

Met de serie 'Vegan versus vee' wil de redactie lezers objectief informeren over het oplopende spanningsveld tussen de productie van dierlijk en plantaardig eiwit. Veeteelt maakt onderscheid tussen feit en fictie, al zal blijken dat er vaak meer waarheden bestaan. De artikelen geven input waarmee lezers zich kunnen mengen in de vele discussies over dierlijk eiwit. Dit is deel 4: hoe reageren zuivelverwerkers op de eiwittransitie?



Plantaardig alternatief ligt gevoelig in de zuivel

De opmars van zuivelvervangers is onmiskenbaar. En de groei versnelt, zo valt op te maken uit marktonderzoek. Hoe gaan zuivelverwerkers om met de transitie van dierlijk naar plantaardig eiwit? En wat is het perspectief voor de melkveehouder?

TEKST TIJMEN VAN ZESSEN

De omzet van plantaardige zuivel groeit. Marktonderzoeksbureau IRI meldde in 2019 dat de verkoop binnen supermarkten ten opzichte van het jaar ervoor met ruim 11 procent was toegenomen. De markt voor zuivelvervangers omvat inmiddels meer dan 100 miljoen euro in Nederland. Dat is weliswaar nog altijd een bescheiden marktaandeel van zo'n 12 procent (figuur 1, p. 36) binnen alle zuivel dranken, maar de stijging zet wel door. 'Tien jaar geleden lag het marktaandeel van alternatieve melkproducten als soja-, kokos-, of haverdrank nog rond de 4 à 5 procent', zegt sectoreconoom Nadia Menkveld namens ABN Amro. Het lijkt er sterk op dat de plantaardige varianten op melk de status niche inmiddels voorbij zijn. Belangrijkste beweegreden bij de consument is volgens IRI de behoefte aan een gezond, duurzaam dieet. 'Je ziet het ook aan de schappen in de supermarkt', zegt Menkveld. 'Daar is steeds meer ruimte beschikbaar voor plantaardige dranken.'

Waait niet over

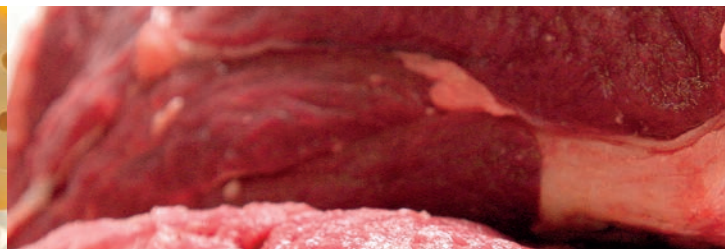
De opmars van zuivelvervangers is onmiskenbaar, stelt ook Mark Voorbergen. De zuivelanalist ziet een trend die een redelijk marktaandeel van de reguliere zuivel kan afsnoepen. 'De omvang van de markt voor zuivelvervangers is nog steeds marginaal, maar de trend is wel structureel. Dit waait niet over. Ik zie het niet als een hype en daar moet de zuivelwereld de ogen niet voor sluiten', stelt Voorbergen.

De analist merkt dat vrijwel alle zuivelondernemingen de marktontwikkeling van zuivelvervangers volgen.

Particuliere zuivelfirma's zitten er wel pragmatischer in dan coöperaties. 'Een coöperatie heeft als opdracht om melk van de leden tot waarde te brengen. Dan ligt het toch enigszins gevoelig om werk te maken van een plantaardig alternatief voor die melk. Bedrijven als Bel en Danone zitten daar wat zakelijker in.'

Danone lanceerde begin deze maand honderd procent plantaardige varianten van haar merken Activia en Danio. De zuivelgigant wil hiermee inspelen op een groeiende groep van flexitariërs, die vaker plantaardig willen eten. Meer dan 40 procent van de Nederlanders kiest volgens het Voedingscentrum vaker voor een plantaardig alternatief voor vlees of zuivel. 'Bij Danone zijn we ervan overtuigd dat onze gezondheid en die van de planeet onlosmakelijk met elkaar verbonden zijn', zegt Dirk Holzapfel, directeur van Danone Nederland. 'Door zowel zuivel als plantaardige varianten op de markt te brengen beantwoorden we aan deze filosofie.'

In de missie van Danone staan doelen voor 2030 geformuleerd die voortkomen uit de duurzame ontwikkelingsdoelen van de Verenigde Naties. Die stimuleren de consumptie van plantaardig eiwit, terwijl inname van dierlijk eiwit in sommige regio's een tandje terug mag. De directeur van het Franse bedrijf, Emmanuel Faber, vat het zo samen: 'Elke keer als we eten en drinken, stemmen we voor de wereld waarin we willen leven. Wij willen een beweging stimuleren van gezondere en duurzamere eet- en drinkgewoonten. Wij willen die voedselrevolutie voor zoveel mogelijk mensen over de hele wereld mogelijk maken.' Daarmee is niet gezegd dat Danone zuivel in de ban doet. Holzapfel: 'Zuivel zit diep



in ons DNA en dat zal nooit verloren gaan, maar met de plantaardige varianten bieden we de consument meer keuze.’

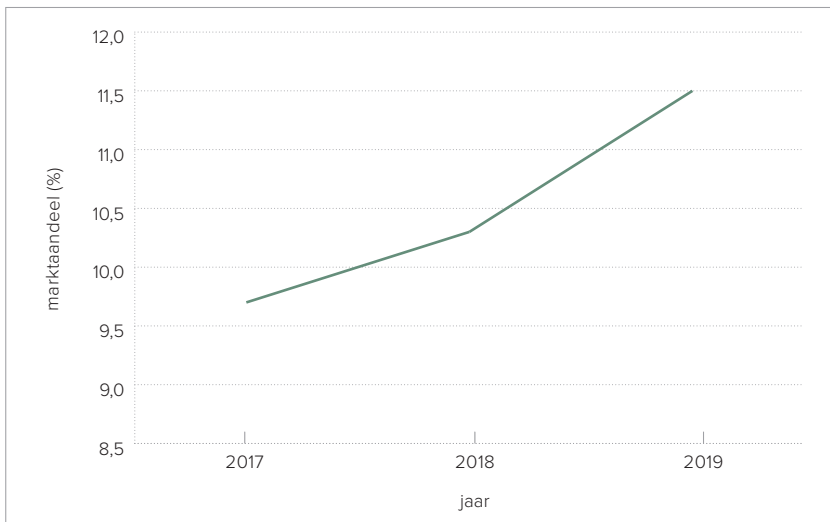
FrieslandCampina niet voor of tegen

Danone loopt duidelijk voorop in het aanbieden van plantaardige zuivelvarianten. Andere zuivelafnemers lopen niet te koop met hun ambities op dit vlak. Marktleider FrieslandCampina is de enige die een officiële reactie wil geven. Het bedrijf wil zich niet uitspreken voor of tegen plantaardige zuivelvervangers. ‘We willen als FrieslandCampina niet polariseren’, zei topman Hein Schumacher tijdens de presentatie van de jaarcijfers. FrieslandCampina is in de eerste plaats een zuivelbedrijf en gelooft in de voedingswaarde van melk en zuivelproducten. ‘Met de groei van de wereldbevolking is er nu eenmaal behoefte aan producten met een hoge voedingswaarde en zuivel voldoet daar in belangrijke mate aan’, zegt Jan Willem ter Avest, woordvoerder bij FrieslandCampina.

Melk bevat een groot aantal voedingsstoffen die mensen dagelijks nodig hebben, zoals calcium, vitamine B2 en B12, vitamine A en eiwit. Melk bevat deze stoffen van nature, in tegenstelling tot plantaardige varianten op melk. ‘Melk is rijker aan voedingsstoffen dan plantaardige dranken. Stel je eens voor: je moest kiezen uit één voedingsmiddel dat je mag nuttigen voor het komende half jaar, dan houd je het op melk het langste vol’, zegt Stephan Peters, zuivelonderzoeker bij NZO, de koepelorganisatie van de Nederlandse zuivelbedrijven. Hij maakt onderscheid tussen een plantaardige voedseltransitie en een eiwittransitie. Dat een meer plantaardig voedselpatroon gezonder en duurzamer is, daar is iedereen het over eens. ‘Meer groente en fruit is prima. Maar een eiwittransitie – het vervangen van dierlijk eiwit door plantaardig eiwit – is te eenzijdig. Je kunt dierlijk eiwit niet één op één vervangen door plantaardig eiwit. Plantaardig eiwit heeft niet dezelfde kwaliteit als dierlijk eiwit. Bovendien moet je niet vergeten dat er ook veel belangrijke voedingsstoffen binnenkomen via zuivel, vlees en eieren: het aspect voedingswaarde mogen we niet onderschatten. We zien nu al dat met name zieken en ouderen krap voldoende essentiële voedingsstoffen binnenkrijgen. Bij zwangere vrouwen is een tekort aan vitamine B12 een toenemend probleem.’

Clean label

Peters plaatst niet alleen kanttekeningen bij de gezondheidsaspecten van zuivelvervangers, ook de claim van duurzaamheid is volgens hem niet (meer) legitiem als de tekorten aan voedingswaarde met andere producten gecompenseerd moeten worden (zie kader pagina 37). Zuivelondernemingen moeten volgens Peters duidelijker maken dat zuivel een logische plek heeft in een gezond en duurzaam voedingspatroon.



Figuur 1 – Marktaandeel van plantaardige zuiveldrank (bron: IRI/ABN Amro)

Peter de Jong, onderzoeker bij NIZO Food Research en lector bij hogeschool Van Hall Larenstein, zegt het nog stellig: ‘Het is een misverstand om te denken dat de wereld zonder zuivel kan. Het is een voedzaam, compleet voedingsmiddel dat in grote delen van de wereld nodig is om gezond te blijven.’

Het NIZO bestaat 70 jaar en heeft als instituut een jarenlange staat van dienst op het gebied van voedingsonderzoek, met name naar eiwit. NIZO krijgt veel verzoeken om de gezondheidsaspecten en smaak van zuivelvervangers te onderzoeken. Wetenschappelijk gezien is een gevarieerd eetpatroon volgens hem het best. Maar de trends onder consumenten in Europa en Amerika zijn in het nadeel van melk. ‘Het feit dat consumenten kiezen voor sojadrink, is puur ingegeven door het idee dat dit beter is. Maar elke dag een halve liter sojadrink drinken is niet gezond. De voedingswaarde van sojaproducten is inferieur aan die van melk.’

Zuivelvervangers moeten net als vleesvervangers op smaak worden gebracht. Suiker, zout en verzadigd vet

maken veel van de alternatieven voor melk minder gezond. Uit dat oogpunt zou de trend van ‘clean label’ – het zo min mogelijk toevoegen van ingrediënten aan natuurlijke producten – voor zuivel wel eens positief kunnen uitpakken, zegt ook Richard Scheper, zuivelanalist voor Rabobank. Voor zuivel is het volgens hem positief om de natuurlijke voedingswaarde te blijven benadrukken en in te spelen op de wensen van consumenten als het gaat om gemak, gezondheid, dierenwelzijn en andere duurzaamheidsaspecten. ‘Je ziet dat al gebeuren met PlanetProof en ook VLOG past in die strategie.’ Scheper ziet voor zuivelalternatieven nog een uitdaging in de toevoegingen, voedingswaarde en smaak.

Zuivel verdwijnt niet

Toch stelt Scheper net als het IRI dat de markt voor zuivelalternatieven de status van een niche aan het ontgroeien is als alternatief voor consumptiemelk. ‘Er bestaan hoge marges op zuivelvervangers en dat trekt steeds meer en grotere spelers aan. Hierdoor ontstaat meer (prijs) competitie, maar is er mogelijk ook sprake van schaalvergroting in productieprocessen. Zo groeit deze markt in zijn lifecycle richting een fase van volwassenheid en ik verwacht dat ook in andere zuivelsegmenten meer alternatieven op de markt komen. Zuivel zal echter niet uit het dieet verdwijnen en blijft de komende tien jaar zeker groter dan de plantaardige alternatieven.’ De vraag naar plantaardige varianten op melk speelt tot dusver vooral in de westerse wereld. De dalende tendens in de consumptie van drinkmelk is erdoor versterkt.

Volgens de wereldvoedselorganisatie (FAO) zet die trend in Europa verder door, maar wereldwijd verwacht FAO de komende tien jaar nog altijd een groei in de zuivelconsumptie (zie kader onderaan pagina).

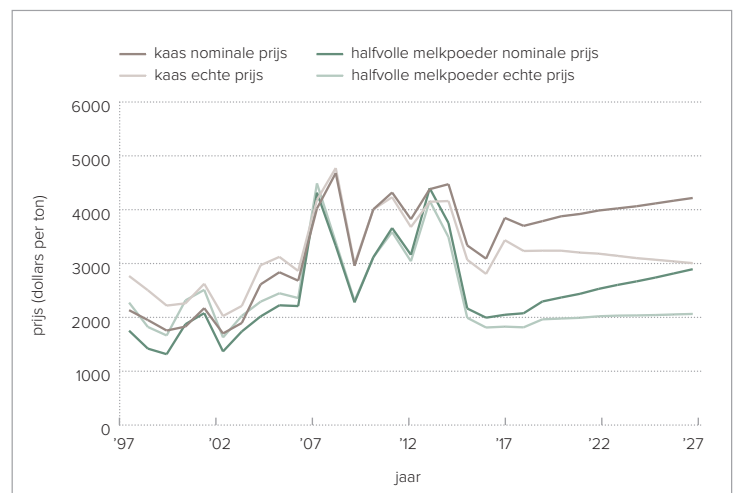
Zuivelhandelaar Rik Loeters beaamt die prognose. Hij verwacht dat zuivelvervangers daarom geen significant effect op de melkprijs zullen uitoefenen. ‘Het is een trend die we wel serieus nemen, maar melk is van zichzelf een voedzaam en compleet product. Bovendien is de

FAO: Stijgende vraag steunt melkprijzen op lange termijn

De meest recente prognose van de wereldvoedselorganisatie FAO gaat uit van een stijging van de zuivelconsumptie tot 2027. Verse zuivel mag rekenen op een toename van 2,1 procent, de consumptie van bewerkte zuivelproducten groeit met 1,7 procent. De consumptie van zuivel stijgt zowel in ontwikkelingslanden als in welvarende landen.

De prognose van FAO gaat uit van stijgende prijzen voor melk tot 2027 (figuur 2). Dat wil zeggen stijgende ‘nominal prices’, dat zijn prijzen die niet gecorrigeerd zijn voor inflatie. FAO verwacht dat zuivel in 2027 gemiddeld 19 procent duurder is dan in 2017. De voor inflatie gecorrigeerde zuivelprijs neigt naar een daling, afhankelijk van het type zuivelproduct. Kaas en mageremelkpoeder lijken prijshoudend, boter moet ten opzichte van de piek in 2016 iets inleveren, maar blijft wel hoger dan de jaren daarvoor.

De voedselorganisatie staat in deze prognose niet stil bij een eventuele invloed van zuivelvervangers. Wel concludeert ze dat ‘de houding’ ten aanzien van zuivelvet is veranderd. De plantaardige variant op boter (margarine) bleek uit nader onderzoek minder gezondheidsvoordeel op te leveren. Dat zorgde enkele jaren geleden voor een sterke impuls van de boterprijzen.

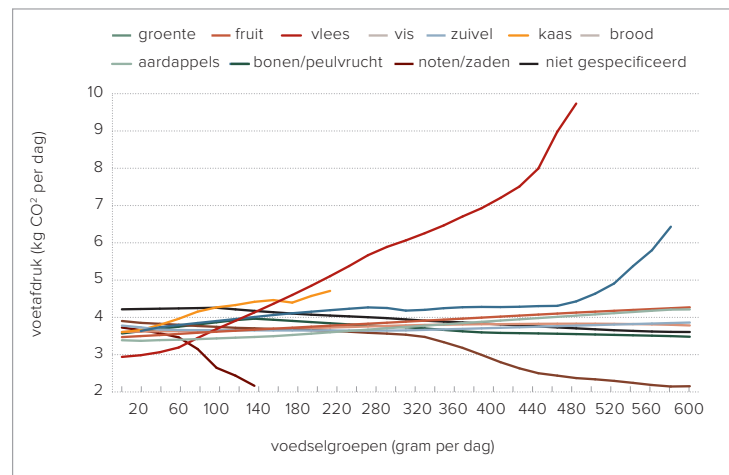


Figuur 2 – Prognose wereldmarktprijzen kaas en halfvolle melkpoeder (bron: FAO)

NZO: zuivel weglaten **levert weinig milieuwinst op**

In theorie zou je door geen dierlijke producten (veganistisch) te eten een winst van 2,9 ton CO₂-uitstoot per jaar kunnen boeken. In de praktijk ziet dat er echter anders uit. De voedingsstoffen en calorieën afkomstig van dierlijke producten moeten bij het weglaten ervan namelijk gecompenseerd worden door andere voedingsmiddelen. Die alternatieve voedingsmiddelen hebben op hun beurt ook een ecologische voetafdruk. Wie uit duurzaamheidsoogpunt minder of geen vlees, zuivel, eieren of vis eet, moet daarom kijken of de som van de vervangingsproducten ook een lagere ecologische voetafdruk heeft. Berekeningen in het rekenmodel Optimeal laten zien welke effecten de vervanging van voedingsmiddelen binnen een voedingspatroon heeft op de milieudruk. Daarvoor is het gemiddelde Nederlandse voedselpatroon gekozen als startpunt. Van de verschillende voedingsgroepen is in stappen van 20 gram het aandeel van een productgroep opgevoerd of teruggebracht. Het model heeft vervolgens voor elke stap van 20 gram een alternatief voedingspatroon berekend dat dezelfde voedingswaarde heeft als het gemiddelde voedingspatroon en daarnaast voldoet aan de aanbevolen hoeveelheden van voedingsstoffen volgens de richtlijnen van de schijf van vijf. Van elke stap is vervolgens ook de milieudruk uitgerekend.

Figuur 3 laat zien dat het weglaten van zuivel uit het voedingspatroon weinig milieuwinst oplevert, omdat de alternatieve producten die dezelfde voedingsstoffen leveren, een even grote milieudruk hebben. De CO₂-uitstoot blijft hetzelfde bij vervanging van zuivel. Dit komt doordat



Figuur 3 – Milieueffect bij vervanging van voedsel (bron: NZO)

bijvoorbeeld de calciuminname gecompenseerd moet worden door extra veel groenten te eten en de eiwitinname gecompenseerd moet worden door de consumptie van meer eieren of nog meer groente en fruit. De winst van het mijden van zuivel in het voedingspatroon valt dus tegen, als je uitgaat van 'minder dierlijk, meer plantaardig'. (Bron: Voeding Magazine 1, 2017)

smaak niet te evenaren door een plantaardig alternatief', geeft Loeters aan.

Blijf dicht bij je vak

Ook Rabobank sluit zich aan bij de prognose van FAO. De groei in zuivelconsumptie zal wereldwijd in totaal volume uitgedrukt groter blijven dan de groei in melkvervangers. 'Zuivel blijft een belangrijke bron van bouwstoffen om de wereld te voeden', zegt Scheper. In een groot deel van de wereld zijn de zuivelalternatieven die wij in het westen consumeren simpelweg te duur. Als je tien dollar per dag te besteden hebt aan voedsel, dan koop je daar geen duur product voor. Naarmate consumenten meer kunnen besteden, worden ze volgens Scheper kritischer. Dat valt in drie stappen op te knippen: eerst telt voedselzekerheid als motief om te kopen, vervolgens kwaliteit en het derde motief is de wijze waarop het gemaakt is. 'Die derde stap kunnen alleen West-Europeanen en Amerikanen zich op dit moment veroorloven.'

Voor melkveehouders kan het als een bedreiging voelen wanneer steeds meer consumenten zuivel laten staan. Hoe moeten zij reageren op de opmars van zuivelvervangers? Er valt een korte stilte voordat Peter de Jong de vraag beantwoordt: 'Boeren kunnen het tij natuurlijk niet keren. Ik zou zeggen: blijf dicht bij je vak, nergens in de wereld wordt zo duurzaam melk geproduceerd als in Nederland, maar houd oren en ogen open. Duurzaamheid gaat verder dan zuivelvervangers. Leg het accent bijvoorbeeld op meer biodiversiteit, op kruidenrijk gras als voeding voor de koe.'

Richard Scheper ziet voor melkveehouders ook nog steeds voldoende kansen. 'Er komt veel op de sector af, dat vergt veel van het aanpassingsvermogen. Maar boeren in Nederland en Vlaanderen hebben zich altijd aangepast aan de omstandigheden. Dat zie je nu met Planet-Proof ook gebeuren. Elke melkveehouder zal zich moeten afvragen bij welk concept zijn bedrijf de meeste aansluiting vindt.'

