rica, Colombia, Ecuador etc.) hoger dan de wereldmarktprijs.

Dat de kleinere exporteurs geen rol van betekenis spelen, moge blijken uit de onderstaande figuren. Daarin zijn de belangrijkste importeurs achter elkaar geplaatst.

Steeds keren dezelfde exporteurs terug. Alleen Frankrijk leunt nog nadrukkelijk op zijn koloniale verleden en importeert uit het Caraïbisch gebied en Sub Sahara Afrika.



Figuur 4.9 Jaarlijkse groei (94/95 t.o.v. 92/93) en omvang (US$) van diverse markt

Overzichtstabel Bananen	Productie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
Land / Regio	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei '89/'91-'93/'95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*
Brazilie	7%	1%	0%	-7%	0%	0%	13077	9831	7%	1%
Canada	0%	0%	0%	57%	3%	3%	-153060	-173373	0%	3%
Colombia	6%	4%	11%	8%	0%	191%	327693	445054	4%	4%
Costa Rica	3%	4%	13%	11%	0%	0%	337266	519865	0%	-8%
Ivoor Kust	2%	3%	2%	23%	0%	0%	29924	68136	2%	2%
Equador	7%	9%	17%	7%	0%	0%	520082	675961	3%	11%
Guatemala	1%	5%	3%	9%	0%	0%	78951	112012	0%	-7%
Honduras	1%	-3%	4%	-19%	0%	0%	342177	149573	1%	7%
Mexico	3%	3%	2%	13%	0%	-46%	45480	73766	2%	3%
Panama	1%	-4%	5%	-1%	0%	0%	201696	196498	0%	-9%
VS	0%	3%	5%	6%	22%	4%	-1012796	-1150349	4%	4%
Venezuela	2%	1%	1%	12%	0%	0%	12729	20135	2%	0%
America rest	5%	-2%	7%	-4%	2%	22%	302571	189171	5%	-1%
America	**38%**	**2%**	**69%**	**3%**	**26%**	**4%**	**1045791**	**1136279**	**31%**	**2%**
M & O Europa	**0%**	**0%**	**1%**	**415%**	**7%**	**28%**	**-163572**	**-406535**	**1%**	**28%**
Belgie-Lux	0%	0%	11%	181%	7%	52%	-77979	4829	0%	-9%
Frankrijk	0%	0%	3%	70%	7%	3%	-355154	-292434	1%	1%
Duitsland	0%	0%	1%	20%	13%	4%	-670320	-754154	1%	0%
Italie	0%	-3%	1%	335%	5%	5%	-275843	-284444	1%	-3%
Nederland	0%	0%	1%	19%	2%	18%	-45078	-87446	0%	5%
Spanje	0%	-3%	2%	156%	2%	641%	1390	-50748	1%	2%
VK	0%	0%	0%	36%	7%	5%	-352193	-423182	1%	6%
Europa rest	0%	-3%	2%	30%	9%	7%	-411792	-504037	1%	2%
Europa	**1%**	**-3%**	**21%**	**75%**	**53%**	**9%**	**-2186969**	**-2391615**	**5%**	**1%**
M-Oost & N-Afr	**1%**	**6%**	**0%**	**-4%**	**4%**	**24%**	**-96089**	**-252881**	**2%**	**10%**
China	4%	14%	1%	-2%	0%	60%	39112	16013	4%	16%
India	12%	7%	0%	57%	0%	0%	58	353	12%	7%
Indonesie	3%	3%	0%	118%	0%	64%	260	5891	3%	2%
Japan	0%	0%	0%	0%	7%	0%	-442890	-449220	1%	4%
Filippijnen	4%	2%	6%	9%	0%	0%	155409	221696	2%	-1%
Thailand	2%	1%	0%	4%	0%	0%	775	910	2%	1%
ZO-Azie & Oc rest	5%	1%	0%	26%	2%	-2%	-118636	-97094	6%	1%
ZO-Azie & Oc	**30%**	**5%**	**7%**	**8%**	**10%**	**1%**	**-365912**	**-301451**	**30%**	**5%**
Kameroen	2%	3%	1%	12%	0%	-100%	32513	51163	2%	2%
Congo, Dem R	3%	3%	0%	0%	0%	0%	0	0	3%	3%
Ghana	2%	10%	0%	34%	0%	0%	173	557	2%	10%
Nigeria	2%	6%	0%	0%	0%	0%	0	0	2%	6%
Rwanda	2%	-8%	0%	0%	0%	0%	0	7	2%	-8%
Uganda	12%	3%	0%	20%	0%	0%	227	464	12%	3%
Sub Sahara rest	8%	0%	0%	-28%	0%	2%	17208	1417	8%	0%
Sub Sahara	**31%**	**2%**	**1%**	**2%**	**0%**	**2%**	**50121**	**53608**	**31%**	**2%**
WERELD	**100%**	**3%**	**100%**	**10%**	**100%**	**8%**	**-1716630**	**-2162595**	**100%**	**3%**

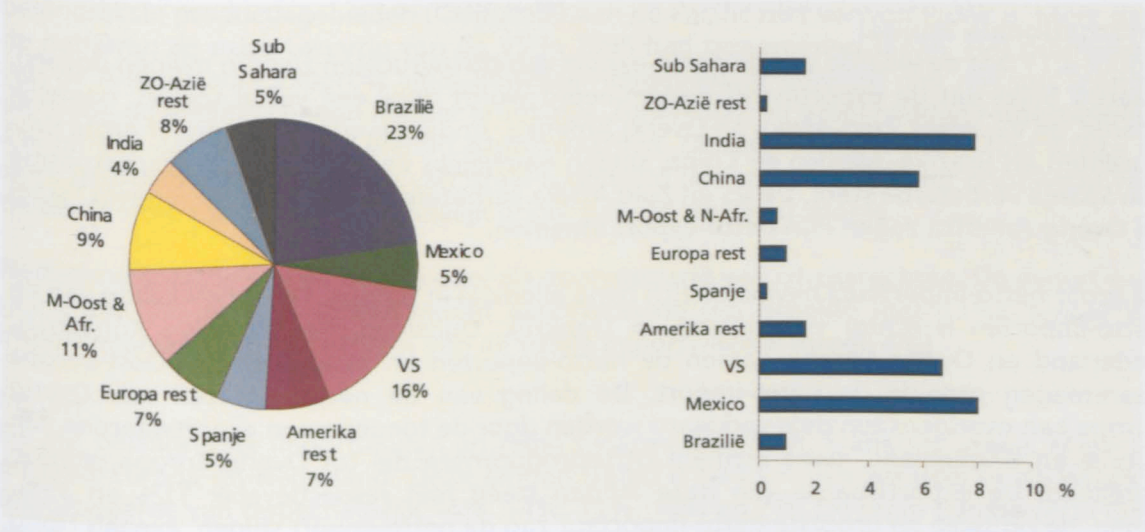
4.3 Citrusfruit

Trends en conclusies

1. Citrusfruit heeft een aandeel van ongeveer 7% (90 miljoen ton) in de totale groenten- en fruitproductie over de periode 1993-1995.
2. Gemiddeld groeide de wereldproductie met 3% per jaar over de periode 1989-1995.
3. De belangrijkste producenten van citrus zijn Brazilië (23% aandeel), de VS (16%), China (9%), het Midden- Oosten en Noord-Afrika (11%, met name Israël), Spanje (5%) en Sub Sahara Afrika (5%, met name Zuid Afrika). Hiervan groeien alleen China en de VS substantieel (6%, resp. 7%).
4. Grote exporteurs zijn Spanje (41% van de wereld exportwaarde), de VS (15%), Midden-Oosten en Noord-Afrika (10%) en Zuid Afrika (4%). Met uitzondering van het Midden-Oosten en Noord-Afrika zagen de belangrijkste exporteurs hun exportwaarde toenemen. Opvallend is dat Brazilië en China, belangrijke producenten, geen belangrijke exporteurs zijn. In Brazilië worden veel citrusvruchten tot sap verwerkt.
5. De consumptiegebieden vallen grotendeels samen met de belangrijke importlanden, zoals Frankrijk (14% van de wereldimportwaarde), Duitsland (14%), Europa rest (15%), Japan (11%), Midden en Oost-Europa (10%), Nederland (7%) en het Verenigd Koninkrijk (7%). Midden- en Oost-Europa had met 8% de grootste groei van de importwaarde. Nederland, Japan en Europa rest zagen hun importwaarde met 4% stijgen.
6. De Japanse importmarkt wordt bijna uitsluitend door de VS bediend. Andere regio's zijn in opkomst maar hebben slechts een klein aandeel. Opvallend is dat Spanje nagenoeg afwezig is op de Japanse markt. Spanje zet vrijwel alle export af in Europa, en profiteert aanzienlijk van de groei van de Midden- en Oost-Europese importen.
7. Nederland heeft over de periode 1992-1995 zijn positie als doorvoerland verstevigd, hoewel het aandeel van Nederland op de belangrijkste importmarkten klein is.

Productie

De productie van citrusfruit bedroeg in 1995 (gemiddeld over 1994, 1995 en 1996) ongeveer 90 miljoen ton, gelijk aan ongeveer 7% van de totale wereldproductie van voedingstuinbouwproducten. De productie van citrusfruit is sterke geconcentreerd op het



Figuur 4.10 De productie aandelen (gem 93/95) en de groei hierin (93/95 t.o.v. 89/91)

Amerikaanse continent (51%) en Zuidoost Azië (21%). De productie in Europa, het Midden-Oosten en Noord-Afrika en Sub Sahara Afrika is met aandelen van respectievelijk 12%, 11% en 5% relatief bescheiden. Alle percentages hebben betrekking op de omvang van de productie uitgedrukt in metrische tonnen (MT).
Brazilië was met een aandeel in de wereldproductie (MT) van 23% 's werelds grootste producent van citrusvruchten, gevolgd door de VS (16%) en China (9%). Van deze drie landen kenden de VS en China een redelijke sterke groei van 7% respectievelijk 6%. De Braziliaanse productie daarentegen is nauwelijks gegroeid. De andere helft van de wereldproductie is verdeeld over een groot aantal kleinere producenten, waaronder Spanje, Mexico (beide 5%), India (4%), Italië en Iran (beide 3%). India, Iran en Mexico zagen hun productie sterk toenemen met percentages van 8%, 6% en 8%. De productie van Spanje en Italië is redelijk stabiel gebleven.

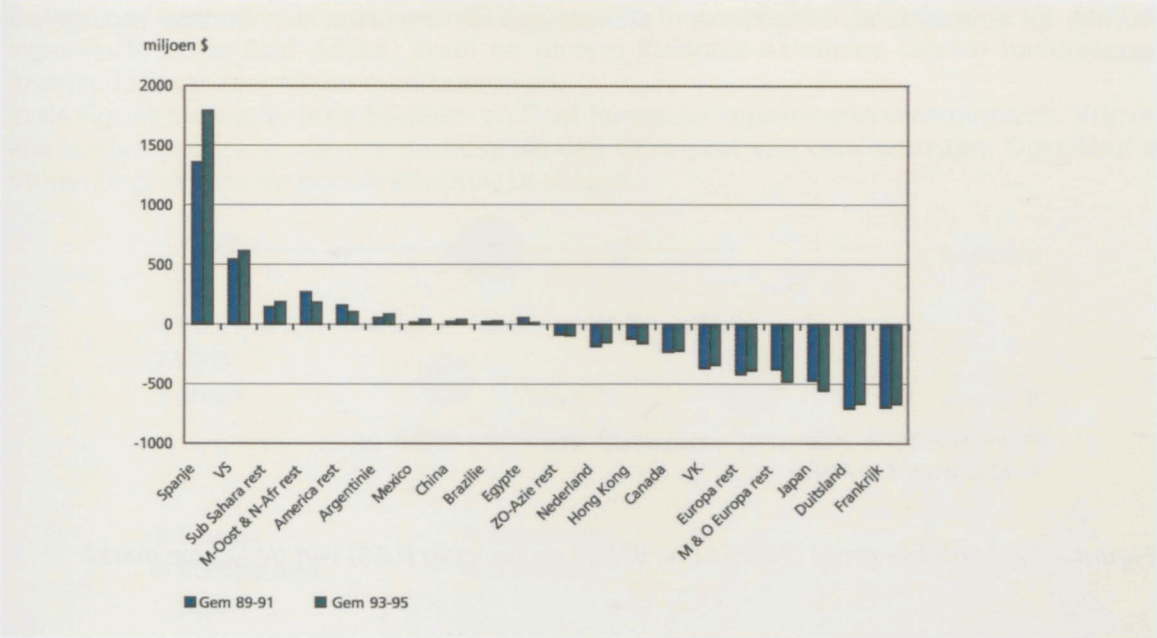
Binnenlands verbruik
Landen kunnen in verschillende categorieën worden ingedeeld op grond van het verbruik van citrusvruchten per hoofd van de bevolking:

1. grote producenten met een aanzienlijk eigen verbruik (over de periode 1993-1995). Tot deze groep behoren o.a. Brazilië (126 kg per hoofd), Argentinië (53kg), Italië (50kg), de VS (48kg), Mexico (48kg), Spanje (47kg), Iran (43kg) en Egypte (33kg). Voor het aanzienlijke verbruik in deze landen kunnen twee verklaringen worden gegeven:
   a. citrusvruchten maken van oudsher deel uit van het voedselpakket. Er is dus een traditioneel grote consumptie van dit product. Dit lijkt met name van toepassing op Iran;
   b. citrusvruchten worden ter plekke verwerkt tot vruchtensappen (concentraat) en vervolgens geëxporteerd. Bewerking van citrusvruchten nabij de productielocatie is vanuit het oogpunt van transportkosten economisch het meest voordelig;

   Brazilië is 's werelds grootste exporteur van vruchtensappen. In Spanje neemt het verbruik per hoofd af met bijna 7%. In Brazilië en Italië is de consumptie per hoofd stabiel. In de andere genoemde landen neemt het verbruik per hoofd juist toe (Iran (3%), Argentinië (4%), VS (6%), Mexico (6%));
2. grote producenten met een gering verbruik per hoofd van de bevolking, zoals Pakistan (14kg), China (6 kg per hoofd) en India (4kg). Het verbruik per hoofd in deze landen neemt toe met respectievelijk 2%, 6% en 4%;
3. grote verbruikers van citrusvruchten zonder eigen productie, zoals Nederland (24 kg per hoofd, waaronder substantiële doorvoer), Japan (19kg), Frankrijk (17kg), Canada (14kg), Duitsland (13kg) en het Verenigd Koninkrijk (11kg). In al deze landen, met uitzondering van Canada neemt het verbruik per hoofd licht af met een percentage tussen de 2 en 4%.

Internationale handel
Figuur 4.11 laat de waarde van de netto-export van citrusvruchten zien (in miljoen dollars). Daaruit blijkt dat de exportmarkt gedomineerd wordt door een vijftal spelers, namelijk Spanje, de VS, Israël, Zuid-Afrika en Overig Amerika. Andere landen, waaronder grote producenten als Brazilië, Mexico en China, spelen nauwelijks een rol. De netto-exportpositie van Spanje verbeterde sterk. De VS en Zuid Afrika verbeterden hun positie eveneens. Israël en Overig Amerika zagen hun netto-export afnemen.

De grote netto-importeurs bevinden zich bijna allemaal in Europa. De ontwikkeling van de netto-importen is echter verschillend. In Frankrijk, Duitsland, het Verenigd Koninkrijk, Nederland en Overig Europa namen de netto-importen af. In Midden- en Oost-Europa daarentegen groeide de netto-import. De daling van de netto-importen van Overig Europa kan overigens ten dele verklaard worden door de toegenomen exportwaarden van Turkije en Griekenland, twee kleinere citrusproducenten die tot Overig Europa worden gerekend. De exportwaarde van deze landen steeg met respectievelijk 11% en 35%. Japan, de op twee na grootste netto-importeur zag de netto-import stijgen, evenals Hong Kong.



Figuur 4.11 Veranderingen in de netto-export

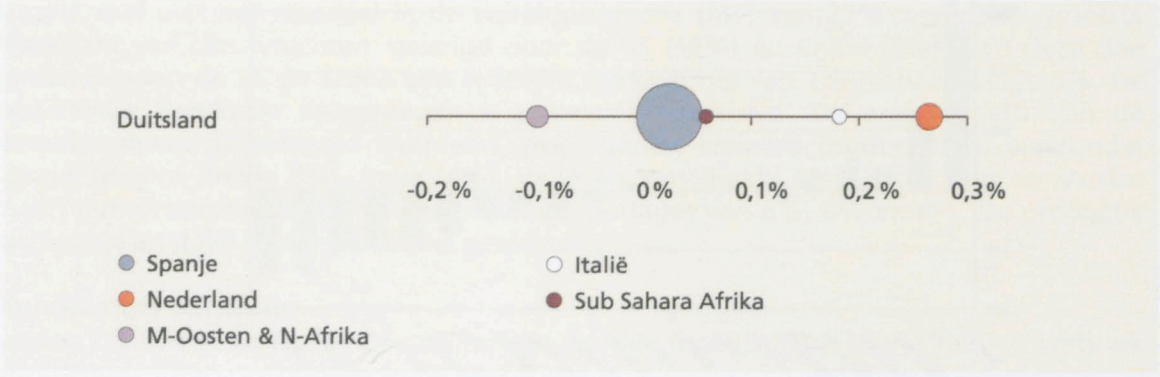
Export
's Werelds grootste citrus exporteur, Spanje, had in 1994 een aandeel in wereld exportwaarde van 41%. De groei van de exportwaarde was gemiddeld 8% per jaar over de periode 1989-1995. Deze groei werd mogelijk gemaakt door een sterke toename van de Midden- en Oost-Europese importen. De omvangrijke West-Europese importmarkt groeide immers slechts met een bescheiden percentage van 2%. De laatste jaren is de prijs per ton Spaanse citrusvruchten aanzienlijk gestegen. Dit werd met name veroorzaakt door een prijsstijging op de belangrijkste (stagnerende) afzetmarkten in West-Europa. De prijzen op de Midden- en Oost-Europese markten liggen immers aanzienlijk lager. De prijsstijgingen zouden veroorzaakt kunnen zijn door een sterk verbeterde kwaliteit van het product. Echter, andere verklaringen zijn denkbaar.

De VS was de tweede grote exporteur van citrusvruchten. Ongeveer 15% van de wereld exportwaarde was afkomstig uit dit land. De groei was gelijk aan 4%. De export van de VS is bijna uitsluitend gericht op Canada en Zuidoost Azië, hetgeen gezien de ligging van de belangrijkste productiegebieden (Californië) aan de Pacific niet verwonderlijk is. Meer dan de helft van de exportwaarde van de VS in 1995 had bestemming Japan. Het prijsniveau van de Amerikaanse export is altijd ongeveer vergelijkbaar geweest met dat van Spanje, ofschoon de schommelingen minder groot zijn. Zuid-Afrika en Israël hadden respectievelijk 4% en 3% aandelen in de wereld exportwaarden. De exportwaarde van Zuid Afrika is sterk gegroeid (31%), maar die van Israël is gedaald (krimp van 13%). Het prijsniveau van beide kleinere exporteurs lag duidelijk onder dat van de VS en Spanje.

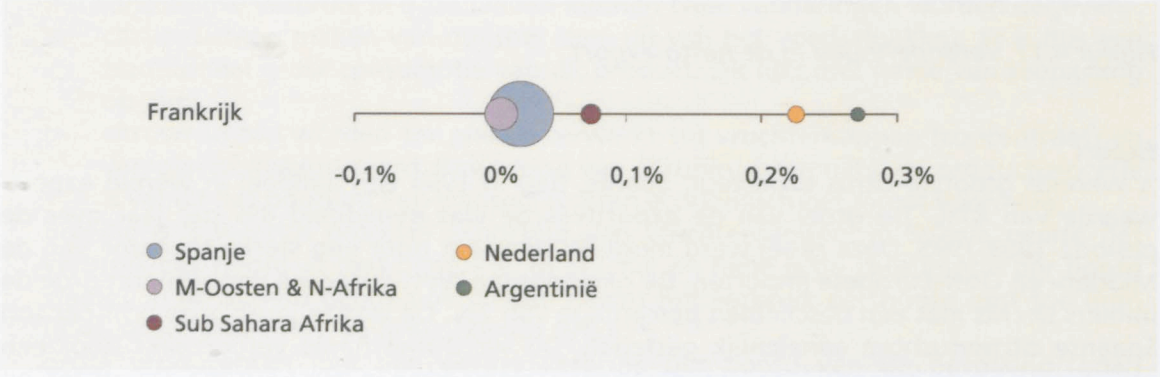
Nederland speelde een belangrijke rol als doorvoerland van citrusvruchten. De export was gelijk aan 5% van de totale wereld exportwaarde (en groeide met 13%), terwijl de importwaarde gelijk was aan 7% van de totale importwaarde (groei: 4%).

Import
De vijf belangrijkste importlanden en regio's waren Duitsland, Frankrijk, Japan, Midden- en Oost-Europa en Nederland. Deze landen (regio's) hadden een aandeel in de wereldimportwaarde van respectievelijk 14%, 14%, 11%, 10% en 7%. De regio Europa rest (15% aandeel) laten wij even buiten beschouwing. Zoals eerder opgemerkt bevat deze regio immers ook de kleine, maar niet verwaarloosbare netto-exporteurs van citrusvruchten

Turkije en Griekenland, hetgeen een analyse van de importen van Europa rest zinloos maakt.

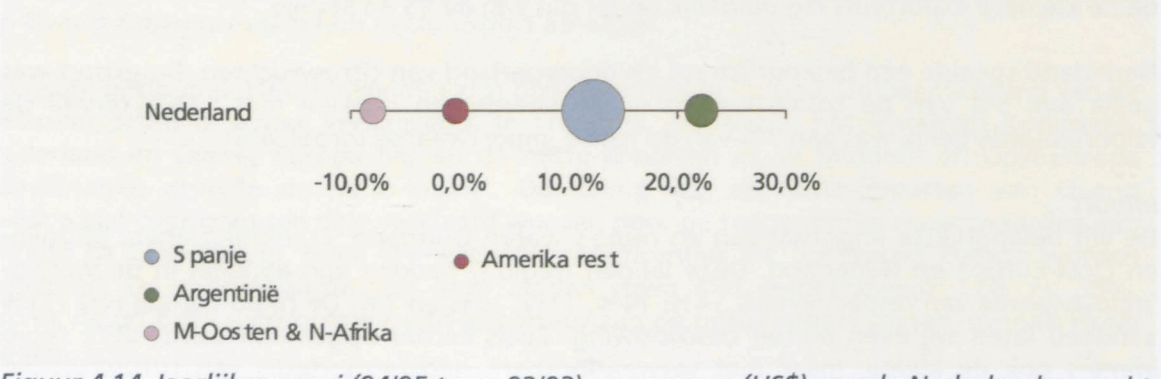


Figuur 4.12 Jaarlijkse groei (94/95 t.o.v. 92/93) en omvang (US$) van de Duitse markt



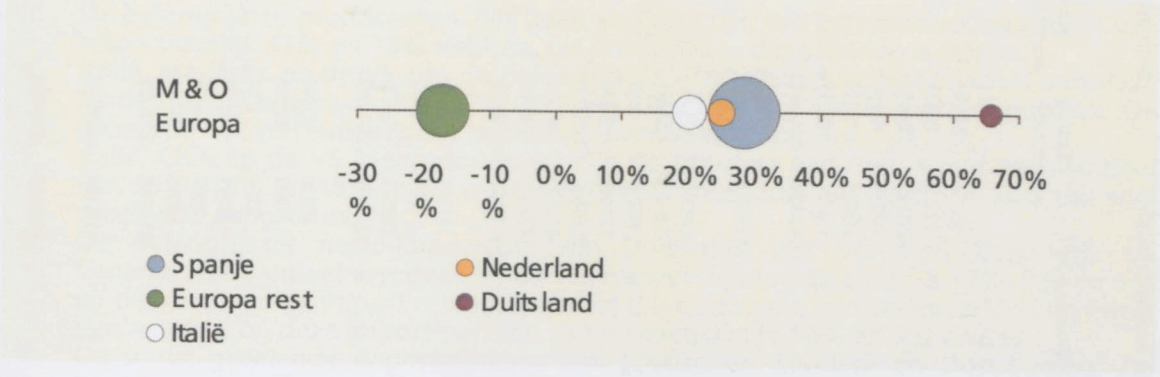
Figuur 4.13 Jaarlijkse groei (94/95 t.o.v. 92/93) en omvang (US$) van de Franse markt

Grootste groeiers (gemeten in waarde) onder de belangrijkste importeurs zijn de landen in Midden- en Oost-Europa (8%), Japan (4%) en Nederland (4%). De markten in Frankrijk en Duitsland zijn stabiel of licht krimpend. Opvallend is dat op beide markten Nederland, als doorvoerland, marktaandeel wint, zoals uit figuur 4.12 en 4.13 blijkt. Blijkbaar vindt een steeds groter deel van de Europese import (met name vanuit niet-Europese landen) via Nederland plaats. Figuur 4.14 laat zien dat een belangrijk deel van de Nederlandse import uit Argentinië, Amerika rest en Noord-Afrika en het Midden-Oosten afkomstig is. Ook hier is Spanje echter marktleider. Overigens is het Nederlandse aandeel op de Franse import-markt vooralsnog zeer gering.



Figuur 4.14 Jaarlijkse groei (94/95 t.o.v. 92/93) en omvang (US$) van de Nederlandse markt

De Japanse importmarkt werd voor 85% (gemeten in waarde) bediend door de VS. Andere exporteurs, zoals Zuid Afrika, Israël en diverse Zuidoost-Aziatische landen hadden snel groeiende maar zeer kleine marktaandelen.
In de figuur hieronder is de Midden- en Oost-Europese importmarkt weergegeven. Vrijwel alle landen profiteren van de sterke groei van de import van citrusvruchten. Opvallend is de sterke groei van de doorvoer vanuit Duitsland.



Figuur 4.15 Jaarlijkse groei (94/95 t.o.v. 92/93) en omvang (US$) van de Midden- en Oost-Europese markt

Overzichtstabel Citrus Fruit Primair	Productie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
Land / Regio	*Aandeel in wereldmarkt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	*Aandeel in wereldmarkt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	*Aandeel in wereldmarkt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in wereldmarkt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*
Argentinie	2%	5%	2%	12%	0%	187%	56012	86275	2%	5%
Brazilie	23%	1%	1%	7%	0%	32%	22448	29021	23%	1%
Canada	0%	0%	0%	-45%	4%	-1%	-231829	-224849	0%	3%
Mexico	5%	8%	1%	22%	0%	7%	18753	42251	5%	8%
VS	16%	7%	15%	4%	2%	12%	543835	612527	15%	7%
America rest	5%	0%	3%	-8%	0%	14%	160721	106217	5%	2%
America	**51%**	3%	**22%**	3%	**6%**	3%	**569939**	**651441**	**49%**	3%
M & O Europa	**0%**	-15%	**1%**	202%	**10%**	8%	**-377477**	**-481052**	**2%**	4%
Frankrijk	0%	1%	1%	10%	14%	0%	-699345	-671335	1%	-4%
Duitsland	0%	0%	1%	16%	14%	-1%	-708485	-669431	1%	-4%
Italie	3%	-1%	2%	0%	2%	31%	65826	8055	3%	0%
Nederland	0%	0%	5%	13%	7%	4%	-187436	-155171	0%	-2%
Spanje	5%	0%	41%	8%	0%	230%	1358682	1792590	2%	-7%
VK	0%	0%	0%	-5%	7%	-2%	-370220	-341534	1%	-2%
Europa rest	4%	3%	9%	12%	15%	4%	-421064	-388736	4%	1%
Europa	**12%**	1%	**59%**	8%	**60%**	2%	**-962042**	**-425563**	**13%**	-2%
Egypte	2%	0%	0%	-27%	0%	0%	57321	16572	2%	1%
Iran	3%	6%	0%	74%	0%	0%	1003	9173	3%	6%
M-Oost & N-Afr rest	5%	-2%	9%	-2%	5%	5%	269521	182850	5%	0%
M-Oost & N-Afr	**11%**	1%	**10%**	-4%	**5%**	5%	**327845**	**208595**	**10%**	2%
China	9%	6%	1%	9%	0%	2%	24938	41840	9%	6%
Hong Kong	0%	0%	1%	26%	4%	10%	-121899	-162695	0%	6%
India	4%	8%	0%	-2%	0%	85%	1954	1761	4%	8%
Japan	2%	-6%	0%	-12%	11%	4%	-472524	-558278	3%	-4%
Pakistan	2%	5%	0%	11%	0%	51%	3002	4476	2%	5%
ZO-Azie & Oc rest	3%	2%	2%	20%	4%	9%	-89076	-94106	4%	2%
ZO-Azie & Oc	**21%**	4%	**4%**	13%	**19%**	6%	**-653604**	**-767003**	**21%**	4%
Sub Sahara	**5%**	2%	**4%**	6%	**0%**	-1%	**145058**	**187096**	**5%**	2%
WERELD	**100%**	3%	**100%**	6%	**100%**	3%	**-950282**	**-626485**	**100%**	3%

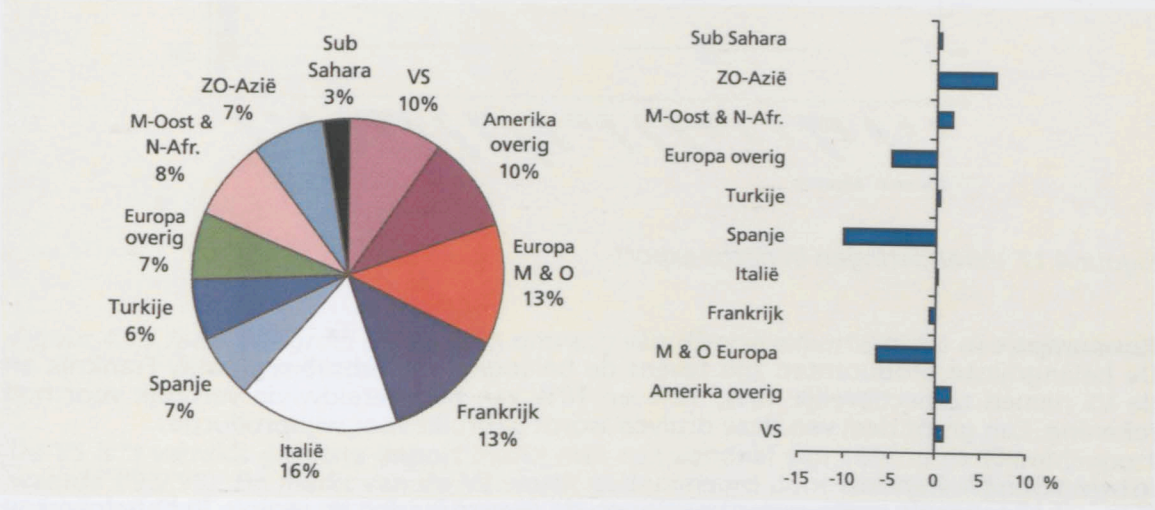
4.4 Druiven

Trends en Conclusies

1. Het aandeel van druiven in de totale groenten- en fruit productie is bijna 4% in de periode '93-'95.
2. De wereldproductie bedraagt 59 miljoen ton in 1996. De wereldproductie is gekrompen met 1% in de periode '89-'95.
3. De belangrijkste producenten zijn Italië en Frankrijk, die een productie aandeel van respectievelijk 17% en 13% hebben. De productie in deze landen is stabiel.
4. Italië, Frankrijk en de VS zijn de belangrijkste afzetgebieden. Het aandeel van deze landen is achtereenvolgens 16%, 13% en 10% van het totale wereld verbruik. De groei van het verbruik in deze gebieden is verwaarloosbaar.
5. Italië, Chili en de VS (deels doorvoer) zijn de grootste exporteurs met een aandeel van 25%, 19% en 18% in de wereld exportwaarde. Zuid Afrika en Mexico zijn snel groeiende exporteurs.
6. De belangrijkste netto-importeurs zijn Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Canada. Het aandeel van deze landen in de wereldimportwaarde is 17%, 9% en 9% en de groei van de import is laag. Nederland is met name een doorvoerland en heeft een aandeel op deze importmarkten van respectievelijk 14% en 9% en 0%.
7. De snelst groeiende importmarkten zijn Mexico en Midden- en Oost-Europa. De groei van deze markten is respectievelijk 37% en 174% per jaar. Het Nederlandse marktaandeel (doorvoer) op deze importmarkten is respectievelijk verwaarloosbaar en 20%. In Midden- en Oost-Europa groeit het Nederlandse marktaandeel (in US$).
8. Het Nederlandse aandeel in de werelddruivenproductie (in tonnen) is verwaarloosbaar. In de wereldexportwaarde en de wereldimportwaarde is het Nederlandse aandeel telkens 6%.

Productie

De wereldproductie bedraagt 59 miljoen ton in 1996 en is in de periode '89-'95 jaarlijks met 1% gekrompen.



Figuur 4.16 De productieaandelen (gem. '93/'95) en de jaarlijkse groei ('93/'95 t.o.v. '89/'91)

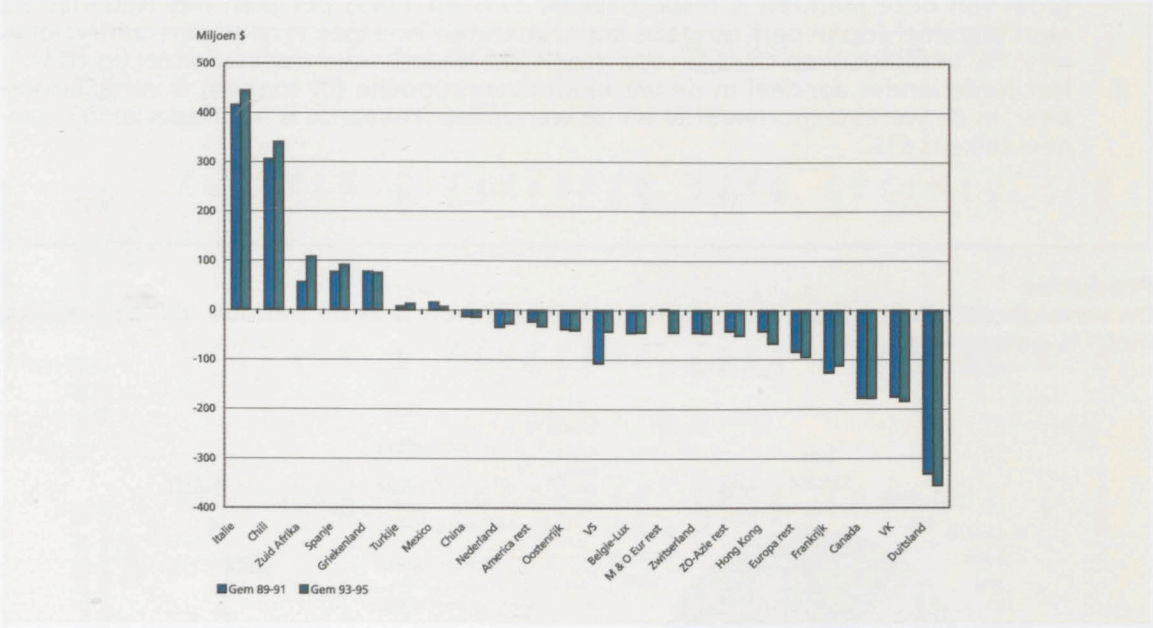
In Europa wordt de helft van de wereldproductie geproduceerd. De twee grootste producenten ter wereld van druiven zijn Italië en Frankrijk met achtereenvolgens een aandeel in de wereldproductie van 17% en 13%. De productie in Italië stabiliseert zich en daalt licht in Frankrijk. Behalve Italië en Frankrijk zijn Spanje en Turkije grote producenten. Hun aan

delen in de wereldproductie zijn respectievelijk 7% en 6% in de periode '93-'95. De Spaanse productie is met 10% per jaar gekrompen en de productie van Turkije stabiliseert zich.

Op het Amerikaanse continent wordt 20% van de wereld druivenproductie geproduceerd. De VS produceert hiervan de helft. De productie groeit met 1% per jaar gemiddeld. Argentinië en Chili zijn respectievelijk tweede en derde druiven producent op het Amerikaanse continent met een marktaandeel van achtereenvolgens 4% en 3%. Terwijl de productie zich stabiliseert in Argentinië heeft Chili een relatief hoge productiegroei van 6% per jaar.

In de landen van Midden- en Oost-Europa wordt 13% van de totale wereldproductie van druiven geproduceerd. Onder invloed van de transitie is de productie gekrompen met 6% per jaar in de periode '89-'95. Roemenie is de grootste producent in deze regio met een productie aandeel van 2% in de wereld. Opvallend is de groei van 8% per jaar in de periode '89-'95. Andere grote producenten in deze regio zijn voormalig Joegoslavië, Moldavië, Hongarije en Bulgarije.

Van de overige productiegebieden zijn Iran, China en Zuid Afrika de belangrijkste producenten met ieder een productieaandeel van 3%. De productie in Iran en China groeit snel met achtereenvolgens 6% en 14% per jaar in de periode '89-'95. De productie in Zuid Afrika stabiliseert zich.



Figuur 4.17 Veranderingen in netto-export

Consumptie
De belangrijkste producenten zijn tevens de belangrijkste verbruikers. Italië, Frankrijk en de VS nemen respectievelijk 16%, 13% en 10% van het wereldwijde verbruik voor hun rekening. Een groot deel van deze druiven wordt gebruikt voor wijnproductie.

Internationale handel
Figuur 4.17 toont de netto-exportpositie van de diverse landen en regio's. In het algemeen kan gesteld worden dat de druivenmarkt stabiel is geweest tussen de '89 en '95. De drie grootste netto-importeurs zijn Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Canada. De netto-importwaarde is licht gestegen of gestabiliseerd. De grootste veranderingen op het gebied van netto-import zijn dat Midden- en Oost-Europa een netto-importeur is geworden en dat de netto-import van de VS sterk is afgenomen. Grote netto-exporteurs zijn Italië en Chili. Zuid-Afrika heeft een hoge groei van zijn netto-exportwaarde en is hierdoor de

derde netto-exporteur van druiven ter wereld geworden. De export en importprijzen hebben zich gestabiliseerd op een niveau van achtereenvolgens 930$ per ton en 1120$ per ton.

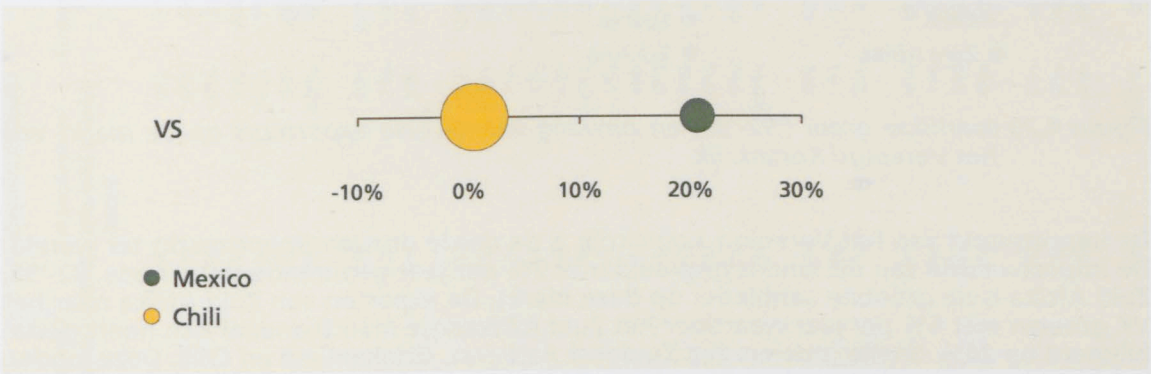
Export
Italië is 's werelds grootste exporteur (in US$) in de periode '93-'95. De waarde van de Italiaanse export is met 2% per jaar minder snel gestegen dan de wereldexportwaarde (groei 6% per jaar). Het Italiaanse aandeel in de wereldexportwaarde is gedaald van 30% naar 25%. De lage groei van de Italiaanse exportwaarde is voor een belangrijk deel veroorzaakt door de daling van de Italiaanse exportprijs met 6% per jaar. De exportprijzen van Italië gedaald van 1015$ per ton in de periode '89-'91 tot 788$ per ton in de periode '93-'95.

Chili is 's werelds tweede exporteur. Door een groei van slechts 3% per jaar is het Chileense aandeel in de wereldexportwaarde gedaald van 21% naar 19%. De Chileense exportprijzen zijn gestegen met bijna 1% per jaar van 738$ per ton tot 762$ per ton ('89-'95).

De VS is de derde exporteur (deels doorvoer uit Mexico en met name Chili naar o.a. Canada) ter wereld en groeit relatief snel met 7% per jaar. Daardoor is het aandeel in de wereldexportwaarde van de VS gestegen naar 10% in de '93-'95 periode. De exportprijzen van de VS zijn met bijna 4% per jaar gestegen van 1092$ per ton naar 1258$ per ton ('89-'95).

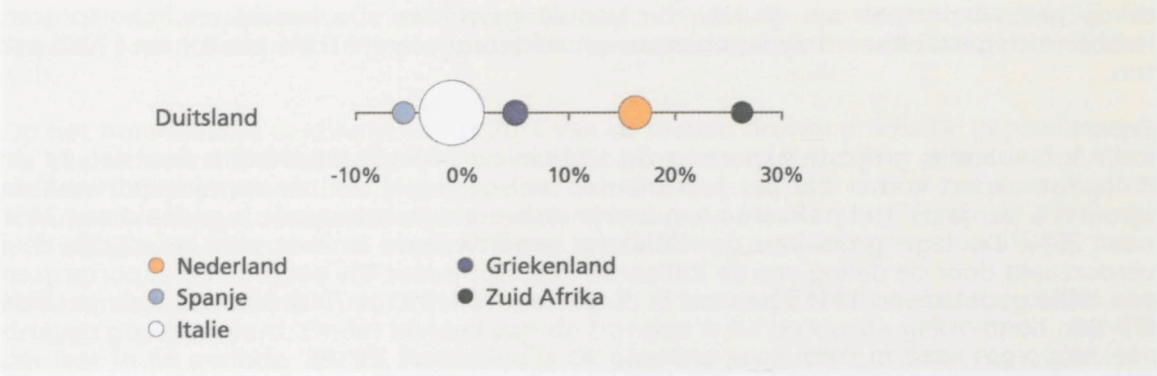
Snel groeiende exporteurs zijn Mexico en Zuid Afrika die via een groei van achtereenvolgens 29% en 18% een exportaandeel van respectievelijk 3% en 6% hebben bereikt.

Import
De wereld importmarkt is met 4% per jaar gegroeid in de periode '89-'95. Op de Europese markt wordt 54% van de wereld import afgezet. De overige import wordt voornamelijk afgezet in Amerika (30%) en Zuidoost Azië (10%). De Zuidoost Aziatische markt groeit met 11% per jaar, terwijl de Europese en Amerikaanse markten groeien met 3% per jaar. Groeimarkten zijn Mexico en Midden- en Oost-Europa.



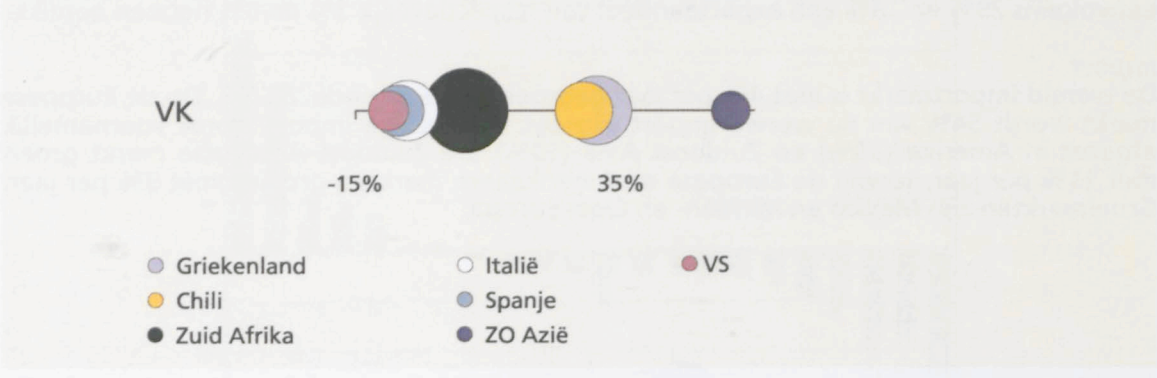
Figuur 4.18 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang van diverse exporteurs op de markt van de Verenigde Staten

De VS is 's werelds grootste import markt met een aandeel van 18% in de wereldimportwaarde ('93/'95). De markt van de VS wordt gedomineerd door Chili (zie figuur 4.18). De export van Chili naar de VS is jaarlijks met 1% gegroeid in de periode '92-'95 waardoor het marktaandeel van Chili is gedaald van 85% in de periode '92/'93 tot 79% in de periode '94/'95. Deze afname van het Chileense marktaandeel is ten dele veroorzaakt door de opkomst van Mexico op de VS markt. Via een groei van 21% per jaar is het Mexicaanse marktaandeel gestegen van 15% naar 20%.



Figuur 4.19 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang van diverse exporteurs op de Duitse markt

Duitsland is 's werelds tweede importeur (aandeel in de wereldexportwaarde: 17%). Italië is de grootste aanbieder op de Duitse markt. De Italiaanse exportwaarde krimpt echter met 1% per jaar in de periode '92-'95. Hierdoor is het Italiaanse marktaandeel gedaald van 60% naar 53% (zie figuur 4.19). Zuid-Afrika is de snelste groeier. Het Nederlandse marktaandeel, dat voornamelijk uit doorvoer vanuit Mexico en Chili bestaat, is met 16% per jaar gestegen van 12% naar 14%.



Figuur 4.20 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang van diverse exporteurs op de markt van het Verenigd Koninkrijk

De importmarkt van het Verenigd Koninkrijk is de derde druiven importmarkt ter wereld. De importwaarde van dit land is gegroeid met 7% per jaar gedurende de periode '92-'95. Zuid Afrika is de grootste aanbieder op deze markt. De exporten van Zuid Afrika naar het VK groeien met 6% per jaar waardoor het Zuid Afrikaanse marktaandeel zich heeft gestabiliseerd op 24%. Snelle groeiers zijn Zuidoost Azië rest, Griekenland en Chili. Deze landen hebben via een groei van achtereenvolgens 56%, 31% en 28% per jaar hun marktaandeel uitgebreid van respectievelijk 2%, 10% en 8% naar 5%, 16% en 11%. De exportwaarde van Italië en Spanje daalt met 7% per jaar waardoor hun marktaandeel is gedaald naar respectievelijk 12% en 9%.

Overzichtstabel Druiven Primair	Productie (MT)		Export (1000$)		Import (1000$)		Netto export (1000$)		Binnenlands Verbruik (MT)	
Land / Regio	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei 89/91-93/95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*	*Waarde 89-91*	*Waarde 93-95*	*Aandeel in Wereld markt 93/95*	*Groei*
Argentinie	4%	0%	0%	-1%	0%	144%	6420	2906	4%	0%
Canada	0%	-3%	0%	-5%	9%	0%	-177659	-178366	0%	-3%
Chili	3%	6%	19%	3%	0%	0%	305802	340949	2%	8%
Mexico	1%	0%	3%	29%	2%	174%	16038	7189	1%	1%
VS	10%	1%	18%	7%	18%	1%	-107509	-43058	10%	1%
America rest	2%	3%	1%	28%	2%	13%	-22666	-32447	2%	3%
America	**20%**	1%	**40%**	6%	**30%**	3%	**20426**	**97173**	**19%**	1%
Roemenie	2%	8%	0%	-61%	0%	0%	5258	-109	2%	9%
M & O Europa rest	10%	-9%	1%	-3%	3%	37%	1736	-45371	10%	-8%
M & O Europa	**13%**	-6%	**1%**	-9%	**3%**	37%	**6994**	**-45480**	**13%**	-6%
Oostenrijk	1%	-7%	0%	24%	2%	2%	-38395	-40636	1%	-6%
Belgie-Lux	0%	0%	3%	58%	5%	17%	-45834	-44981	0%	-1%
Frankrijk	13%	-1%	1%	-8%	6%	-4%	-126649	-111993	13%	-1%
Duitsland	3%	-1%	1%	7%	17%	2%	-331658	-354654	3%	-1%
Griekenland	2%	-2%	4%	0%	0%	28%	77826	75999	2%	-2%
Italie	17%	0%	25%	2%	1%	-1%	415130	445213	16%	0%
Nederland	0%	-10%	6%	11%	6%	6%	-33917	-26723	0%	2%
Spanje	7%	-10%	6%	6%	1%	32%	77347	91716	6%	-10%
Zwitserland	0%	-6%	0%	-21%	2%	1%	-45836	-47119	0%	-4%
Turkije	6%	0%	1%	14%	0%	33%	7586	12877	6%	0%
VK	0%	11%	0%	7%	9%	1%	-176050	-184899	0%	1%
Europa rest	1%	-13%	0%	34%	5%	4%	-84598	-95365	2%	-12%
Europa	**49%**	-2%	**47%**	4%	**54%**	3%	**-305048**	**-280566**	**49%**	-3%
Iran	3%	6%	0%	17%	0%	0%	19	35	3%	6%
M-Oost & N-Afr rest	5%	-1%	2%	2%	2%	3%	-3673	-6618	5%	-1%
M-Oost & N-Afr	**8%**	2%	**2%**	2%	**2%**	3%	**-3654**	**-6584**	**8%**	2%
China	3%	14%	0%	-19%	1%	0%	-12525	-13623	3%	14%
Hong Kong	0%	0%	1%	37%	4%	15%	-42828	-67946	0%	7%
ZO-Azie & Oc rest	4%	2%	3%	18%	5%	11%	-42583	-51924	4%	2%
ZO-Azie & Oc	**7%**	6%	**4%**	20%	**10%**	11%	**-97936**	**-133493**	**7%**	6%
Zuid Africa	3%	0%	6%	18%	0%	360%	56274	107555	3%	0%
Sub Sahara rest	0%	1%	0%	94%	0%	11%	-2958	-4390	0%	2%
Sub Sahara	**3%**	0%	**6%**	18%	**0%**	20%	**53317**	**103165**	**3%**	0%
WERELD	**100%**	-1%	**100%**	6%	**100%**	4%	**-325901**	**-265785**	**100%**	-1%

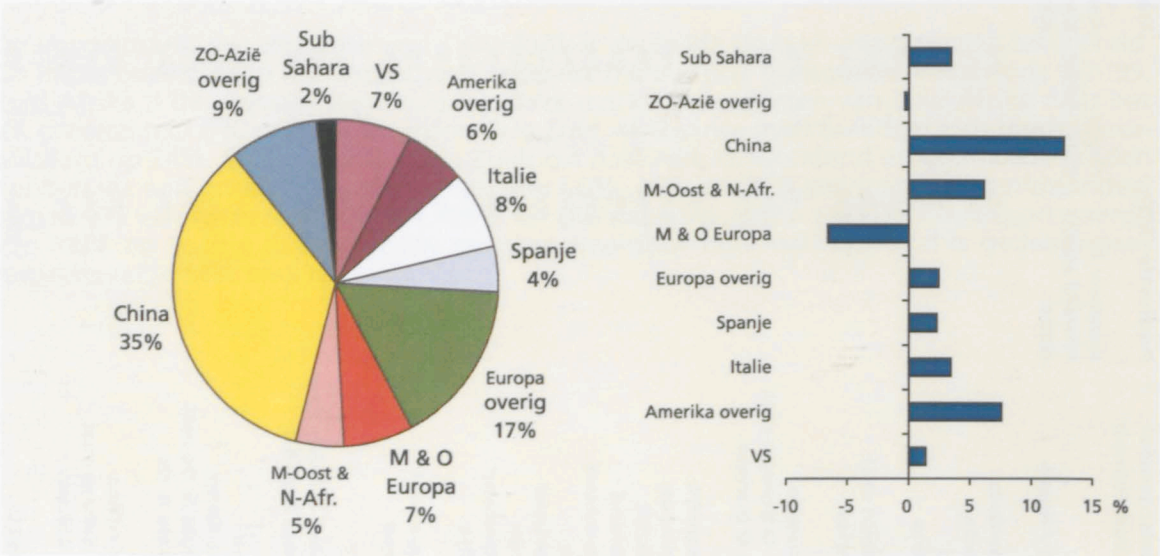
4.5 Peren

Trends en conclusies

1. Het aandeel van peren in de totale groenten- en fruitproductie (in tonnen) is gemiddeld 1% in de periode '93-'95.
2. De wereldproductie bedroeg ruim 14 miljoen ton in 1996 en de jaarlijkse groei van de wereldproductie in de periode '89-'95 was 5%.
3. De belangrijkste producenten zijn China en Italië. Deze landen hebben een respectievelijk aandeel in de wereldproductie van 35% en 8%. De productie in deze landen neemt toe met respectievelijk 13% en 3% per jaar.
4. China en Italië zijn eveneens de belangrijkste consumptiegebieden met een aandeel van 35% en 7% in de totale wereldconsumptie. De groei van de consumptie in deze gebieden is 13% en 1% respectievelijk.
5. De belangrijkste (netto) importeurs zijn het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. De waarde van de import van het VK krimpt jaarlijks met 2% in de periode '89-'95. De Duitse importwaarde groeit met 1%. Het Nederlandse marktaandeel op deze importmarkten is respectievelijk 38% en 22% en groeiende.
6. De belangrijkste exporteurs zijn Nederland en Italië met een aandeel in de wereldexportwaarde van respectievelijk 13% en 12%. Andere belangrijke exporteurs zijn Argentinië (11%), België/Luxemburg (11%) en de VS. Van de grote exporteurs groeien België/Luxemburg en Argentinië het hardst met respectievelijk 20% en 10%. Italië en Nederland exporteren vooral naar verzadigde markten. In groeimarkten hebben zij een klein aandeel. Hun groei van de exportwaarde is veel kleiner, nl. respectievelijk 4% en 6%.
7. Het Nederlandse aandeel in de wereld perenproductie is 1%, in de wereldexport waarde13% en in de wereldimportwaarde 6%.

Productie

Het aandeel van de productie van peren in de totale groenten- en fruitproductie is 1% (gemiddeld over de periode '93-'95). De productie van peren wereldwijd is in de periode '89-'95 toegenomen met 5% per jaar. Deze groei komt hoofdzakelijk voor rekening van China, de grootste perenproducent ter wereld (aandeel van 35%) met een productiegroei van 13% (zie figuur 4.21). China zet haar producten vooral af op de binnenlandse markt. Echter in de laatste jaren is het kwaliteitsniveau van peren in China gestegen en wordt een beperkt deel van de productie geëxporteerd.



Figuur 4.21 De productieaandelen (gem.93/95) en de jaarlijkse groei (93/95 t.o.v. 98/91)

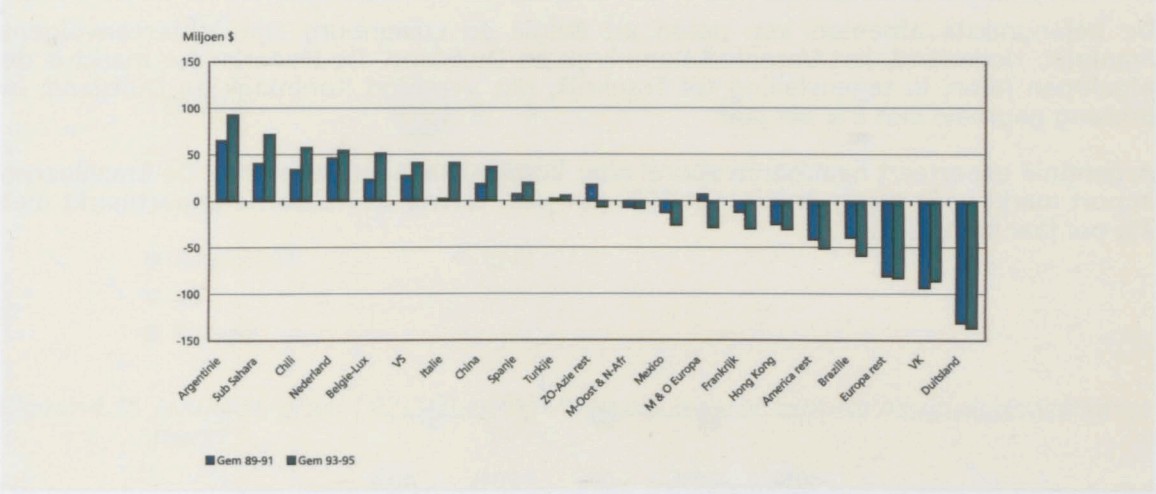
Het gestegen kwaliteitsniveau van peren wordt bevestigd door de exportprijs-ontwikkeling van Chinese peren. In 1990 ontving China gemiddeld 459$ per ton (voor alle landen in de wereld was dit gemiddeld 690$) en in 1994 489$ per ton (op de wereldmarkt was dit gemiddeld 647$). De prijs van peren in China groeit dus toe naar het wereldgemiddelde, wat duidt op een significante kwaliteitsverbetering van het product.

Europa als geheel produceert in de periode '93-'95 30% van de wereldwijde perenproductie. Van de landen uit deze regio zijn Italië en Spanje de grootste producenten met aandelen van respectievelijk 8% en 4% van de wereldproductie. De snelste groeiers in Europa zijn België/Luxemburg en Nederland met een jaarlijkse groei van respectievelijk 21% en 11% in de periode '89-'95.

De VS beschikt in de periode '93-'95 over een productieaandeel van 7% in de wereldproductie en de productie groeit met 1% per jaar ('89-'95). De andere Amerikaanse landen hebben tezamen een aandeel van 6% in de wereldproductie en groeien met 8% per jaar. Voor deze groei zijn voornamelijk Argentinië en Chili verantwoordelijk. Beide landen zijn lid van MERCOSUR (Chili is geassocieerd lid), een handelsovereenkomst tussen een aantal Latijns Amerikaanse landen. Het verlagen van handelsbarrières ten gevolge van MERCOSUR heeft blijkbaar een positief effect gehad op de intra-Latijns Amerikaanse handel.

De slechtst scorende perenproducent is Midden- en Oost-Europa. De productie in deze regio is gedaald met 7% per jaar in de periode '89-'95. In de periode '93-'95 bedroeg het gemiddelde aandeel in de wereldwijde productie van peren desondanks nog 7%. De negatieve ontwikkelingen in de perensector van deze landen zijn voornamelijk te wijten aan de overgang van een centraal geleide economie naar een vrije markteconomie. Binnen de regio bestaan echter aanzienlijke verschillen. Landen in deze regio die wel een positieve productiegroei kennen, zijn de Oekraïne, Polen en de Russische Federatie met een gemiddelde groei van 60% per jaar.

Landen in het Midden-Oosten en Noord-Afrika hebben nog een klein aandeel in de wereldproductie (5%). De komende jaren zal dit aandeel behoorlijk toenemen vanwege een redelijke groei van 6% per jaar ('89-'95). De belangrijkste producenten in deze regio zijn Iran, Egypte en Libanon.



Figuur 4.22 Veranderingen in netto-export

Consumptie

Naast China zijn Italië, de VS en Duitsland de grote consumenten van peren. Op Duitsland na zijn dit ook de belangrijkste productielanden in de wereld. Opvallend is dat over het algemeen de productie van deze landen sneller groeit dan de consumptie. Dit overschot kan worden gebruikt voor de export van peren. Italië, de tweede grote consument van peren met een binnenlands verbruik van 0.8 miljoen ton, exporteerde bijvoorbeeld 0.14

miljoen ton gemiddeld in de periode '93-'95. Als uitzondering op de grote consumptielanden voldoet Duitsland zijn binnenlandse vraag niet alleen uit eigen productie, maar ook uit importen (verhouding: 70% eigen productie, 30% import) en is daarmee een belangrijke markt voor exporterende landen.

Internationale handel
Figuur 4.22 laat de ontwikkelingen in de netto-exportpositie over de periode '89-'95 zien voor de belangrijkste netto-exporteurs en netto-importeurs. Duitsland en het Verenigd Koninkrijk zijn de belangrijkste netto-importeurs. Van alle netto-importeurs, behalve het Verenigd Koninkrijk, is de netto-import in de periode '89-'95 gemiddeld toegenomen. Voor de grootste importeurs is deze toename echter gering. Voor Brazilië en Frankrijk is de toename van de netto-import aanzienlijk. Zuid-Oost Azië, Oceanië en Midden- en Oost-Europa zijn veranderd van netto-exporteurs in 89-91 naar netto-importeurs in 93-95.

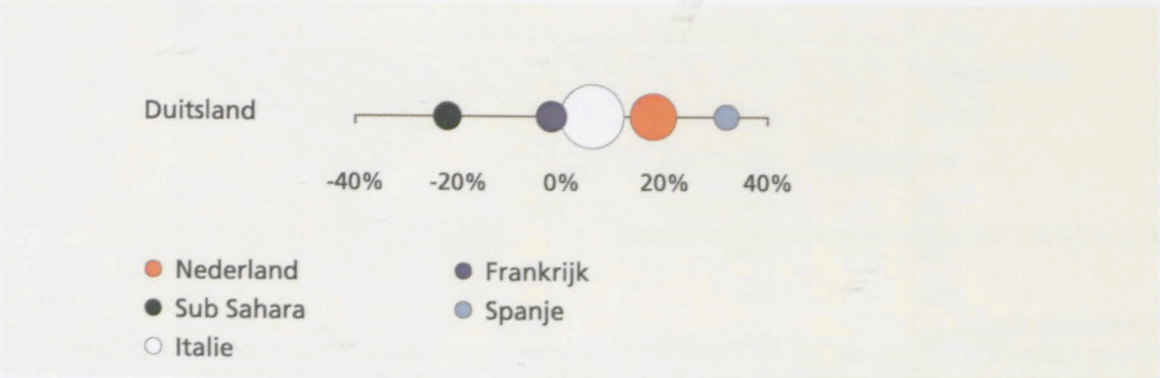
MERCOSUR-landen (Argentinië en Chili) zijn de grote netto-exporteurs. Opvallend is dat Sub Sahara Afrika de tweede netto-exporteur is, achter Argentinië. Sub Sahara Afrika heeft echter maar 3% van de wereldproductie in handen. Zuid Afrika is grotendeels verantwoordelijk voor de Sub-Saharaanse export van peren. De Zuid-Afrikaanse exportwaarde groeit met gemiddeld 15% per jaar in de periode '89-'95. Deze exporten hebben vooral Europa als bestemming. Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk zijn de belangrijkste afnemers van peren uit Sub-Sahara Afrika.

Export
De grootste exporteurs zijn Nederland, Italië, België-Luxemburg en Argentinië. Deze landen hebben allen een grote netto-export. Op Nederland na weten zij ook een hoge groei van netto-export te realiseren. Een groot gedeelte van de export van Nederland en Italië bestaat overigens uit doorvoer van peren afkomstig uit Latijns-Amerika.

Nederland en Italië verzorgen respectievelijk 13% en 12% van de wereldexportwaarde. Hun export richt zich met name op de Europese markt. De belangrijkste handelspartners zijn Duitsland, het Verenigd Koninkrijk en Frankrijk. De Duitse importmarkt groeit nauwelijks en de Engelse en Franse importwaarden zijn gedaald in omvang (zie de overzichtstabel van peren).

De belangrijkste afnemers van peren uit België en Luxemburg zijn achtereenvolgens Frankrijk, Nederland, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland. De Nederlandse markt is de afgelopen jaren, in tegenstelling tot Frankrijk, het Verenigd Koninkrijk en Duitsland, in omvang gegroeid met 8% per jaar.

Argentinië exporteert haar peren vooral naar Brazilië, Italië en Nederland. De Braziliaanse import markt voor peren groeit met 10% per jaar, terwijl de Italiaanse importmarkt met 7% per jaar krimpt.



Figuur 4.23 Jaarlijkse groei ('92-'95) en omvang van diverse exporteurs op de Duitse markt